

# JDLI

4,50€

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

N°177 / 22 juillet 2010



# STARCRRAFT®

## WINGS OF LIBERTY™

**16**  
[www.pegi.info](http://www.pegi.info)

**BILZARD**  
ENTERTAINMENT

27.07.2010

[WWW.STARCRRAFT2.COM](http://WWW.STARCRRAFT2.COM)



**16**<sup>TM</sup>  
www.pegi.info

ATTAQUE NUCLÉAIRE DÉTECTÉE...

# STARCRRAFT

WINGS OF LIBERTY™



[www.STARCRAFT2.COM](http://www.STARCRAFT2.COM)

27 JUILLET 2010

© 2010 Blizzard Entertainment, Inc. Tous droits réservés. Wings of Liberty est une marque, et StarCraft, Battle.net, Blizzard Entertainment et Blizzard sont des marques ou des marques déposées de Blizzard Entertainment, Inc. aux États-Unis et/ou dans d'autres pays.



une

# EA sort du capital d'Ubisoft



**G**rosse surprise en cette mi-juillet dans le monde des éditeurs de jeux vidéo : le géant américain Electronic Art vient de vendre ses participations dans Ubisoft. En décembre 2004, Electronic Arts, alors numéro un mondial des éditeurs de jeux, annonçait une prise de participation de 14,8 % dans le capital du Français Ubisoft avec 13,98 millions d'actions à la surprise générale. Et surtout à la surprise des dirigeants d'Ubisoft qui n'avaient aucune envie de subir une OPA hostile. Finalement, Electronic Arts restera un actionnaire dormant, son placement apparaissant avant tout comme financier. Il aurait d'ailleurs pu se révéler très rentable si EA avait vendu en 2008, au plus haut de l'action. La part de l'éditeur américain était alors valorisée près de 500 millions d'euros, estime le site Boursier.com. Elle aurait été vendue 94,4 millions pour un investissement de 70 millions. Pour un porte-parole d'Ubisoft, le retrait d'Electronic Arts se révèle plutôt être une bonne nouvelle pour la société. « *Notre volonté a toujours été de demeurer indépendant. Electronic Arts s'est toujours comporté comme de bons actionnaires mais nous ignorons pour l'heure qui a acheté ses actions. Les choses devraient être connues prochainement* », conclut-il.

## Repos !

## Edito

Le JDLI se met quelques semaines en vacances. Après un premier semestre que l'on peut qualifier de poussif pour la plupart des marchés hardware ou software, la rentrée s'annonce meilleure. Le marché des jeux vidéo, hardware et software, est largement armé pour faire des étincelles : un line-up de jeux exceptionnels, des innovations sur les consoles et même un salon grand public qui devrait mettre le secteur sous les projecteurs fin octobre. Le marché des téléviseurs, déjà en bonne santé, va bénéficier de la 3D ; le marché des tablettes tiré par l'iPad assurera le spectacle en informatique ; la photo va continuer à progresser sous l'impulsion d'industriels ingénieux... Autant dire que sauf crise sociale majeure, évidemment possible, la deuxième partie de l'année pourrait être bonne.

Sébastien Anxolabéhère



# 3G Des déceptions dans la réception



**C'**est la question qu'a posé l'association de consommateurs UFC-Que Choisir aux usagers de cette technologie et les résultats de l'enquête ont de quoi inquiéter les professionnels du secteur ! En effet, 41 % des consommateurs ne sont pas satisfaits de la connexion 3G de leur téléphone mobile. Souvent, ils ne reçoivent que des connexions en Edge ou GPRS qui sont bien plus lentes (21 % des personnes interrogées). Et quand enfin ils accèdent à la 3G, pour beaucoup la qualité de réception laisse à désirer (29 %). L'enquête révèle que six personnes sur 10 se plaignent de la rapidité d'accès aux sites Internet traditionnels, idem pour les réseaux sociaux. Heureusement, le service est meilleur lorsqu'on souhaite ouvrir des sites spécialement développés pour les smartphones (sites pour mobiles ou sites via application).

# iPhone 4 : Steve Jobs offre la coque

L'antennagate commençait à poser un vrai problème à Apple, Steve Jobs a donc réagi. De quoi s'agit-il ? L'iPhone 4, la nouvelle star maison, souffrirait de problème de réception selon certains. Ce qui pour un téléphone est un handicap certain.



Steve Jobs a donc fait une conférence dont il a le secret pour expliquer que de problème il n'y avait pas (ou presque pas) et d'ailleurs il allait le corriger ! Comprenne qui pourra... Outre une mise à jour logicielle permettant d'ajuster l'affichage des barres de réception (le problème étant en fait selon Apple le calcul du nombre de barres de réception affichés), Apple fournira aux possesseurs d'iPhone 4 une coque qui devrait aider à améliorer la réception. Quand on vous dit qu'il n'y a pas de problème !

# Pegi sur iPhone !



**1** 4 000 références de jeux vidéo sur l'application Pegi pour iPhone, iPod Touch et iPad ! Pour l'instant uniquement disponible en Anglais, l'application regroupe les Pegi de tous les jeux sortis depuis 2003, d'après le communiqué de Pegi SA, l'organisation qui gère la signalétique européenne. L'appli est évidemment gratuite. Rappelons que si Apple donne ses propres recommandations pour les jeux sur ses machines, le Pegi tel qu'il existe sur les jeux vidéo en magasin, ne s'applique pas.



# URBAN FACTORY

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



## la touche Urban Chic



# 12

## Idef 2010 : en attendant le rebond

Comme chaque année depuis 2006, l'Idef prend place fin juin au Palais des Festivals de Cannes, pour trois jours point de rendez-vous entre constructeurs, éditeurs et distributeurs de jeux vidéo. Cette cinquième édition aura évidemment été marquée par un marché dont les performances marquent le pas depuis l'année dernière mais qui ne manque pas de promesses pour les mois à venir.



# 16

## MuseoGames : L'histoire du jeu vidéo en mode jouable

Le Musée des Arts et Métiers de Paris accueille jusqu'au 7 novembre MuseoGames, une exposition temporaire retraçant l'histoire du jeu vidéo. Stéphane Natkin, Commissaire scientifique de l'exposition et Directeur de l'ENJMIN, revient pour nous sur les origines et objectifs de cette manifestation où de nombreuses machines anciennes sont mises à disposition du grand public.



# 20

## MedPi 2010 : l'innovation en magasin

Cette édition du salon des professionnels du marché des nouvelles technologies grand public aura été marquée par un certain retour à la sérénité et par un intérêt retrouvé pour le produit. Conscients de la démarque à tout prix, les constructeurs ont redoublé d'efforts pour placer l'innovation au centre de leurs préoccupations. Cela fait longtemps que la nouveauté n'avait pas été aussi fondamentale.



# 32

## Panasonic : Photo et TV à valeur ajoutée

Leader sur le marché de la photo, Panasonic dispose aussi d'un atout de taille sur la TV 3D avec ses plasmas particulièrement adaptés et réputés pour le cinéma à domicile. Rencontre avec Christophe Decloux, Directeur marketing de la division grand public.



## Marché

**8** : News

**12** : Salon : Idef 2010

Les tendances du salon professionnel dédié aux loisirs interactifs

**16** : Interview : MuseoGames

Stéphane Natkin, Commissaire scientifique de l'exposition et Directeur de l'ENJMIN

**20** : Salon : MedPi 2010

L'industrie du hi-tech au rendez-vous du salon professionnel à Monaco

## Salon

**28** : News

**32** : Interview : Panasonic

Christophe Decloux, Directeur marketing division grand public

## Mobilité

**36** : News

**39** : Focus: Nintendo 3DS

Première apparition de la prochaine console portable à Paris

**40** : Panorama : Compacts Super-zoom

Six appareils entre 250 et 400 euros

## Guides

**44** : DVD Vidéo

**46** : Hardware

**48** : Jeux vidéo

**50** : Logiciels multimédia

### Journal des Loisirs Interactifs

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

**Directeur de la publication**  
Laurent Guerdar

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

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

A collaboré à ce numéro :  
Marie-Sylvie Mauvis

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

**Maquette**  
**Directrice Artistique**  
Anastasia Babic  
anastasia@microscop.com  
**Rédacteurs graphistes**  
Benoît Maurice  
Christophe Monfort

**Responsable diffusion :**  
Christèle Bono : 01 41 58 58 20  
cbono@microscop.com

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

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

**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<sup>er</sup> août 2010 sur le site [www.asdecom.fr](http://www.asdecom.fr)

ACTIVISION

BLIZZARD

bitdefender



FOCUS  
GAMES INTERACTIVE



KASPERSKY



KONAMI

Microsoft

Nintendo

NYKO

SEGA



SQUARE ENIX

THQ



# Smartphones : engouement confirmé

Les Français aiment les smartphones, ces téléphones avec des fonctions avancées et un système d'exploitation ouvert, et le prouvent en achetant beaucoup. Dans un marché de la téléphonie mobile en excellente santé qui affiche sur la période janvier-mai une croissance de 7 %, le segment des smartphones peut se targuer d'une progression de 250 % ! C'est de facto ce segment qui tire le marché, les téléphones « classiques » reculant pour leur part de 9%. Depuis le début de l'année, un téléphone mobile sur quatre (24 %

exactement) est un smartphone. La France se classe donc deuxième pays européen, derrière la Grande-Bretagne. Il devrait s'en vendre la bagatelle de 7,3 millions cette année dans l'Hexagone. Selon GfK, les consommateurs perçoivent aisément la valeur ajoutée que représente un smartphone et ne rechignent pas à payer plus cher... d'autant que les opérateurs subventionnent bien ces appareils. L'explosion du marché des smartphones favorise à la fois la prolifération et

la diversification des contenus proposés aux possesseurs de ces appareils : « A titre d'exemple, nous avons mesuré l'offre d'applications disponibles sur l'Apple App Store : celle-ci a augmenté de 58 % de janvier à mai » constate Frédéric Patissier, Chef de Groupe Contenus Mobiles chez GfK Retail and Technology. Les jeux restent les premiers soft sur l'App Store selon GfK.



## Observatoire français du jeu vidéo

### Premiers résultats d'enquête

Le SNJV (Syndicat National du Jeu Vidéo) a initié une enquête dans le cadre de l'observatoire français du jeu vidéo, en partenariat avec le CNC. Visant à dresser une monographie et un état des lieux de l'industrie de la production française du secteur, cette enquête livre ses premiers résultats.

Le SNJV reconnaît que sur les 244 entreprises consultées, seules 96 ont répondu, « soit un taux de réponse de moins de 40 % ». Et le SNJV d'avertir : « A noter que certaines des entreprises parmi les plus importantes n'ont pas répondu à l'enquête, ce qui invalide de fait un certain nombre d'indicateurs visant à mesurer l'activité économique du secteur. S'agissant d'une première enquête et compte tenu du faible taux de retour, les résultats qui figurent dans ce document ne peuvent pas être considérés comme représentatifs du secteur du jeu vidéo dans son ensemble. En revanche, cette étude livre une image fidèle du segment de la création et du développement de jeux. »

Nous vous livrons donc quelques résultats de cette enquête, à manier avec précaution. Tout d'abord, l'enquête constate que « La plupart des entreprises sont actives dans plusieurs domaines liés au jeu vidéo. 84,4 % des 96 entreprises répondantes déclarent avoir une activité de création et de développement. 36,5 % ont une activité d'édition, 13,5 % une activité de distribution et 13,5 % une activité de « middleware ». Côté chiffre d'affaires, un gros quart des entreprises affichent un CA inférieur à 100 000 euros. 39,1 % déclarent un chiffre d'affaires compris entre 100 000 euros et un million d'euros et un tiers % un chiffre d'affaires supérieur à un million d'euros. Mais certaines réalisent beaucoup plus puisque, en moyenne, chaque entreprise réalise 2,76 millions d'euros de chiffre d'affaires. Côté activité, près de 80 % (78,1 %) des entreprises qui ont répondu disent avoir engagé le développement de nouveaux jeux en 2009 et les deux tiers déclarent qu'au moins un jeu auquel ils ont participé a été commercialisé l'an passé. Enfin, bonne nouvelle, la majorité des entreprises pensent embaucher. Les effectifs permanents moyens en équivalent temps plein s'établissent à 27 salariés au 1er janvier 2010.

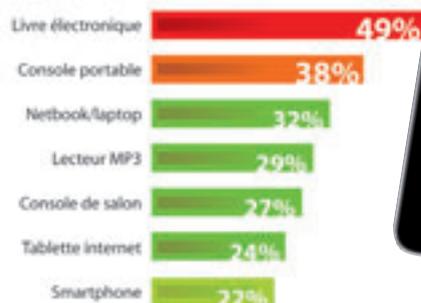
# iPad machine de jeu ?

### Conséquences de l'iPad sur les autres terminaux

Lequel des terminaux suivants est selon vous le plus agréable pour jouer ?



Le ou lesquels des terminaux suivants n'achetez-vous pas depuis que vous possédez un iPad ?



Resolve Market Research s'est penché sur le tout jeune iPad. Il s'agit de découvrir comment il est utilisé par ses propriétaires. L'étude a été réalisée en ligne aux Etats-Unis, et ses résultats ne sont pas duplicables pour la France mais apporte cependant quelques enseignements. L'étude a par ailleurs été faite selon une approche intéressante : quelles sont les intentions avant l'achat, puis après l'achat. Compte tenu que l'iPad a été positionné par son inventeur et fabricant, Apple, comme avant tout une machine pour surfer et lire des contenus écrits ou

vidéo, il est logique que seuls 28 % des personnes interrogées déclarent que le jeu fait partie de leurs intentions d'utilisation. 23 % estiment d'ailleurs que l'iPad est le dispositif le plus agréable pour jouer. Mais une fois la machine en leur possession, les choses changent. En effet pour 38 % des nouveaux utilisateurs, il n'est plus question d'acheter une console de jeu. Si l'iPhone a eu un impact sur le marché des jeux vidéo mobiles en permettant aux jeux sur téléphone de réellement exploser et sans doute en prenant une part du business des consoles portables, l'iPad pourrait bien enfoncer le clou.



Le son à la poursuite  
du design



Enceinte multimédia 2.1 3 voies  
31 watts RMS / 62 watts Peak Power  
Niveau de pression acoustique (SPL) : 95 dB  
1 médium de 3" sous chaque satellite  
2 tweeters de 1" (aigus) dans chaque satellite  
Caisson de basses avec haut-parleur de 6,5"  
Entrée auxiliaire et contrôles sur satellite droit



VS4621

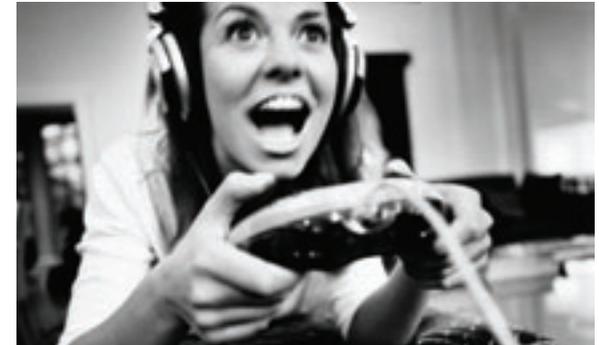
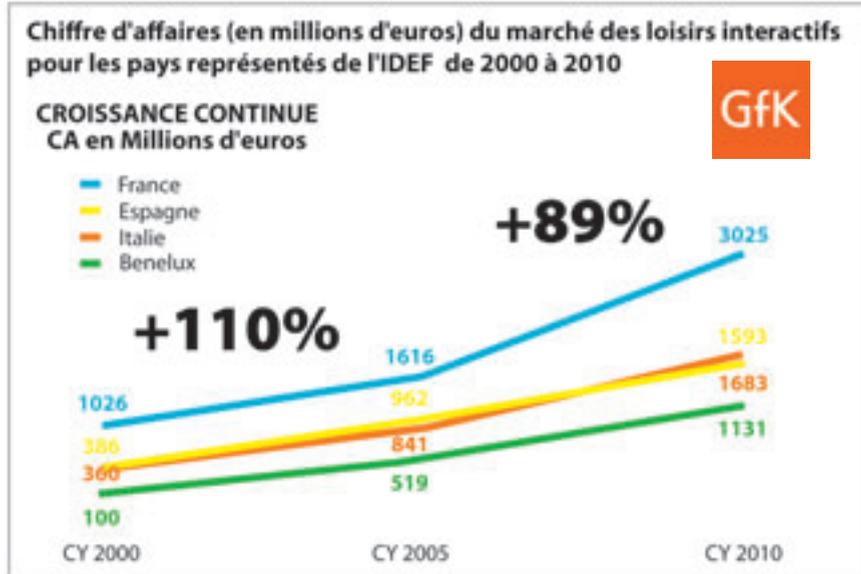
hear what's next™

70 YEARS  
of AUDIO  
INNOVATION  
www.alteclansing.fr

COMTRADE Distributeur exclusif pour la France | Tel : 01 56 470 470 | Fax : 01 56 470 471 | www.comtrade.fr

# Jeux vidéo dans le cycle

**A** l'occasion de l'Idef, GfK a communiqué sa vision du marché. Préférant ne pas insister sur le recul enregistré depuis le début de l'année et faisant suite au recul de 2009, le cabinet d'études a tenu à mettre en perspectives l'évolution du jeu vidéo sur une longue période. Et là, le résultat est probant : le marché croît par cycle de génération de consoles, chaque nouvelle génération dépassant la précédente. Pour 2010, GfK estime le chiffre d'affaires du marché (jeux + consoles + accessoires) autour de trois milliards d'euros, c'est-à-dire équivalent à 2009. Mais en 2014 il pourrait atteindre 3,8 milliards. Enfin, GfK dévoile que le marché mondial a représenté 55 milliards d'euros en 2009, dont 39 % réalisé dans la zone EMEA (Europe, Moyen Orient et Afrique).



## MTV Networks France



**L**e groupe audiovisuel qui comprend les chaînes MTV, Nickelodeon et GameOne se réjouit des bonnes performances enregistrées par Mediamat Thematik sur la période du 1er mars au 20 juin.

- Nickelodeon : audiences en hausse

La chaîne de télévision Nickelodeon vient d'enregistrer de bons résultats en parts d'audience (pda). Parmi les chaînes dites de l'offre étendue (Câble/Satellite/ADSL hors TNT), Nickelodeon quatrième sur les quatre ans et plus, cinquième sur les 4-14 ans et deuxième sur les 11-14 ans.

- Game One : La chaîne des « Générations Digitales » pour reprendre son slogan, s'affiche comme première chaîne thématique des 15-24 ans (1,2 % de part d'audience) et deuxième des 15-34 ans, avec 0,8 %.

- Toujours selon la même étude, Les différentes chaînes de MTV (MTV, MTV Base, MTV Ulse et MTV Idol) constituent le premier multiplexe thématique sur les 15-24 ans avec 1,6 % de parts d'audience et 0,9 % sur les 25-35 ans.



Nicolas Pruvot  
(interview réalisée en juin)

## Argus du jeu vidéo d'occasion

**JDLI : A combien s'élève aujourd'hui la base de données du site ?**

Nicolas Pruvot : A ce jour, Digidote compte 30 799 références de jeux vidéo et 2 204 téléphones mobiles cotés. Cette base est mise à jour toutes les semaines. On y retrouve alors tous les nouveaux produits référencés sur 2xmoinscher.com. Ce sont près de 100 références supplémentaires de jeux qui sont ajoutées au Digidote chaque semaine.

**Quelles sont les tendances en termes de recherches de jeux depuis le lancement ?**

La recherche dans l'univers du jeu représente environ 70 % des recherches totales. Parmi les informations recherchées

sur Digidote, on remarque la prédominance des recherches concernant les jeux vidéo, avec tout d'abord celles concernant les jeux intemporels, qui rassemblent malgré leur date de création toujours autant de fans et de joueurs. A côté de ça se dessine un véritable intérêt pour les jeux de type rétro gaming parmi lesquels on remarque la percée des célèbres Game & Watch. En règle générale, ce qui ressort de ces statistiques au bout d'un mois d'exploitation est que les utilisateurs viennent consulter la valeur de leurs vieux jeux vidéo.

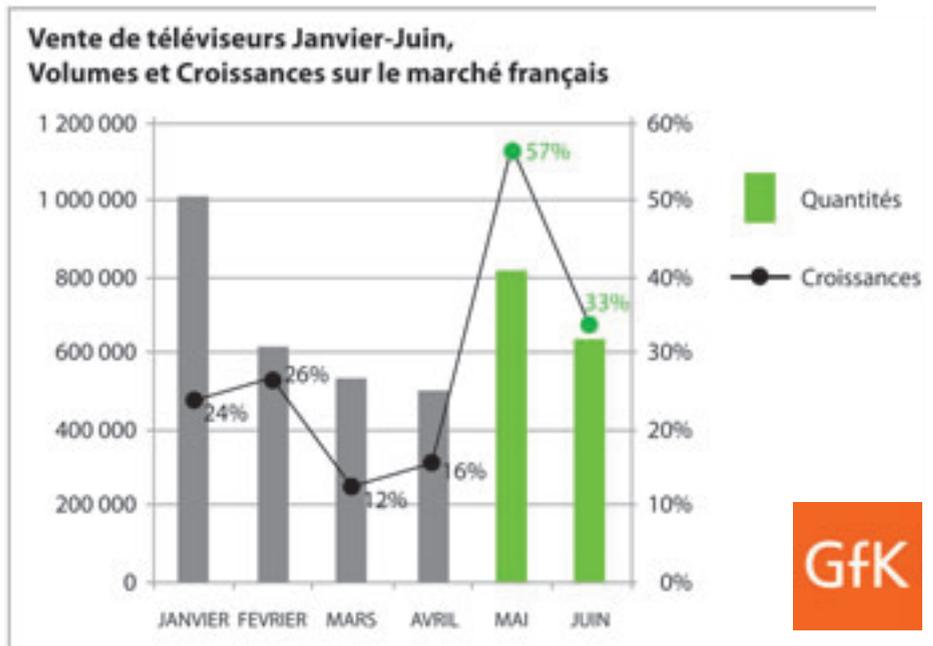
**Correspondent-elles aux tendances observées sur 2xmoinscher ?**

Le comportement des visiteurs n'est pas le même sur 2xmoinscher que sur Digidote. Sur le site 2xmoinscher.com, on observe essentiellement des recherches sur des jeux très connus et récents. Sur



# GfK Pas de grève pour les ventes de téléviseurs

La Coupe du Monde de football aura certes rapidement tournée au fiasco pour l'équipe de France, mais les ventes de téléviseurs ont encore une fois fait un bond à l'occasion d'un événement sportif d'envergure. « La croissance des ventes de téléviseurs est toujours soutenue depuis le début de l'année à plus ou moins grâce au passage au tout numérique. Mais on constate que l'effet Coupe du Monde sur les périodes de mai et juin ont fait apparaître des pics de croissance de respectivement 57% et 33% ! », commente Oli Malandra, Directeur du Groupe Electronique Grand Public GfK Retail and Technology France. Au total, il y a eu à 250 000 pièces les ventes directement liées à l'événement sud-africain. Rappelons que deux enseignes avaient fait le pari finalement peu risqué de rembourser les téléviseurs à leurs clients chez elles dans une période donnée. Cela a boosté les ventes, à défaut de booster les résultats l'équipe France...



En mai, le site 2xmoinscher lançait Digicote, un argus en ligne pour le jeu vidéo et la téléphonie d'occasion. Quelques semaines après, Nicolas Pruvot, Responsable de la catégorie jeux vidéo, nous donne les premières tendances observées.

Digicote, la recherche est plus pointue, on cherche souvent à se renseigner sur des produits très rares, ceux-ci sont consultés un grand nombre de fois. Tout ce qui est rare étant cher, les utilisateurs avertis ou non cherchent à bien cerner le prix de vente du produit. Au contraire, les produits récents, plus nombreux seront moins consultés en terme de cote mais plus en fiche achat sur 2xmoinscher.com et ce par un public beaucoup plus large, moins cantonné aux passionnés.

### Comptez-vous conclure des partenariats à l'avenir autour de Digicote ?

Nous réfléchissons sur l'éventualité et la pertinence d'inclure d'autres produits dans la sphère de Digicote. Le site propose déjà un éventail très complet en matière de

jeux et de téléphone. Nous restons ouverts aux demandes de partenariats, si des sites ou des publications sont intéressés par ce contenu.

### Comment souhaitez-vous faire évoluer le site ?

Les changements qui vont être opérés vont l'être en termes de visibilité. Il y a un mois, au lancement, notre objectif était surtout de voir si les gens allaient adhérer à ce système, les fans notamment. Au bout de quatre semaines, les résultats sont très encourageants. 60% des usagers de Digicote viennent de 2xmoinscher.com et les retours des utilisateurs sont vraiment positifs. L'objectif va maintenant être d'améliorer l'accessibilité et l'attractivité du site.

# Ubisoft démarre bien

Le premier trimestre fiscal de l'éditeur français Ubisoft s'est soldé par un résultat supérieur aux prévisions et a été naturellement salué par la Bourse où l'action a repris quelques couleurs après une mauvaise passe. Avec 160 millions d'euros, Ubisoft a donc réussi à démarrer son année fiscale sur une hausse de 93% par rapport aux 83 millions du premier trimestre 2009-2010. L'objectif était de 145 millions.

Le succès repose sur les bonnes ventes de Splinter Cell Conviction (1,9 million de pièces en sell-in), sur les bonnes performances du back catalogue. Pour la suite Yves Guillemot, PDG d'Ubisoft est très confiant, notamment grâce à Assassin's Creed Brotherhood dont les précommandes dépasseraient de 20% le Assassin's Creed précédent. Just Dance 2 s'annonce également comme un carton. Voir aussi en Une.



UBISOFT

# IDEF 2010

Depuis 2006, la saison marque un moment fort fin juin à l'occasion du salon professionnel du jeu vidéo prenant place au Palais des Festivals de Cannes. Parfaitement rodé, l'Idef réunit constructeurs, éditeurs et distributeurs pour dessiner les tendances du second semestre et au-delà. Une cinquième édition de l'Idef évidemment marquée par un marché dont les performances marquent le pas depuis l'année dernière mais dont les promesses pour les prochains mois permettent d'être assez optimiste. par Sébastien Anxolabéhère

**F**in juin, pas moins de 3 500 personnes se seront données rendez-vous à Cannes sur trois jours pour participer à ce qui constitue aujourd'hui un moment clé dans les discussions entre professionnels de neuf nationalités différentes. Si l'habituelle conférence de presse de GfK n'ouvrirait pas cette année le bal des festivités mais se tenait le deuxième jour, la traditionnelle soirée d'ouverture, cette année sur la Plage de l'hôtel Martinez, avait des allures de véritable fête.

Avec une baisse de 9 % en valeur du marché des loisirs interactifs (à 830 millions d'euros) et une chute notable en particulier du secteur des consoles portables (-31% en valeur, hard et soft confondus), les performances des cinq premiers mois 2010 n'auront en effet globalement pas été des plus réjouissantes. Si l'ambiance du salon affiche toujours un aspect décontracté, on sentait aussi cette année un recentrage

de nombreux éditeurs autour de catalogues aux proportions raisonnables et articulés autour de titres forts qui devraient en revanche être puissamment supportés. Comme GfK l'a confirmé, le phénomène de concentration tend effectivement à s'accroître autour de certains titres élevés au rang de blockbusters. Régulièrement évoqué, le succès remarqué ces dernières semaines d'un titre comme Red Dead Redemption, s'il aura fait le bonheur de son éditeur Take Two, aura évidemment eu des conséquences fâcheuses pour certains titres ayant eu la mauvaise idée de paraître dans la même fenêtre de sortie. Plus que jamais, l'art d'ajuster les plannings de parution est devenu une science stratégique. De plus en plus, on observe par ailleurs que certains développeurs de renom font le déplacement sur l'Idef pour présenter des versions de leurs jeux en développement.

Côté constructeurs, plusieurs nouveautés attendues pour les prochains mois devraient redonner du dynamisme au cycle actuel déjà vieillissant de consoles. Après une présentation événementielle sur le salon de l'E3 à Los Angeles, la Nintendo 3DS est d'ores et déjà attendue comme un prochain événement, apte à démocratiser le jeu vidéo en 3D. Si la console n'était pas physiquement présente sur l'Idef (voir en revanche le focus sur la présentation parisienne de Nintendo page 39), la prochaine plate-forme portable du constructeur japonais qui pourrait redynamiser le segment de la console portable n'en était pas moins l'objet de nombreuses discussions dans les allées du salon. S'il est encore trop tôt pour parler également d'une prochaine génération de consoles de salon (l'actuelle change tout de même de robe à l'image de la console Microsoft relookée), les PlayStation 3 et Xbox 360 vont toutes



La course de charité Idef 5KM accueillait cette année près de 400 coureurs et a récolté près de 80 000 euros destinés à la protection de l'enfance



# en attendant le rebond

Salon



Les acheteurs annoncent la visite de 560 acheteurs de 12 pays



Le salon accueillait sur trois jours 92 exposants, en provenance de neuf pays



La soirée d'ouverture de l'idef a réuni cette année 1 200 personnes sur la plage de l'hôtel Majestic

deux accueillir de nouvelles interfaces. Plusieurs questions restent en suspens : Dans quelle mesure impacteront-elles véritablement sur le cycle de vie des consoles concernées ? Si elles semblent parfaitement indiquées pour les joueurs occasionnels et suivent la tendance inscrite par Nintendo avec la Wii il y a quatre ans, sauront-elles séduire les gamers ?

Sony ouvrira le bal avec PlayStation Move, prévu pour mi-septembre. Plusieurs bornes étaient mises à disposition sur le salon, permettant de constater la précision de l'ensemble avec par exemple une simulation de ping-pong. Un panel de titres dédiés seront publiés simultanément comme Sports Champions et d'autres bénéficieront de versions spéciales ou de mises à jour pour être compatibles comme Heavy Rain, avec l'objectif visiblement de s'adresser tant au grand public qu'aux gamers. Kinect, le système de repérage

des joueurs pour Xbox 360 permettant de se passer de manette pour jouer et naviguer dans les menus de la console, était également présent sur le salon dans une version visiblement très proche de celle que l'on trouvera dans le commerce. Si le premier contact avec Kinect est plutôt enthousiasmant (et particulièrement physique !), le manque de jeu vraiment ambitieux exploitant cette technologie incite à rester prudent en ce qui concerne le public gamer. Kinect est prévu pour début novembre.

## Du soft de haute qualité

Du côté des jeux, les prochains mois s'annoncent

chargés, et ce dans la plupart des genres.

Le (longtemps) attendu Gran Turismo 5 devrait enfin devenir une réalité en fin d'année après moults reports. Nintendo devrait faire parler de lui avec des titres comme Wii Party, Donkey Kong Returns ou encore Metroid Other M sur Wii, des jeux reposant sur des formules ayant amplement fait leurs preuves et qui se montrent toujours aussi séduisants. Certains éditeurs impressionnent toujours par la diversité et la tenue de leurs catalogues comme Ubisoft, Electronic Arts ou encore Activision Blizzard.

Sans surprise, c'est de leur côté

que l'on trouvera une bonne partie des titres déjà favoris pour la fin d'année comme un certain Call of Duty Black Ops (le précédent volet de la série, Modern Warfare 2, a atteint des scores historiques de ventes), Assassin's Creed Brotherhood (qui accueillera pour la première fois du multijoueurs), le jeu basé sur Michael Jackson, l'impressionnant retour de Medal of Honor aux affaires ou encore un Need for Speed Hot Pursuit renouant avec les racines de la saga. Du côté des bonnes surprises ou des confirmations, on notera plusieurs titres qui ont de fortes chances de faire parler d'eux à leur sortie. Rage d'id Software/Bethesda, HomeWorld chez THQ, Dead Rising 2 de Capcom, Epic Mickey de Disney ou encore le nouveau Deus Ex chez Square Enix sont, entre autres, particulièrement prometteurs.





# IDEF 2010, en attendant le rebond



## Micromania

Trois questions à Pierre Cuilleret, Président de Micromania

### JDLI : Quel bilan dressez-vous de cette édition de l'Idef ?

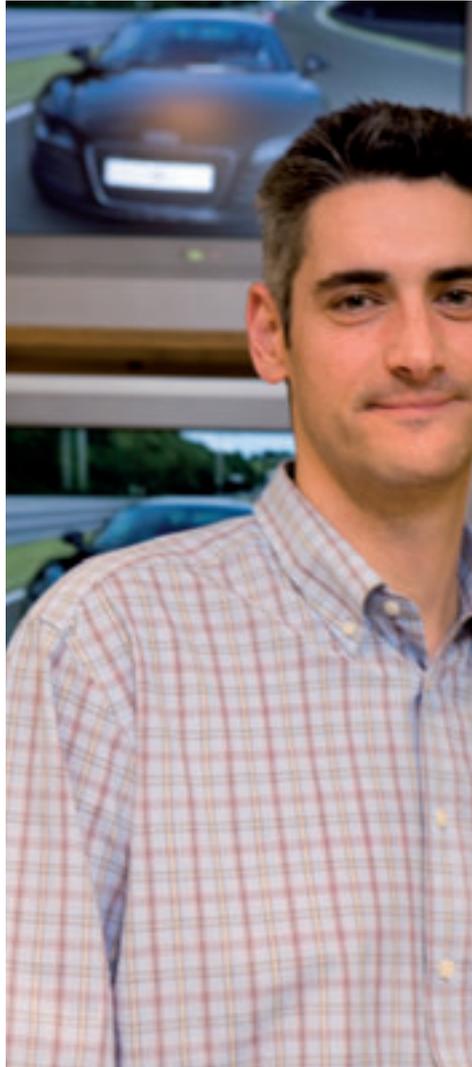
Pierre Cuilleret : On voit que beaucoup de très bons titres sortiront avant la fin d'année, mais que l'on y trouve peu de créations originales néanmoins. Un embouteillage est à prévoir notamment sur le mois de novembre, ce qui provoquera des échecs commerciaux qui auraient pu être évités en sortant des jeux pendant le désert des neuf premiers mois de l'année. Comme dans le cinéma, les éditeurs gagneraient à se coordonner sur les dates de sortie afin d'éviter ces collisions frontales. C'est dommage quand on pense à toute l'énergie et le talent déployés par les développeurs.

### Avez-vous eu des surprises sur le salon ?

Malheureusement pas de surprises, ayant déjà découvert Move et Kinect à l'E3. On compte globalement beaucoup de suites de qualité sur des franchises connues. N'oublions pas que nous sommes dans une industrie du divertissement, où l'imagination doit rester au pouvoir. Espérons que les développeurs vont s'emparer de PlayStation Move et de Kinect pour surprendre les joueurs, gamers comme occasionnels.

### L'Idef vous a-t-il conforté dans votre vision de cette fin d'année ?

Oui, nous restons optimistes et prudents en raison de l'embouteillage de titres sur novembre. Le pouvoir d'achat des joueurs en fin d'année n'est pas extensible à l'infini : ils devront faire des choix, et nous aussi.



## Game

Trois questions à Arnaud Decaillet, Directeur des Achats GAME

### JDLI : Quel bilan dressez-vous de cette édition de l'Idef ?

Arnaud Decaillet : Voilà un salon qui annonce une belle fin d'année et une belle prévision pour 2011. PlayStation Move, jeux en 3D, Kinect, retour old school de Nintendo avec DonkeyKong... Des jeux de qualité orientés « gamers » qui devraient satisfaire un public averti et exigeant et des jeux et nouveaux accessoires « casuels » pour les familles... Nous sommes sur un marché dynamique qui fera parler de lui en fin d'année !

### Avez-vous eu des surprises sur le salon ?

Non... Mais nous sommes confortés par rapport à nos ressentis sur l'E3. Et nous aurions bien aimé voir ou revoir la DS 3D...

### L'Idef vous a-t-il conforté dans votre vision de cette fin d'année ?

Oui.



## Fnac

Trois questions à Frédéric Epain, Chef de secteur Gaming

### JDLI : Quel bilan dressez-vous de cette édition de l'Idef ?

Frédéric Epain : Il est globalement positif avec de nombreux jeux de qualité pour une fin d'année qui s'annonce riche, tant sur le hardware que sur le software. L'Idef est aussi un moment privilégié pour faire le point sur le marché du jeu vidéo avec l'ensemble des éditeurs ou par le biais de la conférence Gfk. Pour la Fnac, c'est bien sûr un moment important pour négocier les principales actions jusqu'à la fin de l'année mais aussi exposer en détail notre stratégie et nos ambitions sur le jeu vidéo.

### Avez-vous eu des surprises sur le salon ?

Oui, de par la qualité générale des jeux présentés y compris sur des licences pour lesquelles les attentes n'étaient pas nécessairement les plus fortes. Bien sûr, l'E3 avait déjà donné le ton quelques jours avant sur l'essentiel de ces mêmes nouveautés.

### L'Idef vous a-t-il conforté dans votre vision de cette fin d'année ?

Dans un contexte de marché difficile, il est toujours rassurant de constater que les produits qui arriveront en fin d'année sont à la fois nombreux et de qualité. De ce point de vue, cette édition de l'Idef a été rassurante. La part d'investissement des éditeurs pour créer de beaux événements à la sortie des jeux dans nos magasins est un signe fort. Notre vision de la fin d'année reste résolument optimiste et dynamique et nous mettons tous les moyens en œuvre pour nous démarquer.



# Les accessoires officiels une expérience ultime !



DISTRIBUÉ EN EUROPE PAR  
**WORLD TRADE & TECHNOLOGIES**  
T +33 (0) 1 48 10 68 22 - F +33 (0) 1 48 10 77 78





# MuseoGames

## L'histoire en mode



Entretien avec

**Stéphane Natkin**

Commissaire scientifique de l'exposition  
et Directeur de l'ENJMIN

### JDLI : Comment est né MuseoGames ?

Stéphane Natkin : Pour marquer la dixième année de la rénovation du Musée des Arts et Métiers, ses responsables souhaitaient organiser une exposition temporaire marquante, apte à toucher le grand public. Le Conservatoire National des Arts et Métiers était déjà engagé dans le jeu vidéo via l'Ecole Nationale du Jeu et des Médias Interactifs et le Centre d'Etude et de Recherche en Informatique. Il s'est rapidement avéré qu'il s'agissait d'une thématique idéale pour rallier le plus grand nombre. Le principe d'une exposition temporaire sur le jeu vidéo a été lancé il y a environ un an et demi et est passé par plusieurs projets différents. Certains, comme celui que je privilégiais, se penchaient sur l'évolution du média jeu vidéo au fil des années et sur son aspect sociétal. D'autres se concentraient sur une appréhension plus strictement technique de l'histoire des machines. Le



Le Musée des Arts et Métiers de Paris accueille jusqu'au 7 novembre prochain MuseoGames, une exposition temporaire retraçant l'histoire du jeu vidéo. L'une de ses particularités est de permettre au public de jouer à la plupart des machines marquantes des 30 dernières années. Stéphane Natkin, Commissaire scientifique de l'exposition et Directeur de l'Ecole nationale du jeu et des médias interactifs numériques (ENJMIN), revient pour nous sur les origines et objectifs de MuseoGames. par Patrick Helliou

résultat final est la convergence du point de vue des trois commissaires: Pierre Giner, auteur de la scénographie, Loïc Petitgirard l'historien et moi-même, le ludo prof. L'exposition se situe entre ces deux tendances et aborde à la fois les machines, les jeux et les auteurs qui ont participé à l'histoire du jeu vidéo via par exemple des documents vidéo incluant des interviews de personnalités comme Peter Molyneux ou David Cage, de chercheurs ou encore de collectionneurs.

### Quel est le public visé ?

L'objectif de MuseoGames est de s'adresser à toutes les personnes curieuses vis-à-vis du jeu vidéo. Aussi bien d'anciens joueurs qui vont pouvoir renouer avec une console ou un jeu qu'ils ont connu à une époque, que des personnes ne connaissant pas du tout le média et souhaiteraient en découvrir l'histoire. Et puis bien sûr aussi les passionnés qui pourront mettre la main sur des machines rares comme la borne d'arcade Time Traveller qui évoque une représentation holographique !

### L'une des particularités de MuseoGames est de proposer des bornes jouables. Cela n'a-t-il pas été complexe à mettre en place ?

Le fait de proposer des bornes jouables était un point commun aux différents projets qui ont été proposés. Il nous semblait en effet primordial de rendre les machines accessibles et de proposer des expériences de gameplay. Pourrait-on organiser une exposition sur le cinéma sans permettre aux visiteurs d'expérimenter des extraits du média en question ? Pour proposer des machines jouables, un partenariat a été mis en place avec l'association MO5, qui fournit toutes les machines accessibles au public sur l'exposition. En effet, si le Musée des Arts et Métiers dispose d'un fond propre de machines anciennes, celles-ci ne peuvent être mises à disposition que des chercheurs. Nous nous sommes concertés avec des spécialistes comme Thierry Perreau, Emmanuel Guardiola ou Nicolas Gaume pour définir quelles étaient les machines marquantes à faire figurer dans cette exposition et quel jeu était le plus représentatif de chaque support.





# mes

## e du jeu vidéo

### e jouable



#### Quelle période précisément MuseoGames couvre-t-il ?

Des débuts du jeu vidéo à ce que nous situons comme l'émergence du casual gaming ces dernières années. La machine la plus récente de l'exposition est la Xbox, qui fait déjà partie de l'histoire du jeu vidéo. Dans cette optique, la présence des machines actuelles aurait été hors-sujet, d'autant plus que nous ne disposons pas du recul nécessaire aujourd'hui pour mettre ces plates-formes en perspective par rapport à l'évolution de l'industrie.

#### Quel premier bilan, quelques jours après l'ouverture, tirez-vous de la fréquentation de MuseoGames ?

Le musée n'a pas encore de chiffres précis à vous communiquer mais je peux vous dire que nous avons atteint l'un de nos objectifs car il s'agit de l'exposition temporaire ayant à ce jour enregistré le plus de visiteurs dans les jours qui ont suivi son ouverture au Musée des Arts et Métiers. Nous avons par exemple été assez surpris du nombre de personnes s'étant déplacés le soir de l'inauguration où certains visiteurs ont dû patienter plus de deux heures pour accéder à MuseoGames. On sent un réel engouement.



# MuseoGames



**A terme, l'objectif n'est-il pas de créer un musée permanent du jeu vidéo ?**

Bien sûr, ce serait complètement légitime aujourd'hui, même si cela n'a pas forcément vocation à prendre place au Musée des Arts et Métiers. Nous sommes d'ailleurs actuellement en discussions pour voir quelle suite donner à MuseoGames. L'exposition pourrait devenir itinérante et être reprise dans différents endroits. Quoi qu'il en soit, pour en revenir à un musée permanent, nous aimerions participer à ce type de projet, c'est certain. A mon sens, si un projet de ce genre devait se mettre en place, il devrait valoriser comme MuseoGames non seulement les technologies et les jeux mais aussi les créateurs et les processus de création, à l'image de ce que l'on trouve en général dans le domaine du cinéma où l'on ne se focalise pas uniquement sur les différentes techniques de projection.

**Quel type de communication est déployé autour de MuseoGames ?**

Une campagne d'affichage est actuellement en cours dans Paris. La presse et les professionnels de l'industrie ont par ailleurs été sensibilisés à l'exposition via les fichiers de SNJV et nos différents contacts. La communication autour de MuseoGames sera maintenue jusque novembre. Différents événements vont avoir lieu dans le cadre de l'exposition, comme des conférences, qui vont aussi permettre de communiquer sur l'exposition.

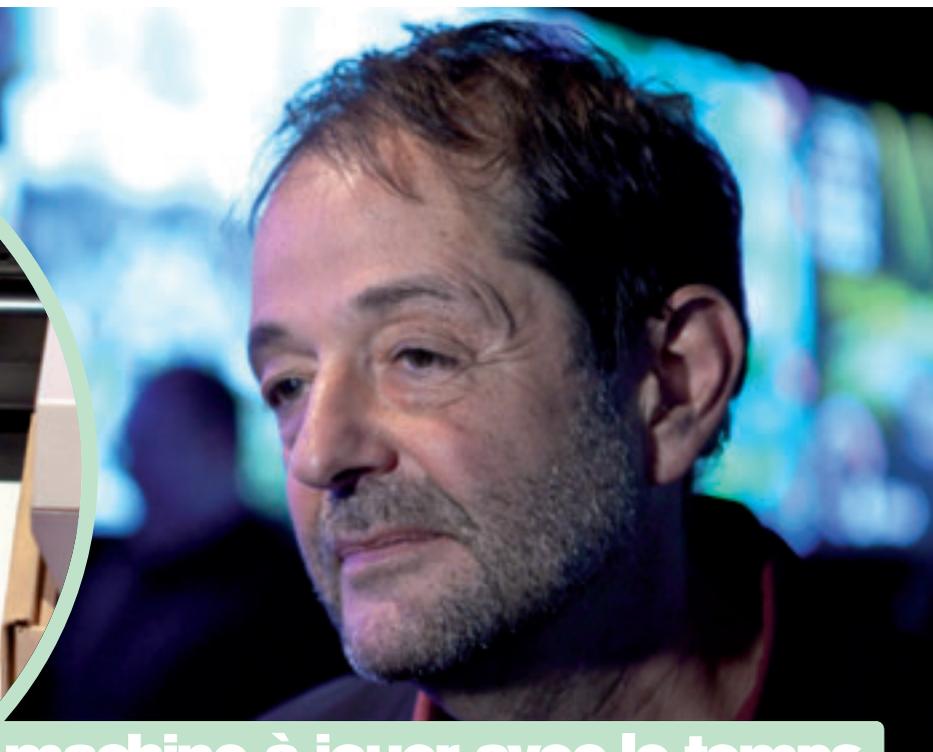
**A titre personnel, un jeu revêt-il une importance particulière pour vous dans l'histoire du jeu vidéo ?**

Oui, j'en citerais même deux qui font partie de l'histoire de l'ENJMIN et de mon rapport aux jeux. Tout d'abord le premier Rayman qui était très

marquant à sa sortie en 1995 et puis Rez, à la fois jeu d'action et jeu musical qui, par son côté génératif est encore à l'avant-garde du jeu vidéo.

**Plusieurs initiatives se mettent en place pour valoriser l'histoire du jeu vidéo. Pourquoi aujourd'hui ?**

Je ne pense pas qu'il s'agisse d'un effet de mode mais plutôt du signe que de plus en plus de gens considèrent le jeu vidéo comme un véritable objet culturel dont il y a donc toute légitimité à en étudier l'histoire. C'est un aspect que nous abordons par exemple dans le cadre de L'Ecole Nationale du jeu et des médias interactifs numériques que je dirige. Les étudiants qui étaient sur Paris et avaient la possibilité de se rendre sur l'exposition sont venus la visiter et ont un blog accessible sur le site de l'expo.



## La machine à jouer avec le temps

Depuis le 22 juin dernier, le Musée des Arts et Métiers situé dans le troisième arrondissement de Paris accueille MuseoGames. L'exposition s'articule autour de plusieurs espaces : Salon d'écoute où sont projetées des interviews, Collection où sont exposées de nombreuses machines issues des réserves du Musée, Play où de nombreuses machines jouables sont mises à disposition du public et enfin Game Over où une sélection de bornes d'arcade répondent présentes. Sans être exhaustive, l'exposition propose une sélection très complète de machines et de jeux ayant marqué l'évolution du jeu vidéo. De Boulder Dash sur ordinateur Amstrad à Sega Rally sur Saturn de Sega en passant par GoldenEye sur Nintendo 64, Arkanoid sur Atari ST, Lemmings sur Amiga et autres jeux emblématiques sur Master System, NES ou encore VCS 2600 d'Atari, les nombreuses machines mises à disposition du public invitent à un véritable voyage dans le temps. A noter que chaque machine est jouable via sa manette d'origine, ce qui contribue à recréer les sensations d'époque (écran cathodique en moins !). Au dos de chaque joueur, les images de sa partie sont projetées sur écran géant pour assurer le spectacle. L'accès à l'exposition MuseoGames est fixé au prix très raisonnable de 5,50 euros (3,50 euros en tarif réduit).

# 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](http://gear4.com)



# MedPi 20

MARCHE

Marché

Salon

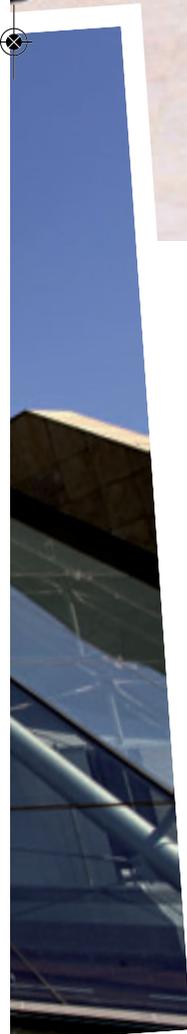
## L'innovation





# 010

Salon



Ce Medpi 2010 aura été marqué par un certain retour à la sérénité et par un intérêt retrouvé pour le produit. Conscients du danger de la démarque à tout prix, les constructeurs ont redoublé d'efforts pour placer l'innovation au centre de leurs préoccupations et cela fait longtemps que la nouveauté ne fut pas aussi fondamentale. Le salon aura donc été l'occasion de s'accorder avec la distribution sur la meilleure manière de placer cette innovation en magasin pour qu'elle soit vue et expérimentée par le consommateur, et surtout qu'elle permette au rayon de retrouver une part de rêve... et de valeur ajoutée. par Stéphane Kauffmann



L'édition 2010 a retrouvé une certaine sérénité par rapport à l'année précédente qui avait été marquée par l'arrivée de la crise et par un vent de panique qui avait soufflé sur toute l'industrie. Déstockage et promotion comme seuls vecteurs de vente avaient singulièrement compliqué la relation entre les fabricants et la distribution. 2009 a pourtant montré aussi que le hi-tech s'en sortait plutôt bien à comparer aux autres biens de consommation, tout comme on a pu constater que le déstockage massif conduisait à la destruction de





# MedPi 2010 L'innovation en magasin



toute valeur. Si cette année encore les prix furent un sujet important, le MedPi a aussi signé le retour d'une valeur fondamentale pour notre industrie, à savoir l'innovation. En 2010 au MedPi, on a parlé produit ! On le sait, le seul moyen pour retrouver de la valeur sur nos marchés est d'innover puis de promouvoir la nouveauté en magasin. Les constructeurs ont fait leur travail en amont et 2010 est un grand cru. Le MedPi était donc l'occasion rêvée pour que fabricants et distributeurs réfléchissent ensemble à la meilleure manière de promouvoir cette innovation pour redonner une part de rêve au rayon hi-tech, faire monter en gamme et globalement retrouver de la valeur sur une gamme dont les volumes ne sont pas en cause. Pour illustrer cette tendance, nous avons voulu faire le point sur deux innovations qui marquent l'année 2010 : le téléviseur 3D et l'ordinateur parfait.

## Téléviseurs 3D

Les téléviseurs 3D sont en magasin depuis quelques mois maintenant et même si les chiffres de vente ne sont logiquement pas encore très élevés, une dynamique s'est enclenchée. On a appris des erreurs du passé et le contenu suit bien plus rapidement que ce ne fut le cas pour la HD. Cependant, on retrouve malheureusement aussi les réticences habituelles des éditeurs à mettre en rayon des produits alors qu'il n'y a pas encore de parc installé significatif. Il y a trois types de contenus possibles pour le téléviseur 3D : les Blu-ray 3D, la TV 3D et les jeux vidéo 3D. Les premiers Blu-ray 3D sont prêts mais ils tardent à arriver en rayon. Certes, les constructeurs livrent un ou deux films avec leur téléviseur mais au-delà rien (à l'heure où nous écrivons ces lignes). Gageons que les premiers titres seront dans les bacs à la rentrée (L'Age de Glace 3, Coraline, Monstres contre Aliens, Tempête de boulettes géantes...) et qu'ils seront suivis comme promis par une trentaine de films d'ici à la

fin de l'année. En revanche, la télévision fut bien plus rapide que prévue. Canal + 3D est apparu à temps pour la Coupe du Monde de football et a retransmis un nombre conséquent de matchs durant l'événement. Disponible sur le satellite et par la fibre optique seulement pour des raisons de débit, la qualité est franchement remarquable et montre que l'on est prêt. En attendant des chaînes 3D dédiées, Canal+ continuera d'ailleurs à diffuser des programmes 3D sur celle mise en place pour la Coupe du Monde. Le déploiement de la TV 3D sera avant tout une affaire de débit. Pour autant, la fibre, le câble et le satellite couvrent tout de même déjà plusieurs millions de foyers et la 3D représente une motivation supplémentaire pour déployer rapidement le très haut débit. Enfin pour le jeu, la PlayStation 3 propose déjà quelques titres en 3D. C'est

un pack de petits jeux et de démonstrations qui donne un avant-goût de ce qu'il sera possible de

faire. Dès la fin de l'année, il y aura des titres-phares conçus en 3D comme Killzone 3, Crysis 2, Motorstorm Apocalypse et surtout Gran Turismo 5. Pour l'avoir essayé en 3D, on comprend bien que le jeu sera une motivation forte pour le passage au relief.

## Des produits au bon prix

Quant au matériel, il est désormais disponible en nombre. Ainsi, on compte déjà cinq lecteurs Blu-ray 3D avec des prix à partir de 250 euros ce qui est clairement une bonne nouvelle. Le surcoût modéré de la 3D constitue une motivation forte pour qu'une majorité de consommateurs qui veulent s'équiper d'un lecteur optent de suite pour un modèle compatible avec le relief. Les téléviseurs sont là aussi et se déclinent désormais en taille, mais sans passer sous les 40 pouces qui est le minimum exigible pour une expérience 3D réussie. Les prix sont évidemment dans le haut de gamme ne serait-ce



**SEDEA**  
LE NUMÉRIQUE TERRESTRE ET SATELLITE

FujiOnkyo  
www.fujionkyo.fr

VISIONIC  
www.visionic.tm.fr

Kyostar  
www.kyostar.fr

FLAGTV  
www.flagtv.fr



**FLAGTV**

\*Examen Monadia : test produit réalisé par un jury de 20 consommateurs, en situation réelle d'utilisation, dans la Maison Test® en avril 2010  
www.tropheedelamaison.com



Fini l'antenne râteau, SEDEA réinvente l'antenne extérieure. Amplifiée et dotée d'une résistance à toute épreuve, celle-ci allie performance et élégance pour une qualité d'image et de son à couper le souffle.



Ultra Compact



1 péritel



Enregistreur TNT Multimédia



1 péritel



2 péritel



Enregistreur TNT Multimédia

2 péritel



Une gamme complète de récepteurs



TNT SAT

LA TNT GRATUITE PAR LE SATELLITE  
Disponible sur ASTRA

Récepteur TENTSAT **CANAL READY**



Antenne Satellite Extra plate



Existe en 1 ou 2 sorties indépendantes

Nouvelle antenne innovante dans une coque fine et discrète avec 2 LNB universels déjà intégrés. Elle se logera discrètement sur votre maison et s'intégrera harmonieusement dans le paysage. Très facile et rapide à installer où vous le souhaitez (sur votre maison au mur, balcon...). Portable, elle est donc idéale pour les utilisations nomades (caravaning).

**WWW.SEDEA.FR**

Informations et contact : Laurence EVRARD  
03 20 96 59 92 - laurence@sedea.fr



# MedPi 2010 L'innovation en magasin



que par la technicité requise mais pour autant, ils sont restés raisonnables en démarrant aux alentours de 1 300 euros pour un 40 pouces et 1 600 euros pour un 46 pouces, soit environs 300 euros de plus que le modèle équivalent en 2D. Cela crée de la valeur mais aussi un marché réel puisqu'accessible. Au MedPi, la tendance est à la multiplication des références 3D et d'ici à la fin de l'année, chacun des grands constructeurs devrait avoir une gamme complète avec au total une vingtaine de références en magasin.

## Une opportunité en magasin

Tout est donc en place pour que les Fêtes soient en 3D, d'autant que les constructeurs jouent aussi le jeu en matière de communication.

Des campagnes massives ont été mises en place par Sony, Samsung et Panasonic. Elles devraient largement contribuer à la reconnaissance spontanée par le grand public et créer une motivation d'achat. Reste à bâtir un rayon qui relaie efficacement cette nouvelle dimension. Le maître mot sera bien sûr la démonstration. Pour faire adopter la 3D, elle doit être essayée. Les constructeurs fournissent des meubles et des solutions adéquates pour mettre les lunettes en libre-service, il incombe au magasin de mettre à disposition l'espace nécessaire et d'y affecter un vendeur. Ce fut déjà le cas au lancement et on espère que cela le sera encore plus massivement à la fin de l'année. Un rayon 3D qui montre et qui regroupe l'offre comme les contenus pourra servir de moteur à toute la partie audio-vidéo du magasin. Et il semble bien que le MedPi ait permis d'avancer dans ce sens entre les différents acteurs.

## Une dynamique positive

Certes la 3D ne sera pas un marché de masse cette année, mais elle peut servir à redorer le blason du rayon TV et à inverser la dynamique du prix le plus bas. À l'heure où il est entré dans les mœurs qu'un téléviseur plat coûte 500 euros, donner envie avec du haut de gamme qui démarre à plus de 1 000 ne peut être que salvateur. Non, le téléviseur plat n'est pas un produit de consommation courante, c'est une part de rêve que l'on met dans le salon. Et la 3D s'inscrit parfaitement dans cette démarche. Par ailleurs, cela ne devrait pas trop changer dans un proche avenir car la technologie requise pour la 3D implique du haut de gamme. Rappelons qu'il faut tout faire pour sortir de la destruction de valeur qui fait qu'un marché colossal à plus 30 % de croissance en volume arrive à peine à être étalé en chiffre d'affaires.

## L'ordinateur qui fait tout bien

Autre marché où l'innovation ne manque pas, l'ordinateur soulève encore davantage le problème d'une valeur qu'il faut retrouver face à une destruction massive. Là encore, du côté matériel tout est en place pour réussir avec au centre un ordinateur portable plus nomade, plus puissant et plus design que jamais. Pour cette rentrée et ensuite pour la fin d'année, la montée en gamme peut se faire très simplement car l'innovation y invite littéralement. Pour autant, ce raisonnement déjà amorcé l'année dernière avec la finesse a connu un échec relatif en magasin et il faut espérer qu'il aura servi de leçon. En 2009, le magasin était tout orienté sur la guerre des prix et sur la promotion, ne laissant aucun espace pour la valeur ajoutée. Ainsi, les ordinateurs plus nomades, plus fins et plus autonomes furent noyés dans la masse sans aucun effort pédagogique ou de mise en avant. Il est vrai que la communication ne fut guère plus exemplaire, avec un discours peu ciblé et pas assez clair sur les avantages produit contrairement à d'autres marchés, le LED en TV par exemple. Cette année, il y a déjà le dollar qui n'aide guère à la seule politique de promotion et il n'y aura sans doute pas de meilleurs prix que l'année précédente.

## Une situation inédite

Parallèlement, l'année 2010 marque la naissance de l'ordinateur portable qui n'a plus à sacrifier une caractéristique au bénéfice d'une autre, créant par là même une opportunité de montée en gamme logique qu'il faut vraiment saisir. Avec une nouvelle gamme de processeurs chez Intel autorisant beaucoup de puissance avec une faible consommation, on se rapproche de l'ordinateur parfait. Ainsi en grand public, un fabricant peut construire un ordinateur très nomade, très fin, très design, très autonome et aussi très performant sans que les prix ne





s'envolent pour autant. Il n'y a plus qu'une seule caractéristique qui détermine le degré de nomadisme : la taille d'écran. Et dans chacune, on peut désormais proposer le moins encombrant possible sans renoncer à la performance pour autant. Au MedPi, chaque constructeur a montré une gamme complète d'ordinateurs très nomades au regard de la taille, avec pour autant les meilleures performances possibles. Cela autorise aussi des designs de plus en plus raffinés avec des voies différentes selon le fabricant, ce qui crée une diversité salvatrice. À signaler aussi que l'ordinateur de bureau retrouve ses lettres de noblesse avec le tout-en-un devenu mature cette année. En la matière aussi, il y a désormais association des meilleures performances à une ergonomie et à un design soigné, avec une réelle montée en gamme sans pour autant que le clivage avec l'entrée de gamme ne soit trop grand.

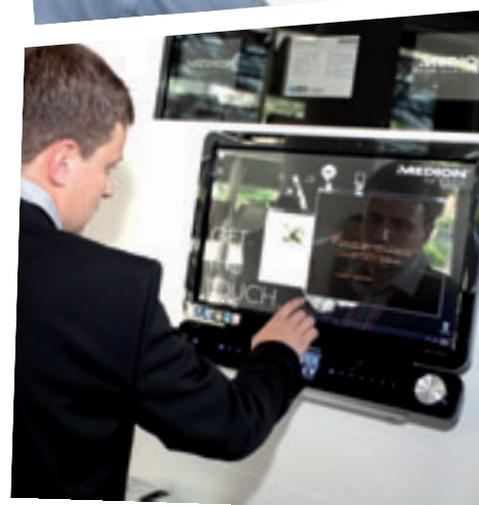
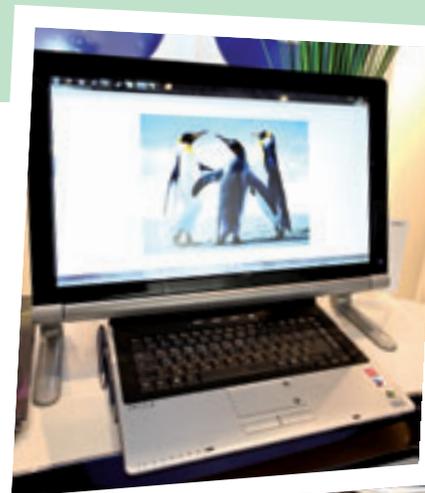
## Une montée en gamme évidente

On a donc d'un côté l'entrée de gamme avec le netbook, l'ordinateur 15 pouces le moins cher possible et un ordinateur de bureau au format mini-tour. De l'autre, une gamme complète de portables du 12 au 16 pouces jusqu'aux tout-en-uns. D'autant que tous sont design, fins, autonomes et puissants. Reste à mettre en scène le rayon dans le sens de cette montée en gamme et logiquement la valeur devrait pouvoir se créer, d'autant que les écarts de prix sont franchement raisonnables par rapport au bénéfice produit. Ainsi un ordinateur portable premier prix va coûter 400 euros alors que le modèle fin, design et performant de même taille sera disponible à partir de 600. Bien entendu, cela devra s'accompagner d'une mise en avant des bénéfices d'usage et aussi du design. La première décision est de savoir si on axe le rayon sur la promotion, avec en tête de gondole le premier prix et perdu dans le linéaire les modèles plus onéreux, ou si

on oriente le rayon sur la création de valeur avec mise en avant des modèles plus performants. Cela passe bien entendu par la démonstration, par l'espace que l'on attribue et par le message que l'on fait passer. Il n'est pas nécessaire de multiplier à l'infini les références avec des modèles dont les seules différences sont quelques Go de disque dur. En revanche, il est essentiel de montrer avec davantage d'espace l'ordinateur plus luxueux car son design ne peut pas se faire valoir s'il est aligné avec d'autres. Quant aux messages, ils sont simples et remplacent les caractéristiques qui ne différencient plus rien et sont généralement incompréhensibles pour le commun des mortels. Il peut s'agir d'un indice de performance, de l'autonomie, de l'encombrement. Ces messages seront, on l'espère, relayés par la communication des constructeurs. Faut-il dépenser tout son argent pour des 4x3 dont le seul message est un prix associé à une enseigne que l'on retrouve sur le panneau d'après avec un autre fabricant et une autre enseigne ou vaut-il mieux associer l'ordinateur à une technologie qui apporte un bénéfice d'usage évident ?

## Un réel enjeu

Ce MedPi plus serein sera espérons-le annonciateur d'une rentrée et d'une fin d'année où la valeur retrouve sa place en magasin. Car si le hi-tech a montré une bonne résistance à la crise, c'est parce qu'il fait rêver le consommateur pour qui il est aussi une échappatoire au quotidien. La réaction disproportionnée de l'industrie et de la distribution face à la crise l'année dernière a sans doute déjà dans l'immédiat fait perdre pas mal d'argent que le consommateur était prêt à dépenser. Plus grave, cela a entamé le capital confiance auprès de ce même consommateur. Si on banalise la technologie par un discours qui ne repose plus que sur le prix, il est probable qu'à la prochaine crise, ce sera bien pire encore. À l'heure où de nouveaux canaux de distribution mettent en cause le magasin traditionnel, il en va aussi de sa survie. Il doit jouer le rôle qui est le sien et qui est justement sa meilleure arme face à ces défis. C'est le meilleur endroit pour relayer la part de rêve et l'innovation, pour transmettre la technologie au consommateur et lui montrer que le hi-tech c'est autre chose qu'un prix.



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

# ASPIRE TIMELINE X

# More than just time\*\*



UltraThin < 25mm



Avec  
**INTEL® TURBO BOOST**  
Technology\*

Découvrez le nouvel Acer Aspire TimelineX dans votre magasin d'informatique le plus proche. Visitez le site [acer.fr](http://acer.fr). Pour toute information complémentaire: 08 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-vous 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.



**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	JUIN	JUILLET	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 News

# Halo Reach

## Atterrissage à la rentrée



**M**icrosoft publiera Halo Reach sur Xbox 360 le 14 septembre. Un nouveau volet particulièrement attendu, comme chaque itération de l'une des franchises historiques et les plus populaires de l'univers Xbox. « Halo Reach sera tout simplement le plus important lancement de jeu jamais fait par Microsoft », se réjouit Jérémie Goldstein, Chef de produits Jeux Xbox chez Microsoft. « Les objectifs de vente dans le monde se montent à 13 millions d'exemplaires pour ce que l'on peut estimer comme le premier véritable Halo next-gen ». L'une des séries majeures dans le domaine du jeu d'action en vue subjective se dote ici d'un chapitre dont le scénario prend place avant les événements du Halo original et profite d'un nouveau moteur de jeu plus performant. Le joueur va ici incarner un nouveau membre de la Noble Team, une escouade de Spartans, des combattants surentraînés qui vont batailler pour protéger la planète Reach. Dernier rempart entre les envahisseurs Covenant et la planète Terre, Reach est aussi le lieu où les Spartans sont formés, y compris le célèbre Master Chief, héros de la première trilogie Halo. Outre la campagne scénarisée pouvant être jouée jusqu'à quatre en coopération, Halo : Reach proposera comme ses prédécesseurs de nombreux modes multijoueurs pouvant accueillir jusqu'à 16 participants simultanément comme par exemple la chasse à l'homme Slayer. Pour la première fois, des combats dans l'espace sont également au programme.

### Halo, franchise emblématique

Avec plus de 30 millions de jeux vendus dans le monde selon Microsoft et plus d'un milliard de dollars de chiffre d'affaires, la série Halo est l'un des étendards de l'univers Xbox. « En France, Halo 3 s'est vendu à 295 000 exemplaires, Halo Wars a dépassé les 50 000 ventes et Halo ODST les 120 000 exemplaires », précise en effet Jérémie Goldstein. « Notre objectif aujourd'hui est de faire de Halo un véritable phénomène culturel, de le faire même sortir du contexte du jeu vidéo ». Concours de costumes, projet d'affrontements en réseau entre villes via la section multijoueurs avec des milliers de participants successifs, mini-films pour développer l'univers du titre font partie des initiatives mises en place dans cette optique de donner ici l'ampleur que peut avoir cette licence sur le marché américain notamment. Un important dispositif marketing est par ailleurs déployé autour du lancement de Halo Reach (voir guide jeux), sachant que le jeu a au préalable profité d'une phase de beta test en avril/mai proposée aux acheteurs de Halo ODST. « 2,7 millions de joueurs ont participé à la version Beta, dont 40 000 environ en France, soit un tiers des acheteurs de Halo ODST », se félicite le Chef de produits. S'il s'agit du dernier volet de la série Halo développé par le studio américain Bungie (qui a signé un partenariat avec Activision autour d'une prochaine licence), il y a fort à parier que l'une des licences phares de Microsoft connaîtra des suites. La gestion globale de la franchise Halo est confiée à un studio interne, 343 Industries, en charge de développer les différents aspects de cet univers.



# MSI, tout-en-un 3D

Le tout-en-un redonne des couleurs au marché du desktop. Fort de ce constat et face à une concurrence acharnée, MSI se démarque en proposant le tout premier modèle compatible 3D. L'AE2420 est construit autour d'un écran de 24 pouces associé à un processeur Intel Core i5 650 (3,2 GHz) et 4 Go de mémoire. L'affichage est assuré par la carte graphique ATI Radeon HD5730 qui est compatible DirectX 11 pour les jeux à cette norme. Enfin, le disque dur offre une capacité de stockage confortable de 1 To. L'écran LED Full-HD est en mesure d'afficher le contenu en 3D grâce à un rafraîchissement de 120 Hz. A cela s'ajoutent les fonctions tactiles habituelles et notamment la prise en charge du multi-point pour zoomer sur une image en pinçant deux doigts. Un clavier et une souris sans fil sont fournis tout comme une paire de lunettes 3D au prix de 1 549 euros. L'AE2420 sera disponible au mois de septembre.



# Sitecom & Logitech Réseau domestique du futur

Sitecom lance sur le marché une solution multimédia complète avec le MD-500 Digital Media Set. Le kit comprend le Smart Living MD-253 Home Storage Center, le routeur WL-350 Wireless Media Routeur 300N, le WL-355 Wireless Network TV Media Player et la télécommande Logitech Harmony 650. Le MD-253 Home Storage Center permet de stocker tout contenu multimédia et de les partager sur le réseau domestique. Il est équipé de deux disques durs de 500 Go. Le routeur intègre les technologies Concurrent Dual-Band et StreamEngine qui permettent le téléchargement et la diffusion en continu de vidéos en HD sans interruption. Enfin, la passerelle multimédia permet de lire tout le contenu numérique sur un téléviseur et ce en Full-HD. La télécommande universelle Harmony 650 de Logitech permettra de piloter tout le système aisément. L'ensemble sera disponible à partir de la mi-juillet au prix de 599,99 euros.



# Packard Bell Two OneTwo

Packard Bell vient de mettre à jour son ordinateur tout-en-un baptisé OneTwo. Doté d'un nouveau design arrondi, il pourra se fondre dans le décor d'autant qu'un seul fil subsiste pour l'alimentation. Le OneTwo se décline dans deux tailles d'écran de 21,5 et 23 pouces. 16/9, Full-HD et multi-point sont au programme des deux modèles qui embarquent les derniers processeurs Intel Core i. Le multimédia est également à l'honneur avec un lecteur Blu-ray, un tuner TNT tandis que les amateurs de retouche photo pourront profiter de la version complète d'Adobe Photoshop Elements 8. Les OneTwo de Packard Bell seront disponibles au mois d'août au prix de 599 € pour la version 21,5 pouces et 799 euros pour la version 23 pouces.

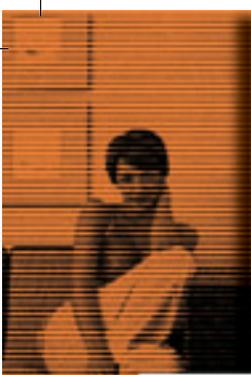


# Kane and Lynch Les affaires reprennent

Fin 2007, les développeurs danois de Io Interactive, bien connus pour la série Hitman, exploraient de nouveaux horizons avec Kane and Lynch : Dead Men, un jeu d'action à la troisième personne à l'ambiance noire et aux personnages principaux passablement déjantés, le tout doté d'une certaine prétention cinématographique lorgnant vers le très urbain Michael Mann. Trois ans après, Kane et le toujours très psychopathe Lynch s'associent à nouveau pour cette fois-ci une affaire prenant place dans la ville de Shanghai. Initialement engagé dans un trafic d'armes, Lynch va embarquer son compère dans une nouvelle virée meurtrière où il s'agira de composer face à la mafia locale et aux forces de l'ordre. Ce nouvel opus reprend la formule originale avec un jeu d'action à la troisième personne permettant la coopération entre les deux personnages. Plus que jamais, les développeurs affichent la volonté de se rapprocher toujours plus d'une ambiance cinématographique avec des mouvements de caméra dynamiques et autres effets visuels inspirés du septième art comme des filtres graphiques. Si le premier opus proposait déjà diverses fonctions multijoueurs, cette suite va plus loin dans le domaine et permettra de se replonger dans le mode Fragile Alliance ou de s'affronter jusqu'à 12 simultanément via différents modes. A noter qu'une édition spéciale du jeu sera publiée au

moment de la sortie, comprenant notamment une carte exclusive pour les sections multijoueurs, intitulée Tour Radio. Licence relativement récente mais en développement au sein du catalogue Square Enix, Kane and Lynch devrait faire l'objet d'une adaptation cinématographique courant 2011, avec Bruce Willis et Jamie Foxx dans les rôles titres. En attendant cette arrivée sur grand écran de cette série aux inspirations cinématographiques, Square Enix prépare un lancement événementiel pour le second opus via une campagne TV, Internet et trade (voir guide jeux) et l'éditeur ambitionne une mise en place d'environ 88 000 exemplaires. Le jeu est prévu pour le 20 août sur PC, PS3 et Xbox 360. A conseiller évidemment à un public averti.





salon

News

# Mafia 2

## On ne quitte pas la famille aussi facilement



**A**u sein du groupe Take Two, Rockstar est bien connu pour avoir développé la série majeure Grand Theft Auto ou un certain Red Dead Redemption. 2K Games, l'autre label du groupe (Bioshock, Civilization...) entend bien faire également parler d'elle dans le genre hautement concurrentiel du jeu d'action en monde ouvert avec cette nouvelle échappée dans l'univers de Mafia. Sorti à la rentrée 2002 tout d'abord sur PC, le premier Mafia avait impressionné par la tenue de son scénario et un contexte historique original qui ont valu au jeu de s'écouler à plus de deux millions d'exemplaires dans le monde selon l'éditeur. Pour cette suite toujours développée par le studio 2K Czech, on quitte cette fois l'ambiance des années 30 et la ville de Lost Heaven pour se plonger dans la métropole d'Empire Bay à l'heure des années 40 et 50, les développeurs annonçant un scénario s'étalant sur une vingtaine d'années. Dans le rôle d'un fils d'immigré italien cherchant à fuir la pauvreté en rejoignant la mafia, le joueur devra grimper les échelons de la pègre en remplissant diverses missions. Courses en voitures, exploration de la ville et autres scènes de fusillades sont au programme de ce jeu que l'éditeur a bâti sur un nouveau moteur, l'illusion Engine. A l'instar d'un GTA qui développe aussi son ambiance grâce à une bande son magistrale, 2K Games annonce que Mafia 2 comprendra des pistes musicales accueillant « les plus grands artistes de l'époque ». Pour accompagner le lancement de ce titre très attendu, l'éditeur prévoit de communiquer en TV (chaînes hertziennes et cabsat), en presse (grand public et spécialisée), sur Internet (sites généralistes et dédiés jeux vidéo) ainsi que par le biais d'une campagne d'affichage nationale. Mafia 2 bénéficiera par ailleurs d'une édition à tirage limité comprenant

un recueil d'illustrations, un CD de la bande originale, l'accès à du contenu à télécharger et une carte d'Empire Bay. Pour les consommateurs ayant précommandé le jeu auprès de certaines enseignes, divers packs de contenus téléchargeables en bonus sont prévus (Vegas Pack, War Hero Pack ou Renegade Pack). Mafia 2 est annoncé pour le 27 août sur PC, Playstation 3 et Xbox 360.



# Storex SlimBox

## Une toute petite passerelle

**S**torrex vient d'annoncer une nouvelle passerelle multimédia ; la SlimBox. Elle affiche des dimensions minuscules avec 120 x 26 x 100 mm. Elle se placera ainsi discrètement à côté du téléviseur pour lire tout le contenu multimédia disponible sur le PC de la maison ou stocké sur un serveur NAS par exemple. La SlimBox est compatible Full-HD et peut aussi se connecter à Internet pour accéder aux services en ligne de YouTube, Picasa, etc. Elle est équipée de deux ports USB Host et d'un lecteur de carte SD/MMC. Pour le reste, on trouve une sortie vidéo HDMI 1.3 et une prise réseau Ethernet. La compatibilité WiFi est en revanche en option. La SlimBox sera disponible en septembre au prix de 79 euros.



# JBL

## Soucoupe mobile



**J**BL vient d'annoncer la disponibilité pour juillet de sa nouvelle mouture de la station d'accueil On Stage Micro. Cette version II est désormais compatible avec les iPhone de la marque à la pomme. De par son faible encombrement, elle pourra être transportée partout dans un sac à dos, une valise ou un sac de plage. Elle fonctionne avec quatre piles de type AAA et son câble USB permet de synchroniser iPod et iPhone avec iTunes et bien sûr de recharger les appareils. La JBL On Stage Micro II est aussi pilotable via la télécommande infrarouge fournie. Elle est disponible en noir ou blanc au prix de 99 euros.

# Razer

## In Tron we trust



**A**lors que « Tron : l'héritage » n'est attendu sur les grands écrans que pour la fin de l'année aux Etats-Unis, et au mois de février prochain chez

nous, Razer ne perd pas une nanoseconde pour annoncer la sortie prochaine de trois périphériques aux couleurs du film ! Ainsi les fans pourront acquérir un tapis de souris, un clavier intégrant touches programmables, mode macro et pavé numérique détachable et une souris profitant d'un capteur 5600 dpi. Evidemment le tout sera de couleur noire avec des effets lumineux bleutés empruntés au film. Par ailleurs, les manettes Wii, Xbox 360 et PS3 bénéficieront également de cette gamme estampillée Tron. L'ensemble de ces périphériques sera disponible dans le courant de l'année pour des prix allant de 79 à 139 dollars. Pour mémoire, Tron : l'héritage est la suite du film culte et révolutionnaire sorti en 1982 par les studios Disney.



# Xpand démocratise le relief



**X**pand a présenté récemment des lunettes 3D universelles portant la référence X103. Ses lunettes destinées à l'environnement PC permettent de profiter des images 3D diffusées par un écran LCD, plasma ou un vidéoprojecteur DLP. Les X103 communiquent avec l'écran via un récepteur infrarouge qui se connecte en USB. Leur autonomie annoncée est d'environ 300 heures et le prix devrait tourner aux alentours des 125 dollars. Les X103 seront disponibles sous peu dans différents coloris. A noter que Xpand proposera cet autonome des lunettes 3D universelles (X104) compatibles avec les grandes marques de téléviseurs.

# Vanquish, rendez-vous fixé



**S**ega vient de confirmer la date de sortie de Vanquish, le prochain jeu signé PlatinumGames (Bayonetta). Les versions PlayStation 3 et Xbox 360 seront publiées le 22 octobre prochain. C'est Shinji Mikami, chef d'orchestre des premiers Resident Evil, qui dirige le développement de ce jeu d'action à la troisième personne. Dans le futur, le joueur incarne un agent du gouvernement américain équipé d'une tenue de combat hi-tech combattant les ennemis russes dans la quête pour les ressources naturelles. Bref, un retour de la guerre froide dont la première victime sera la ville de San Francisco, détruite par les russes... Sega annonce qu'une offre de précommande sera mise en place autour du titre.

# Iiyama Moniteur à pédales



**L**e spécialiste de l'affichage informatique vient d'annoncer deux moniteurs LCD à LED, le PLE E2472HDD-B1 et PLE E2472HDS-B1. Si les références restent toujours aussi peu parlantes, ces nouveaux moniteurs bénéficient d'une nouvelle dalle à rétro-éclairage LED à très faible consommation (24 W en utilisation). Ils affichent une diagonale de 24 pouces au format 16/9ème pour une résolution de 1920 x 1080 pixels. Le temps de réponse annoncé est de 2 ms avec un contraste de 5 000 000 :1. La connectique comprend le VGA, le DVI et le HDMI (uniquement sur le modèle E2472HDS-B1). Garantis trois ans, ces moniteurs sont disponibles au prix de 279 euros pour le E2472HDD-B1 et 299 euros pour le E2472HDS-B1.

# Kaspersky Nouveaux millésimes

**L'**éditeur spécialiste de la sécurité de l'ordinateur publie de nouvelles versions de ses logiciels-phares à destination du grand public. Kaspersky Internet Security 2011 et Kaspersky Anti-Virus 2011 comprennent les dernières améliorations pour toujours mieux protéger la machine de l'utilisateur des dangers en provenance d'Internet, notamment dans le cadre de la manipulation des données sensibles comme les identifiants bancaires ou encore l'utilisation des réseaux sociaux. La plupart des fonctions de la suite de sécurité ont été optimisées et certaines nouvelles options apparaissent, comme la surveillance continue du système ou la navigation sécurisée sur le Web écartant d'emblée les sites identifiés comme malicieux. La suite et l'antivirus accueillent par ailleurs cette année un nouveau système d'accès rapide depuis le bureau de la machine pour faire rapidement le point sur l'état de la protection. A noter que le disque d'installation des deux logiciels comprend un ensemble d'utilitaires permettant d'analyser ou traiter un ordinateur contaminé directement sans avoir à télécharger un système d'exploitation amorçable. Internet Security 2011 est proposé à partir de 49,95 euros (en version un poste pour un an) et Kaspersky Anti-Virus 2011 à partir de 29,95 euros (même configuration). Des versions pour plusieurs postes et comprenant plusieurs années d'abonnement au service sont également proposées.



# Nvidia Carte 3D, pas chauffe plat

**A**près ses premières cartes graphiques haut de gamme DirectX 11 sorties en mars dernier, le spécialiste de la 3D propose une nouvelle puce graphique qui devrait satisfaire le marché milieu de gamme. En effet, la GeForce GTX 460 a été l'occasion pour Nvidia de revoir quelque peu son architecture afin d'améliorer ce qui avait été reproché aux modèles GTX 480/470, c'est-à-dire le dégagement thermique et le bruit généré par le système de refroidissement. Le pari est réussi puisque les cartes graphiques à base de ce nouveau GPU offrent des performances tout à fait acceptables pour exécuter les jeux vidéo actuels et surtout sans nécessiter un imposant dissipateur thermique. Deux modèles sont disponibles, la GTX 460 768 Mo et la GTX 460 1Go. Elles se placent respectivement en concurrence avec les Radeon HD 5830 et HD 5850 de chez AMD/ATI, face auxquelles elles affichent un rapport prix/performance plus intéressant. En effet, le prix annoncé est de l'ordre de 200 euros pour la version 768 Mo et 229 euros pour le modèle 1 Go, contre près de 220-230 euros pour la 5830 et 280 euros pour la 5850.





# Panasonic

## Photo et TV à valeur ajoutée



Leader sur le marché de la photo, Panasonic a su imposer un style fondé sur une approche nouvelle par l'innovation et la qualité mais sans les contraintes techniques. Sur la TV 3D, Panasonic dispose aussi d'un atout de taille avec ses plasmas particulièrement adaptés et réputés pour le cinéma à domicile. C'est donc par la valeur ajoutée que le géant japonais répond à la crise et cela lui réussit plutôt bien. par Stéphane Kauffmann

### Entretien avec

**Christophe Decloux**  
Directeur marketing division grand public

#### JDLI : Quels sont vos remèdes face à la crise ?

Christophe Decloux : La crise a engendré une très forte bataille sur le premier prix, segment sur lequel Panasonic est très peu présent. Crise ou pas, nous avons toujours proposé des produits à forte valeur ajoutée qui se différencient par leur qualité et leur technicité. Nous n'avons pas changé d'orientation depuis et cela nous a plutôt réussi car les fidèles de la marque savent que nos produits valent leur prix. Par ailleurs en temps de crise, s'il y a une tendance à chercher le meilleur prix, comme une tendance à revenir à la marque qui garantit le bien fondé et la pérennité de l'investissement ce qui nous a sans doute servi aussi.

#### Que faut-il faire en magasin pour retrouver de la valeur ajoutée ?

Il s'agit sans doute de montrer que la haute technologie n'est pas un produit banalisé mais une source d'émotion. Pour cela, nous pensons que l'expérience utilisateur en magasin par une démonstration ou un libre toucher est le meilleur moyen. De plus, les innovations doivent être mises en scène pour convaincre le consommateur de leur intérêt, c'est particulièrement vrai pour la 3D notamment.

#### Sur la photo, quelle est votre position actuelle, quelles sont vos intentions pour l'étendre ou la préserver ?

Nous sommes numéro un en France. Pour maintenir voire étendre cette position, nous misons toujours sur ce qui a fait le succès de nos gammes Lumix, à savoir l'innovation et la qualité. Nous avons par ailleurs lancé

un nouveau concept d'appareil photo avec la gamme G Micro 4/3 à objectifs interchangeables. Il permet à celui qui est venu à la photo numérique par le compact d'étendre son champ d'action sans pour autant nécessiter des compétences techniques ou devoir s'équiper d'un appareil lourd et encombrant.

#### En compacts, l'innovation se fait rare.

#### Que peut-on faire pour préserver la valeur ?

Il est vrai que l'innovation est devenue moins radicale mais cela ne signifie pas pour autant qu'il n'est plus possible d'améliorer significativement. Ainsi par exemple, nous avons inventé la catégorie super-zoom compacte avec les TZ que nous continuons à améliorer en les rendant plus compacts encore et en y ajoutant des fonctions. L'appareil photo est également devenu plus personnel et nous déclinons ainsi nos modèles en plusieurs couleurs, ce qui rencontre un grand succès.





Interview

Pour autant, il y a aussi des pistes plus techniques comme par exemple une fonction vidéo qui ne cesse de s'améliorer et transforme le compact en véritable caméscope HD de poche et de grande qualité. Autre innovation réelle, le GPS permet de géo-localiser les photos.

**Comme les autres, Panasonic a repris l'inflation des pixels ce qui est plutôt contreproductif pour la qualité. En tant que leader, n'est-il pas possible d'imposer des choses plus sensées ?**

Nous ne sommes pas du tout à l'initiative de cette inflation mais malheureusement, ce nombre a un fort impact car il s'agit d'un référent en photo, que ce soit justifié ou non. Nous n'avons donc pas d'autres choix que de suivre même si nous essayons de rester dans la tranche basse et que nous travaillons énormément pour que cela ne se répercute pas négativement sur la qualité, avec par exemple une montée en sensibilité toujours bien gérée.

**Panasonic a choisi la voie de la photo hybride, comment voyez-vous vos chances faces aux reflex et aux marques leader en la matière ? Plus généralement, comment ce segment va-t-il évoluer ?**

Nous pensons que nos appareils de la gamme G ont toutes les raisons de réussir au-delà des limites habituelles de la photo experte incarnée par le reflex. Les consommateurs sont très nombreux à être arrivés à la photo par le compact numérique et à en avoir

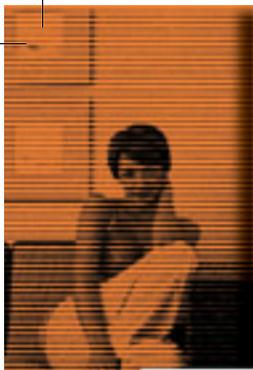
apprécié la facilité d'usage et les possibilités. Maintenant, ils cherchent à étendre leur pratique car la photo leur plaît et qu'ils ont envie d'être créatifs. Pour autant, ils ne veulent pas forcément devenir experts en technique, ni s'encombrer outre mesure. C'est une cible qui va bien au-delà des photographes amateurs traditionnels. Et même les experts qui ont un reflex peuvent être tentés, car en ces temps de nomadisme technologique, on ne veut plus s'encombrer outre-mesure. La plupart des analystes s'accordent à dire que l'appareil hybride peut compter sur une cible potentielle très large, notamment celle des utilisateurs de compacts qui veulent évoluer dans leur pratique. Et notre G2 est parfaitement en phase avec cette cible élargie. Pour ne donner qu'un exemple de photo créative sans contrainte technique, il permet de sélectionner le sujet principal directement sur l'écran tactile.

**Quelle est la cible ? Que faut-il faire en magasin pour la toucher ?**

Les cibles sont multiples. Il y a celui qui a un compact et qui veut étendre sa pratique. Sinon, celui qui est expert mais qui cherche désormais

un appareil plus compact et plus moderne. Enfin, il y a aussi celui pour qui la vidéo est importante car les hybrides sont bien plus à l'aise que les reflex en la matière. Il est souhaitable qu'en magasin l'hybride devienne un rayon à part pour bien montrer au consommateur qu'il s'agit d'une voie nouvelle. C'est en train de se faire et les modèles comme les fabricants se multiplient. Ensuite, le libre toucher et l'expérimentation du produit sont évidemment les meilleurs moyens pour





SAISON

Interview

# Panasonic, Photo et TV à valeur ajoutée



**La 3D est désormais une réalité mais seulement avec quelques modèles très haut de gamme. A quel rythme cela va-t-il se démocratiser ?**

Alors que quelques modèles sont seulement en magasin, il y a déjà eu des semaines où les ventes ont dépassé le 1% du volume total ce qui est très satisfaisant. Au fur et à mesure que l'offre va s'étoffer, les ventes suivront. De même l'arrivée progressive du contenu, notamment avec de plus en plus de Blu-ray 3D, devrait aussi aider à démocratiser.



une accélération significative des ventes. Au-delà, la 3D redonne une part de rêve à la télévision, ce qui est important à un moment où l'écran plat tendait à se banaliser. Cela replace le cinéma à domicile au centre du débat et les plasmas Panasonic sont les meilleurs appareils dans cette perspective.



**Allez-vous décliner des lecteurs Blu-ray 3D, y-a-t-il des ensemble home cinéma prévus ?**

Il est logique que les gammes de lecteurs 3D s'agrandissent même s'il est encore un peu tôt pour dévoiler un calendrier précis. De même, il est évident que nous allons décliner le Blu-ray 3D sur nos ensembles home cinéma.



Contrairement à ce qui s'est passé avec la haute définition, le contenu arrive quasiment en simultané, il y a même déjà des programmes télévisés avec la chaîne Canal + 3D. La 3D relance d'ailleurs encore le plasma car cette technologie est particulièrement adaptée et la 3D s'exprime au mieux sur les très grandes tailles, domaine de prédilection du plasma. Il est aussi important de noter que le surcoût de la 3D reste très raisonnable par rapport à un appareil de même niveau en 2D seulement. Tout cela donne à penser que cette fin d'année devrait déjà voir

**Comment accompagnez-vous la vente de la 3D en magasin ?**

La 3D doit être vécue pour convaincre, c'est une évidence. Le magasin est le mieux placé pour faire vivre cette expérience par la démonstration. Conscient de la difficulté à mettre la 3D en scène, nous avons créé trois pôles de démonstration fonctionnels avec lunettes en libre service selon la place disponible en rayon. Ces bornes permettent non seulement d'expérimenter la 3D mais animent aussi le rayon TV tout entier.

convaincre car cela permet de se rendre compte immédiatement du bénéfice d'usage.

**En TV, on ne parle plus que de 3D mais qu'en est-il de votre présence générale, en LCD comme en plasma ?**

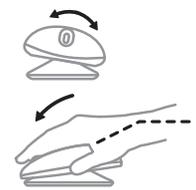
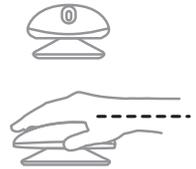
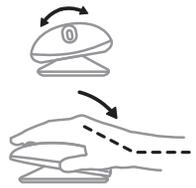
Nous sommes évidemment particulièrement focalisés sur les très grandes tailles avec nos plasmas qui offrent la meilleure qualité d'image aux amateurs de cinéma à la maison. Pour autant, nous avons dernièrement réussi une bonne progression sur nos téléviseurs LCD à LED et nous comptons bien poursuivre sur cette voie. Nous pensons que cela se fera là encore par la qualité, surtout que nous maîtrisons désormais aussi en LCD toute la chaîne de production avec nos propres usines de dalles. Cela nous garantit l'approvisionnement et nous permet d'accorder au mieux tous les composants du téléviseur, ce qui est important pour la qualité d'image au final.



# Ergonomic, Simply.\*

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

**em**  
ERGOMOTION™  
POWERED



**\*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](http://www.mobilitylab.eu)

# Dragon Quest L'aventure de l'été sur DS



Le prochain volet de la saga Dragon Quest verra le jour en Europe sur Nintendo DS cet été. C'est en effet le 23 juillet que Nintendo distribuera Dragon Quest IX Les Sentinelles du Firmament, un jeu signé Square Enix. Série phare dans le domaine du jeu de rôle au Japon où sa popularité égale au moins celle de Final Fantasy, Dragon Quest est apparu sur de nombreuses plates-formes de jeu mais c'est sur la console portable de Nintendo que l'on note le plus de volets publiés à ce jour sur le Vieux Continent. A sa sortie au Japon en 2009, ce Dragon Quest IX a créé l'événement et a dépassé les quatre millions d'exemplaires vendus. Dans le rôle d'un ange déchu, le joueur devra récupérer les fruits du plus grand arbre du monde et lutter contre des forces inconnues. Outre un système de jeu assez bien rodé pour être à la fois accessible et complexe, ce Dragon Quest se distingue dans le genre en proposant des fonctions multijoueurs. Quatre joueurs peuvent coopérer pour remplir les centaines de quêtes disponibles dans le jeu, chacun ayant la possibilité de personnaliser son personnage via les quelque 900 objets différents à collecter. Pour accompagner ce lancement événement, Nintendo annonce un dispositif marketing complet comprenant une campagne TV en chaînes hertziennes et cabsat durant tout l'été, une visibilité dans la presse jeux vidéo et enfants ainsi qu'un plan sur Internet avec des chaînes vidéo dédiées (YouTube, Dailymotion) relayées via les sites s'adressant au cœur de cible des 11 à 14 ans. Nintendo proposera par ailleurs plusieurs outils de PLV avec notamment des box aux couleurs du jeu.



## Hercules miniaturise le WiFi

Hercules poursuit son entreprise de miniaturisation de ses solutions WiFi entamée l'année dernière. Le fabricant français présente aujourd'hui une toute petite clé USB WiFi N baptisée Hercules Wireless N USB Pico. Avec ses dimensions microscopiques, seulement 15 x 7 mm lorsqu'elle est insérée dans un port USB, elle sait rester discrète et nomade. Mais ce n'est pas pour autant qu'elle tire un trait sur les performances puisqu'elle permet d'atteindre un débit théorique de 150 Mbps, ce qui est suffisant pour surfer en toute quiétude et profiter des applications en ligne. Elle sera prochainement disponible à 24,99 euros.



## Panasonic Monsieur plus

Panasonic vient d'annoncer cinq nouveaux compacts innovants : les LX5, F7100, FZ45, FX700 et le FT10. Le LX5 est le successeur du LX3, compact expert de la marque. Au menu une nouvelle optique, un nouveau capteur et nouveau moteur de traitement de l'image. L'objectif est un grand angle (24 mm/ F2.0-3.3) avec un zoom optique 3,8x (90 mm) et le capteur se contente de 10,1 Mpixels pur une meilleure montée en sensibilité. Le LX5 peut également enregistrer des vidéos HD (1280 x 720), ce qui est une première sur un compact expert. Le FT10 est un compact pour baroudeurs qui peut être immergé jusqu'à une profondeur de 3 mètres et peut résister à des chutes d'une hauteur de 1,5 mètre. Il est doté d'un capteur 14,1 Mpixels et d'un zoom optique 4x (35-140 mm en équivalent 24x36). Il peut aussi enregistrer des vidéos au format 720p. Le FX700 plus standard se voit doté d'une optique grand angle (24 -120 mm en équivalent 35 mm) mais peut filmer en Full-HD. Son capteur de 14,4 Mpixels est associé à un zoom optique 5x. Son Quatrième appareil, le FZ45 succède au bestseller FZ35 et dispose d'une nouvelle optique puisque son zoom peut aller jusqu'à 24x (25-600 mm en équivalent 36 mm). Autant dire qu'il autorisera les prises de vues de loin. Il est doté d'un capteur 14,1 Mpixels. Le FZ45 filme aussi en HD 720p. Enfin dernier APN présenté, le FZ100 est un bridge équipé d'un capteur 14,1 Mpixels et réalise des vidéos au format Full-HD (1920 x 1080). Il dispose lui aussi d'un zoom extrême 24x (25-600 mm en équivalent 35 mm).



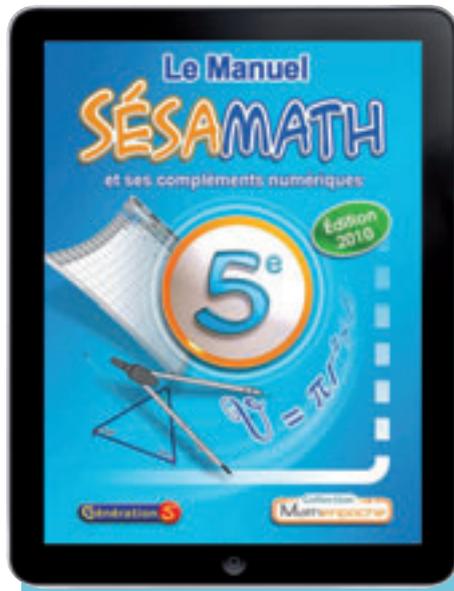
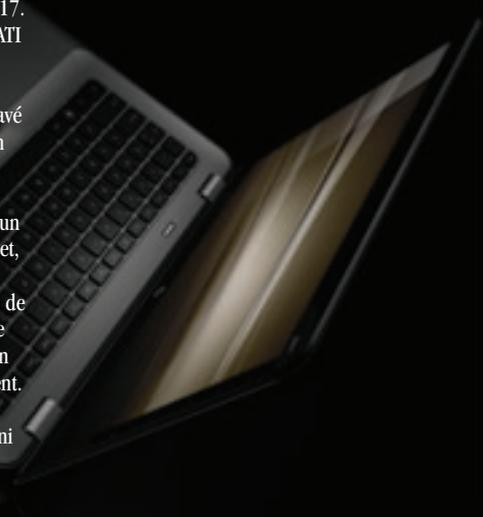
## Gear4 Explorer-SP Le son nomade

Le spécialiste des accessoires pour iPhone, iPod et iPad présente sa nouvelle station d'accueil, l'Explorer-SP. Il s'agit d'une petite enceinte portable pour iPhone et iPod qui offre la possibilité de restituer un son « 3D » pour une plus grande immersion. Si l'Explorer-SP peut être alimentée via le secteur lors d'une utilisation sédentaire, elle dispose également d'une batterie rechargeable lithium-ion et d'une autonomie de huit heures pour l'emporter partout avec soi, en vacances notamment. La recharge de la batterie prend environ deux heures. Par ailleurs, il est possible de transporter la station grâce à la sacoche fournie. Une télécommande est également de la partie. A noter que la station peut recharger l'iPhone ou l'iPod lorsqu'elle est alimentée via le secteur. L'Explorer-SP est disponible au prix de 129 euros.



# HP, le sens de la matière

**H**P renouvelle sa gamme Envy avec les Envy14 et Envy17. Equipés de processeurs Intel, de cartes graphiques ATI Mobility Radeon, d'un lecteur optique de type slot-in et d'une webcam HD, ils bénéficient en outre d'un châssis renforcé avec un alliage de magnésium et d'aluminium gravé au laser. Comme son nom l'indique, l'Envy14 est doté d'un écran de 14,5 pouces tandis que l'Envy 17 offre une diagonale plus importante de 17,3 pouces avec une résolution Full-HD. A cela s'ajoutent un lecteur Blu-ray et un système audio avec caisson de basses. Disponibles fin juillet, les Envy 14 et Envy 17 de HP sont proposés aux prix respectifs de 999 et 1499 euros. Par ailleurs, HP inaugure de nouvelles couleurs pour les PC portables entrée de gamme G62 et G72. Ainsi, ce dernier sera disponible en noir ou en bronze, tandis que le G62 se déclinera en blanc uniquement. Il sera en outre équipé des derniers processeurs AMD Phenom II, Turion II ou Athlon II. On finira avec le HP Mini 210 qui est désormais disponible en blanc cristal ou rose avec motifs écossais à partir de 319 euros.



## Manuel scolaire sur iPad

**L'**éditeur Génération 5 vient de lancer une application à télécharger sur iPad, se présentant comme un manuel scolaire pour la classe de cinquième dans le registre des mathématiques : Manuel Sésamath 5ème. Proposée gratuitement en téléchargement, cette application propose des activités de découverte, permet de revoir les notions et méthodes et comprend également des exercices pratiques dont des QCM. L'éditeur souligne qu'une connexion Internet n'est pas nécessaire pour accéder à l'intégralité du contenu de l'application qui, selon Génération 5, reprend tout le contenu de la version papier. Sésamath est une association de professeurs de mathématiques.

# Sony Ericsson

## Un smartphone né sous X

**S**ony Ericsson étoffe sa gamme Xperia. Après les récents X10, X10 mini et X10 mini pro, le X8 s'adresse surtout aux plus jeunes qui aiment discuter à longueur de journée sur les réseaux sociaux ou envoyer des SMS. A l'image du Xperia X10 mini, le X8 bénéficie de l'interface utilisateur tactile « Four Corner » qui permet de créer des raccourcis aux quatre coins du Smartphone. D'une simple pression de doigt sur l'écran, il est possible d'atteindre ses applications favorites personnalisées, tout en conservant le smartphone au creux de la main. A ce titre, Sony Ericsson a opté pour un design « human curve » adapté à la paume afin de favoriser la prise en main. Comme ses prédécesseurs, le X8 bénéficie également de l'application Timescape pour un accès simplifié vers tous les réseaux sociaux, et de la touche infinie qui permet d'accéder à une multitude de données en un seul clic. Le système d'exploitation ouvert Android propose l'accès aux quelques 100 000 applications disponibles aujourd'hui sur l'Android Market. Enfin, le X8 pourra également réaliser des vidéos via son capteur 3,2 Mpixels. Aucun prix ni date de commercialisation n'ont été communiqués.



# Acer

## Le slim pour tous

**A**cer vient de dévoiler deux nouveaux netbooks légers à petit prix. L'Aspire One 533 est équipé d'un écran LED 16/9 de 10,1 pouces et d'un processeur Intel Atom N455 ou N475 selon la configuration. Le stockage est assuré par un disque dur de 250 Go et outre la connexion WiFi, un module 3G ou Bluetooth 3.0 est disponible en option. Peu encombrant, l'Acer Aspire One 533 affiche 25 mm d'épaisseur et un poids de 1 kg seulement. Le constructeur annonce une autonomie de 10 heures environ pour un prix de vente de 299 euros. De son côté, l'Aspire One D260 succède au D250 avec un design épuré et surtout 24 mm d'épaisseur seulement. Très léger avec 1,25 Kg sur la balance, l'Aspire One D260 embarque un écran LED de 10,1 pouces au format 16/9 et un processeur Intel Atom N450 ou N455. Acer annonce huit heures d'autonomie et accompagne le netbook d'un chargeur MiniGo plus léger de 34 % par rapport aux adaptateurs classiques. Décliné dans plusieurs coloris, l'Acer Aspire One D260 est disponible au prix de 249 euros.



# Samsung

## muscle ses notebooks

**S**amsung met à jour ses gammes de notebooks qui bénéficient à présent des nouveaux processeurs Core i d'Intel. La série Q tout d'abord se décline dans deux tailles avec le Q530 de 15,6 pouce et le Q330 de 13,3 pouces. Tous deux bénéficient d'un châssis fin et léger qui autorise néanmoins l'intégration d'un processeur Core i3 et d'une carte graphique dédiée GeForce G310M de Nvidia. Comme pour ses téléviseurs, le constructeur coréen met l'accent sur la connectivité avec ses solutions Samsung AllShare et Easy Content Share pour partager simplement des données entre différents appareils. D'autres technologies sont également de la partie comme l'USB Sleep & Charge qui charge un périphérique branché sur le port USB, même lorsque l'ordinateur est en veille. Les Q330 et Q530 seront disponibles au mois d'août aux prix respectifs de 799 et 849 euros. Dans le même temps, Samsung a dévoilé les R590 et R540 qui permettent notamment de visionner des films HD et de jouer aux jeux vidéo récents. Tous deux embarquent un écran LED 15, six pouces au format 16/9, un processeur Intel Core i5 et dans le cas du R590, une carte graphique GeForce GT 330M de Nvidia. Les R540 et R590 sont disponibles aux prix respectifs de 699 et 799 euros.



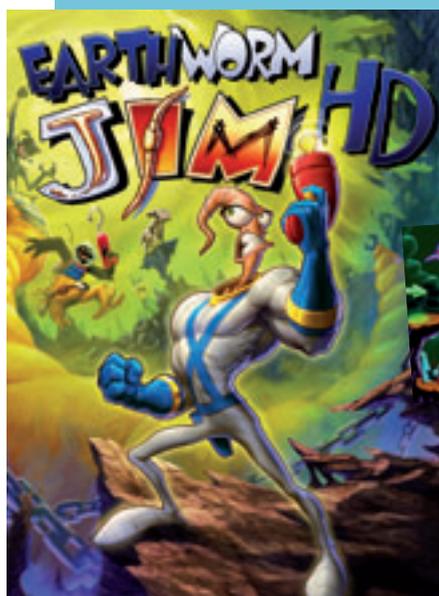
# ASUS

News

## Du design et du bambou

**F**ace à une offre pléthorique sur le marché du notebook, Asus sort le grand jeu en jouant à la fois sur les formes et les matériaux. Pour preuve, comme son nom l'indique, la gamme U Bamboo est habillée de bambou sur la coque externe. Plus classique, l'intérieur se compose d'aluminium poli avec un clavier chiclet pour faciliter la saisie. D'après Asus, le choix du bambou permet non seulement de différencier le notebook mais cela s'inscrit également dans une démarche écologique avec une ressource naturelle abondante grâce à son cycle de croissance très rapide. Ainsi, les ordinateurs U Bamboo utilisent 15 % de plastique en moins, d'autant que l'emballage est également conçu à partir de pulpe et de fibres de bambou. Sur un plan plus technique, la série U Bamboo bénéficie de la technologie Optimus de Nvidia qui éteint la carte graphique dédiée lorsque celle-ci n'est pas utilisée afin d'économiser la batterie. A cela s'ajoutent des ports USB 3.0, des haut-parleurs Altec Lansing sans oublier un processeur Intel Core i5 450M. Les U Bamboo seront disponibles au mois de septembre à partir de 1 069 euros. Par ailleurs, outre des matériaux atypiques, Asus met

également l'accent sur le design en s'associant au designer David Lewis pour le NX90. Il est constitué d'un châssis en aluminium poli et d'un écran d'une diagonale de 18,4 pouces. Les haut-parleurs signés Bang & Olufsen sont intégrés de part et d'autre de l'écran pour une plus grande immersion sonore. De la même façon, deux touchpad prennent place sur les côtés du clavier tandis que les dimensions du repose-poignets ont été revues à la hausse. « *Nous voulions créer un produit au design attirant, qui serait placé au centre d'une pièce à vivre et dont les utilisateurs apprécieraient l'apparence et la présence. Pour moi, il ne s'agissait pas seulement de créer une machine, c'était surtout le défi d'inventer un style qui changerait l'image standard du notebook* », indique David Lewis. Du côté des caractéristiques techniques, le NX90 embarque un processeur Intel Core i7-720QM, pas moins de 6 Go de mémoire ainsi que deux disques durs de 640 Go chacun. L'affichage est assuré par la puce graphique Nvidia GeForce GT335M et un lecteur Blu-ray tout comme un tuner TNT sont intégrés. Le NX90 sera disponible en septembre au prix de 2 099 euros.



## Gameloft ressuscite Earthworm Jim

**G**ameloft procure une nouvelle jeunesse à ce personnage qui a contribué à l'âge d'or du jeu de plate-forme au début des années 90. On retrouve ici ce singulier ver de terre arpentant les pires recoins de la galaxie pour retrouver la princesse C'est-quoi-son-nom-déjà et vaincre son ennemi juré, Psy-Crow. Désormais doté de graphismes HD, Earthworm Jim est désormais disponible sur iPhone, DSiWare, Mobile, PalmPre et même Xbox Live Arcade.

# EA

## Un grand classique sur iPhone



**E**A Mobile annonce la sortie durant l'été de R-Type sur iPhone et iPod Touch. Sorti en arcade au milieu des années 80, ce jeu signé Irem fait partie du cercle fermé des références incontournables dans le domaine du « shoot-em-up » à défilement horizontal. Réputé pour sa difficulté, R-Type a aussi marqué les esprits en son temps par ses ennemis de fin de niveau gigantesques et les capacités évolutives du vaisseau piloté par le joueur. Cette adaptation est réalisée par le studio parisien Dotemu, spécialiste de l'émulation de jeux anciens sur les plates-formes actuelles.

# Lenovo

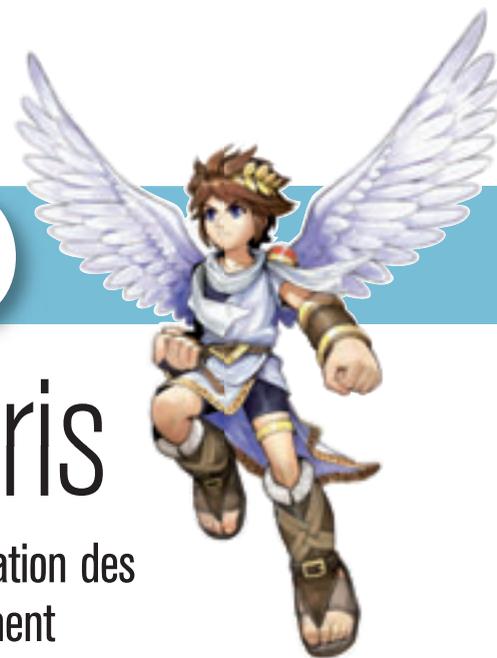
## Petit mais costaud

**G**rosse actualité chez Lenovo qui annonce notamment deux nouveaux notebooks de 11 et 15 pouces. L'IdeaPad Z560 bénéficie des composants les plus récents avec un processeur Core i3, i5 ou i7 en fonction de la configuration, et d'une carte graphique Nvidia GeForce 315M dotée de 1 Go de mémoire. Côté look, le Z560 arbore un capot métallique avec un effet craquelé et renferme un clavier en gomme doté de touches arrondies. L'IdeaPad Z560 est disponible au prix de 699 euros. Pour sa part, l'IdeaPad U160 est un ultraportable de 11,6 pouces à ne pas confondre avec un netbook, malgré ses dimensions et son poids similaires (1,4 kg). Pour preuve, il intègre les derniers processeurs Intel et même selon les configurations le Core i7. Les performances sont donc au rendez-vous, d'autant que Lenovo n'a pas lésiné sur la mémoire avec 4 Go. L'espace de stockage n'est pas en reste avec un disque dur de 250 Go, 320 Go ou 500 Go et une connexion 3G disponible en option. Lenovo annonce une autonomie de sept heures et un prix à partir de 649 euros.





# Nintendo



## Passage en revue à Paris

Début juillet, Nintendo organisait à Paris une présentation à destination des professionnels de ses titres à venir ces prochains mois. Un événement particulièrement prisé puisqu'il marquait la première apparition de la très attendue Nintendo 3DS en France. par Patrick Helliou

La prochaine console portable de Nintendo, offrant un affichage en relief était évidemment la grande attraction de cette présentation.

Quelques semaines après le salon de l'E3 à Los Angeles et la première apparition de la console, quelques exemplaires des fameux prototypes de Nintendo 3DS répondaient présents. Un bon moyen de rattrapage pour ceux n'ayant pas eu l'occasion de se rendre à l'E3. Par petits groupes, les invités accédaient à une salle où une demi-douzaine de consoles pouvaient être prises en main. L'effet 3D créé par la console qui ne nécessite pas d'équipement particulier impressionne. Les objets affichés à l'écran semblent véritablement dotés de volume et on discerne bien différents plans de profondeur dans l'image. La console est d'ailleurs dotée de deux cellules permettant de prendre des photographies « en relief ». La demi-heure de démonstration permettait d'assister à une succession de démonstrations. La plupart n'étaient pas jouables mais permettaient de déplacer la caméra (via le nouveau stick analogique) pour constater que ce qui était affiché à l'écran était bien calculé en temps réel par la console. La partie la plus impressionnante de la démonstration consistait en l'introduction du jeu Metal Gear Solid, sous la forme d'un générique se déroulant dans la jungle et faisant grand usage des effets de relief permis par la console. Autre passage marquant, une course tirée du prochain Mario Kart dans laquelle on pouvait orienter la caméra et tourner autour du bolide piloté par Mario donnant la



Rendre l'effet 3D n'étant pas possible, il faut nous croire sur parole !!

sensation de voir évoluer une véritable figurine devant ses yeux. Le ressenti des distances avec les autres concurrents laisse augurer de grands moments dans le genre sur cette console. A noter une molette à droite de la machine permettant de régler l'intensité de l'effet relief, voire de l'annuler. Resident Evil et Kid Icarus, avec leurs graphismes impressionnants finissent de confirmer combien les capacités de la 3DS sont bien

supérieures aux Nintendo DS classiques. On notera cependant combien cette version non définitive de la 3DS reste fidèle à l'apparence des DS classiques et ne joue nullement une rupture esthétique qui aurait pu se justifier. Mais après tout, pourquoi changer une formule qui fonctionne ? Le prix et la date de sortie de la 3DS n'ont pas encore été annoncés, on sait juste qu'elle sera mise sur le marché avant avril 2011.

Outre l'attraction 3DS, Nintendo exposait sur l'événement ses jeux les plus attendus pour les prochains mois sur ses consoles actuelles. Du côté de la Wii, le nouveau Legend of Zelda annonce une réalisation plus ambitieuse et une compatibilité avec le Wii Motion Plus. Wii Party s'inscrit dans la tradition des Wii Sports Resort et autres jeux multiépreuves maison, qui connaissent toujours le succès que l'on sait. Une formule que l'on retrouve aussi dans Mario Sports Mix où les personnages maison phares se retrouvent pour participer à différentes disciplines sportives. La console de salon accueillera par ailleurs dans les prochains mois le retour de trois séries historiques avec un Donkey Kong Returns à la fois rétro et toujours aussi entraînant mais aussi Metroid Other M, à l'ambiance plus sombre ou encore l'étonnant Kirby's Epic Yarn au graphisme très séduisant. Sur Nintendo DS, l'heure était aux jeux de rôle et d'aventure avec notamment Dragon Quest IX qui vient de sortir, Golden Sun Dark Dawn ou encore le troisième volet de Professeur Layton sans oublier le nouveau Pokémon Ranger, sous-titré Guardian Signs. Entre une prochaine console portable très prometteuse et des line-up aptes à adresser les différents types de publics sur ses consoles actuelles, Nintendo met tous les arguments de son côté pour conserver sa place de leader sur le marché sur la cette prochaine saison 2010/2011.





# Compacts s

Panorama

MOBILITE  
mobilité

## Objectif à valeur ajoutée

Ils couvrent toutes les situations avec brio quel que soit l'éloignement du sujet mais cela ne suffit plus pour les différencier. Désormais, le super-zoom subit une cure d'amaigrissement, se dote du GPS et va chercher des focales encore plus extrêmes : une fuite en avant salutaire pour maintenir la valeur ajoutée dans le rayon photo. par Stéphane Kauffmann

**Panasonic**

Lumix TZ10

## Grand public et expert

Créateur de la catégorie des super-zooms, Panasonic ne s'est pas endormi sur ses lauriers et la dernière mouture de ses réalisations en ce domaine semble particulièrement intéressante. Nous avons essayé les TZ10 et TZ8 qui partagent la même base pour le côté photo proprement dit. Les différences concernent surtout la vidéo, plus évoluée sur le TZ10 avec le son stéréo et un mode AVCHD, choses qui pourront séduire les passionnés de vidéo. Ce dernier intègre par ailleurs un GPS qui permet d'enregistrer directement la position géographique de la prise de vue. Ces modèles se distinguent des réalisations précédentes de la marque et aussi de la plupart de leurs concurrents puisqu'ils offrent tous les modes pour photographe exigeant avec Priorité diaphragme, Priorité vitesse et Manuel. Panasonic a choisi un zoom puissant et bien positionné entre grand angle et téléobjectif puisqu'il couvre de 25 au 300 mm, c'est à dire toutes les focales les plus utiles et les plus utilisables. Sa luminosité est bonne sur toute l'étendue, ce qui est un point très positif. Agréables et simples à utiliser avec leurs modes automatiques très élaborés, les TZ10 et TZ8 sont réactifs et efficaces. En pratique, aux sensibilités courantes les images sont de bonne qualité à toutes les focales. La montée en sensibilité est très bien gérée puisque le 400 ISO offre un très bon équilibre entre définition de l'image et élimination du bruit. En montant plus haut, cela devient naturellement de moins en moins vrai.

Capteur : 12 Mpixels  
Ecran : 3 pouces, 460 kpixels  
Optique (équivalent 24x36) : 3.3-4.9/25-300 mm stabilisé  
Vidéo : 1280 x 720, 25/30 i/s, QT, MJPEG/AVCHD, sonore stéréo

Support mémoire : SD/SDHC, 15 Mo internes  
Dimensions/poids : 103,3 x 59,6 x 32,6 mm/218 g (complet)

400 (TZ8 : 300 euros)

**M**aintenir la valeur sur le compact relève du défi tant ces merveilles de technologie sont désormais abouties et offrent dès l'entrée de gamme tout ce qu'il faut pour réussir ses clichés dans toutes les situations. Pour autant, l'industrie de la photo numérique a toujours su se renouveler et trouver avec la régularité du métronome de nouvelles pistes pour créer un appareil à valeur ajoutée. La dernière trouvaille en date s'appelle le super-zoom et allonge simplement la focale. Si l'idée est évidente et connue depuis longtemps, ce sont les récents progrès en construction optique qui ont permis cela à un coût acceptable pour figurer sur un compact. Le concept se résume donc à passer d'un zoom 3x standard à une amplitude de 10x, voire plus !

## Un véritable bénéfice

On en comprend aisément l'intérêt puisque cela permet d'atteindre de longues focales de type téléobjectif et ainsi de saisir tout sujet qui se situe au loin. Or on le sait, la taille du zoom est un argument qui porte, en fait il se

**Sony**

Cyber-Shot HX5V

## GPS sophistiqué et vidéo HD

Malgré la présence d'un zoom puissant, le HX5V est resté très compact et se classe parmi les modèles les moins encombrants des super-zooms. Un point qui peut naturellement séduire. Ce n'est pas le seul puisque le HX5V est doté d'un GPS plus élaboré que la moyenne. Doté d'un compas magnétique, il permet, avec un logiciel adapté, de visualiser non seulement l'endroit où a été réalisée la prise de vue mais aussi sa direction et même son angle de champ grâce à l'indication de focale ! Parmi les capacités encore rares, il faut relever la vidéo en Full-HD (1080i) avec le son stéréo. Pour le côté purement technique, Sony a choisi un zoom très grand angle (25-250 mm) associé à un capteur de définition raisonnable, ce que nous ne pouvons qu'approuver. S'il s'agit d'un des nouveaux modèles EXMOR à sensibilité améliorée, il reste toutefois de taille très réduite et il ne faut pas en attendre de miracles. Dans la pratique, le HX5V procure de très bonnes images bien définies et sans aberrations chromatiques sensibles. La sensibilité de base du capteur est déjà correcte (125 ISO) et les hautes sensibilités sont bien gérées, mais un lissage musclé élimine les détails de l'image avec le bruit. Comme les autres modèles à petit capteur, le HX5V n'est pas un champion en ce domaine mais le résultat est très correct pour la catégorie.

Capteur : 10 Mpixels  
Ecran : 3 pouces, 230 kpixels  
Optique (équivalent 24x36) : 3.5-5.5/25-250 mm stabilisé  
Vidéo : 1920 x 1080, 25 i/s, AVI, MP4, sonore stéréo

Support mémoire : MSDUO + SD/SDHC, 45 Mo internes  
Dimensions/poids : 102,9 x 57,7 x 287,9 mm /200 g (complet)

350





# super-zoom

place deuxième en popularité, après les pixels malheureusement. De plus et contrairement à l'amas de pixels, cet argument est fondé. Toutefois, il faut aussi que la technique suive car qui dit focales plus longues, dit aussi risque de détérioration de l'image et risque de flou. Le consommateur peut être rassuré en magasin. Tant que l'on en reste aux grands constructeurs spécialisés, le résultat est tout à fait correct. Malgré tout, les premiers super-zooms affichaient tout de même un certain embonpoint par rapport aux compacts standards, même si ce n'était pas très gênant. Dès leur apparition, ils ont connu le succès ce qui a fait la joie du premier sur le marché, à savoir Panasonic avec sa série TZ. Il faut dire aussi que l'argument en magasin est on ne peut plus simple puisqu'il se résume pour l'essentiel à un chiffre suivi d'un x et que c'est tout aussi simple à expliquer verbalement. Cependant comme toujours en hi-tech, le concept est rapidement descendu en gamme jusqu'à proposer du super-zoom sous les 200 euros, voire sous les 150. Il fallait donc se remettre à plancher pour étendre le concept à d'autres éléments.

## Plus petit, plus étendu

Cela s'est déjà fait selon les deux axes les plus évidents, soit la miniaturisation et l'allongement du zoom. Réduire la taille du super-zoom jusqu'à atteindre les mensurations d'un compact standard fait évidemment sens et est en passe d'aboutir. De même comme sur les appareils à zoom standard, le grand angle de 28 mm en équivalent ou moins s'est généralisé. Ce sont deux progrès évidents permis par l'évolution de la technologie. Certains constructeurs ont jugé bon d'aller aussi plus loin sur les focales longues et sont passés au 12 voire 15x. Ces valeurs ne sont pas sans poser des problèmes car avec un zoom aussi extrême sur un aussi petit appareil doté d'un minuscule capteur, il est difficile de maintenir la qualité d'image.

## De nouveaux atouts

Ayant épuisé pour l'essentiel les possibilités offertes par l'optique, les constructeurs ont cherché d'autres voies pour la valorisation et le GPS en est une qui semble faire des

adeptes. L'idée est connue depuis quelque temps, il s'agit de localiser ses photos pour savoir où exactement elles ont été prises. Si la localisation peut sembler incongrue pour un non-professionnel, le grand public semble adhérer et c'est bien là ce qui importe. Des solutions encore plus élaborées apparaissent désormais, par exemple chez Samsung qui propose de télécharger des cartes dans l'appareil ou chez Sony qui a équipé son HX5V d'une boussole électronique permettant de visualiser la direction de prise de vue et même l'angle de champ. Casio suit une voie plus originale de son côté en dotant ses appareils d'une cadence de prise de vue très élevée. Cela permet de décomposer le mouvement et de réussir des clichés originaux à partir de ce qui bouge beaucoup, un enfant par exemple. Si la vidéo en HD est quasiment devenue la règle, on peut là encore se différencier pour adresser celui que la vidéo intéresse au premier chef. Ainsi, certains proposent le Full-HD ou presque en 1080i ou encore le son stéréo. S'il n'est pas sûr que cela apporte réellement quelque chose, voire limite l'usage pour la résolution très élevée, c'est en revanche un élargissement de la cible. Quoi qu'il



## Casio

Exilim EX-FH100

## Grande vitesse

Offrant des fonctions jusqu'ici peu connues dans le grand public, les compacts haute vitesse de Casio peuvent répondre aux besoins d'utilisateurs très exigeants sur certains aspects de la photo. À première vue, le FH100 est un compact plutôt classique dans la catégorie des super-zooms actuels, ses dimensions étant un peu supérieures à la moyenne comme ses concurrents. Ses particularités se révèlent toutefois par la présence de quelques touches plutôt discrètes qui commandent des fonctions sortant vraiment de l'ordinaire. La première est la prise de vue en rafale à une cadence qui peut atteindre 40 i/s, avec une définition encore très conséquente. Pour capturer la bonne expression d'un enfant, c'est un outil remarquable ! Un peu dans le même style, la vidéo HD offre des modes ultra-rapides jusqu'à 1 000 i/s. Naturellement avec une résolution de plus en plus réduite au fur et à mesure de l'augmentation de cadence mais, là encore, c'est un bel outil pour analyser du mouvement ou réaliser des prises de vue spectaculaires. Comme appareil photo proprement dit, le FH100 est un modèle très bien pourvu, avec un zoom 10x très grand angle. Son comportement général est tout à fait satisfaisant et le choix d'un capteur de définition raisonnable permet d'obtenir des images dont la définition réelle est plutôt élevée avec une montée en sensibilité meilleure que la moyenne, même si Casio utilise un traitement d'image un peu agressif.

Capteur : 10 Mpixels stabilisé
Ecran : 3 pouces, 230 kpixels
Optique (équivalent 24x36) : 3.2-5.7/24-240 mm
Vidéo : 1280 x 720, 30 i/s, AVI, MJPEG, sonore stéréo

Support mémoire : SD/SDHC, 86 Mo internes
Dimensions/poids : 105 x 63,2 x 29,9 mm /227 g (complet)

300



## Fujifilm

Finepix F80EXR

## Super-zoom à super-capteur

Cette série de compacts cache bien son jeu puisqu'il s'agit de modèles super-zoom sous le volume d'un compact classique. Cette taille réduite pour un modèle disposant d'un zoom puissant est évidemment attractive s'il s'agit de glisser le F80 dans une poche pour l'avoir en permanence sur soi. À la suite du F200, le F80 utilise un capteur Super CCD EXR qui le démarque ainsi des produits concurrents, car il est à la fois un peu plus grand et plus performant que ceux des modèles courants avec plusieurs modes privilégiant soit la définition (en 12 mégapixels), soit la dynamique ou le faible bruit (en six mégapixels). Le zoom 10x avec un choix de focales très pertinent fera aussi partie de ses atouts. Parmi ses qualités spécifiques, il faut remarquer la possibilité de réglages manuels et aussi des modes automatiques très particuliers pour réduire la profondeur de champ ou photographier des sujets statiques en très faible lumière. Dans la pratique, le F80 donne généralement de très bonnes images, le capteur se révélant nettement plus performant que ceux des modèles courants. Il faudra néanmoins déployer un peu d'efforts pour choisir le mode le plus adapté à la prise de vue. De plus, la montée en sensibilité ISO s'effectue avec une dégradation bien moindre de la qualité d'image que chez ses concurrents. Pour le rendu, les capacités du F80 sont plutôt supérieures à celles de la plupart des autres super-zooms mais aussi avec une complexité un peu plus grande dans l'exploitation si on veut en profiter pleinement.

Capteur : 12 Mpixels stabilisé
Ecran : 3 pouces, 230 kpixels
Optique (équivalent 24x36) : 3.3-5.6/27-270 mm
Vidéo : 1280 x 720, 24 i/s, AVI, MJPEG, sonore

Support mémoire : SD/SDHC + 40 Mo internes
Dimensions/poids : 93,3 x 58,9 x 28,4 mm /183 g (nu)

250





# Compacts super-zoom

Panorama

MOBILITÉ  
mobilité

en soit, ce sont autant de pistes qui permettent de se différencier et qui font que le super-zoom est désormais une catégorie à part, avec une montée en gamme logique du premier prix au modèle le plus luxueux doté de tous les raffinements et de certaines caractéristiques originales. Et c'est sans doute aussi en tant que tel qu'il faut traiter le super-zoom en magasin et lui accorder un espace qui lui est réservé.

## Halte au pixel

Depuis déjà un bon moment, le nombre de pixels ne dit plus rien sur la qualité d'image qu'on obtiendra d'un appareil. Les modèles actuels offrent 10 à 14 mégapixels, mais la qualité de l'image et le comportement en haute sensibilité ne sont pas liés à ces chiffres. C'est la technologie du capteur et le traitement d'image qui lui est associé qui déterminent le résultat. Avec des choix très diversifiés suivant les marques, surtout dès que l'on monte en sensibilité ISO. Le lissage de l'image avec disparition des détails est plus ou moins

marqué. Tout cela est très regrettable et c'est vraiment le principal reproche que l'on peut faire aux constructeurs de ne pas s'entendre entre eux pour arrêter une course stupide qui fait certes vendre à court terme mais oblige aussi à déployer des efforts de développement et à dépenser de l'argent pour contrebalancer une évolution qui ne fait aucun sens sur un capteur de compact. Juste pour afficher un chiffre, accepter des clichés de qualité moindre pour ensuite trouver des solutions électronique pour y remédier relève tout de même de la schizophrénie. Certains vont même jusqu'à employer des capteurs qui contiennent plus de pixels qu'ils n'en utilisent réellement, juste pour pouvoir se parer du nombre...

## Vers l'expert

Alors que les réglages disponibles pour l'utilisateur semblaient se réduire de plus en plus au profit d'automatismes sophistiqués, certains constructeurs semblent revenir en arrière et proposer des modes

experts (plus ou moins semi-automatiques ou manuels) sur un nombre croissant de modèles. Le but recherché est évident : permettre à celui qui s'intéresse à la photo d'atteindre un niveau de technicité supérieur sans avoir à changer de catégorie pour un reflex ou un hybride. Ces réglages, parfois très nombreux, sont plus ou moins aisés à utiliser et ne serviront souvent que de prétexte à l'achat puis ne seront plus utilisés... Comme sur les compacts qui nous intéressent ici, les caractéristiques sont celles d'un modèle grand public, l'apport des réglages manuels étant tout à fait relatif. On peut même dire qu'un super-zoom va un peu à l'opposé d'un appareil expert qui autorise des clichés plus particuliers. Il faudra donc faire attention à ne pas créer de frustration en vantant un tel modèle en magasin. Si les possibilités manuelles sur un super-zoom servent juste d'alibi pour montrer que l'on s'intéresse pas de soucis, mais si c'est un amateur qui recherche un appareil vraiment expert, mieux vaudra l'orienter vers un appareil qui l'est vraiment, de type S90 chez Canon ou EX1 chez Samsung.



## Canon

PowerShot SX210IS

## L'hyper-zoom !

Malgré la présence d'un zoom très puissant, le PowerShot SX210IS est resté un vrai compact. Un peu plus gros qu'un classique mais nettement plus lourd quand même, le SX210IS reste un appareil que l'on pourra glisser dans une grande poche. Il est donc possible de l'avoir avec soi en permanence sans grande gêne, même s'il ne se fera pas totalement oublier. La finition est soignée et le boîtier donne une impression de robustesse ce qui est toujours agréable. L'atout majeur de ce modèle est évidemment son zoom qui couvre du grand angle jusqu'au téléobjectif de près de 400 mm. Certes sa luminosité n'est pas extraordinaire mais il faut souligner l'exploit. Beaucoup plus contestable est le choix d'un capteur 14 mégapixels, dont on sait qu'il n'apporte pas grand-chose en définition réelle mais limite les performances en haute sensibilité. D'autant plus que le SX210IS offre toutes les possibilités d'un compact expert avec les modes permettant une exploitation fine des capacités de l'appareil. En pratique, le SX210IS donne de très bonnes images à toutes les focales avec un peu d'aberrations chromatiques en périphérie de l'image et naturellement les limites du capteur. Globalement, on peut s'estimer satisfait étant donné les capacités offertes. La montée en sensibilité ne peut que montrer les limites d'un tel capteur et mieux vaudra ne pas dépasser 400 ISO si on veut conserver un bon niveau de détails.

Capteur : 14 Mpx

Écran : 3 pouces, 230 kpixels

Optique (équivalent 24x36) : 3.1-5.9/28-392 mm stabilisé

Vidéo : 1280 x 720, 30 i/s, MOV H264, sonore

Support mémoire : SD/SDHC/SDXC

Dimensions/poids : 105,8 x 59,3 x 31,9 mm / 215 g (avec batterie et carte mémoire)

300



## Samsung

WB650

## Zoom extrême !

Après les super-zooms, voici la catégorie des compacts à zoom extrême ! Doté d'un zoom 15x, le Samsung WB650 entend mettre la barre très haut. Au premier regard, il ne se distingue guère de modèles similaires. C'est un compact dont les dimensions et le poids sont supérieurs à la moyenne, sans que ce soit gênant. Toutefois, il se fera moins facilement oublier que les modèles les plus petits car son poids est presque doublé. Naturellement le point le plus attractif de ce modèle est son zoom 15x qui couvre du très grand-angle au super téléobjectif. Le tout avec une luminosité raisonnable et un encombrement toujours assez réduit. Une caractéristique suffisante pour séduire nombre d'amateurs si les performances suivent. Autre point mis en avant, la présence d'un écran AMOLED il est vrai de très bonne qualité. Par ailleurs, l'intégration d'un récepteur GPS ne manquera pas d'intéresser nombre d'utilisateurs. Moins attractif évidemment, l'utilisation d'un petit capteur 12 mégapixels même si le WB650 offre tous les modes experts pour ceux qui veulent sortir des automatismes. À sa sensibilité de base, ce compact extrême procure de très bonnes images et le zoom se comporte très bien permettant d'aller du très grand angle au téléobjectif puissant sans que les performances se dégradent de façon visible. Un très bon résultat donc. En revanche, mieux vaut ne pas lui demander de monter en sensibilité. Des 400 ISO, les images perdent beaucoup de leur définition avec un rendu très « impressionniste » ensuite.

Capteur : 12 Mpx

Écran : 3 pouces AMOLED, 230 kpixels

Optique (équivalent 24x36) : 3.2-5.8/24-360 mm stabilisé

Vidéo : 1280 x 720, 30 i/s, MJPEG H264, sonore stéréo

Support mémoire : SD/SDHC + 128 Mo interne

Dimensions/poids : 106,6 x 60,5 x 28 mm / 210 g (nu)

350

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

Shuttle® XPC Barebone **SX58J3**



## Elégant, compact, puissant

Compatible avec le processeur Intel Core i7-980X Extreme Edition

- ▶ Intel X58 Express ▶ 500 Watt 80 PLUS ▶ Jusqu'à 16 Go DDR3 ▶ 2x PCI-E Dual-Slot
- ▶ Refroidissement par caloducs ▶ 2x Réseau Gigabit ▶ Lecteur cartes multiformats



### Shuttle Reseller Services

Inscrivez-vous dès maintenant : [www.shuttle.eu/reseller](http://www.shuttle.eu/reseller)

#### Reseller Program

Offres et services exclusifs pour les revendeurs Shuttle

#### Service enlèvement et retour sur site (PUR)

Les mini PC barebone Shuttle bénéficient d'une garantie enlèvement-et-retour-sur-site de 24 mois (Pick-Up and Return PUR)

Les produits Shuttle sont disponibles chez nos grossistes officiels :



Pour prendre contact avec Shuttle :

**Sales/Reseller Program**  
[sales@shuttle.eu](mailto:sales@shuttle.eu)  
 +49 (0) 4121 476 834

**Support**  
[support@shuttle.eu](mailto:support@shuttle.eu)  
 +49 (0) 4121 476 910

**RMA**  
[rma@shuttle.eu](mailto:rma@shuttle.eu)  
 +49 (0) 4121 476 920

**Shuttle®**

**Road Movie cocasse**  
All About Steve

Comédie



4 août

Les producteurs de Miss Détective et de L'Amour sans préavis lancent Sandra Bullock (Oscar 2010 de la meilleure actrice pour Blind Side) dans une chasse à l'amour complètement folle où la jeune femme a le coup de foudre non réciproque pour un cameraman et le suit dans tous ses déplacements aux États-Unis. L'actrice forme avec Bradley Cooper (Very Bad Trip, L'Agence tous risques) ce couple improbable qui multiplie les rencontres les plus loufoques. Une traversée des USA mouvementée qui égratigne au passage les médias et le monde de la télévision.

**MISE EN PLACE**  
10 000 exemplaires.

**PLAN MARKETING**

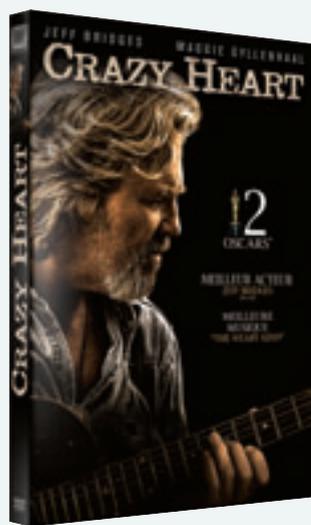
Ciblant un public féminin 15-25 ans, adepte de comédies déjantées, le film est appuyé par un partenariat avec Public et M6 Mobile.

Editeur Twentieth Century Fox Home Entertainment  
Distributeur Fox Pathé Europa

Prix public conseillé 19,99€

**Déchéance et rédemption**  
Crazy Heart

Drame



25 août

Premier long-métrage de Scott Cooper, Crazy Heart marque le grand retour de Jeff Bridges (The Big Lebowski). Ce retour a été particulièrement gagnant puisque l'acteur a remporté l'Oscar pour le rôle de ce chanteur vieillissant et fauché, rongé par l'alcool qui a jadis connu son heure de gloire dans la musique country. Le film, adapté du roman de Thomas Cobb, remet au goût du jour un courant musical très populaire aux États-Unis et a obtenu également l'Oscar de la meilleure chanson. Crazy Heart a totalisé 46 000 entrées en salles.

**MISE EN PLACE**  
5 000 exemplaires.

**PLAN MARKETING**

S'adressant aux cinéphiles, fans de Jeff Bridges et de country, le film bénéficie d'un partenariat ciblé avec Les Inrockuptibles.

Editeur Twentieth Century Fox Home Entertainment  
Distributeur Fox Pathé Europa

Prix public conseillé 19,99€

**Anges exterminateurs**  
Légion

Thriller



4 août

Dieu n'a plus foi en l'Homme et décide d'éradiquer la race humaine en envoyant une légion d'anges. Pour cette nouvelle "prophétie", Scott Charles Stewart a mis au centre de son histoire l'archange Michel incarné par Paul Bettany (Un homme d'exception, Master and Commander) qui s'oppose à l'ordre divin et devient le dernier espoir face à cet apocalypse. Un groupe de personnes va faire front autour de lui et s'entraîner en plein désert. Beaucoup d'effets spéciaux, de l'action et des zombies terrifiants font partie du cocktail de ce film qui a totalisé 158 000 spectateurs.

**MISE EN PLACE**  
40 000 exemplaires.

**PLAN MARKETING**

Le film est soutenu par une campagne TV sur la TNT (W9, NRJ12, NT1) et Sci Fi.

Editeur Sony Pictures Home Entertainment  
Distributeur Sony Pictures Home Entertainment

Prix public conseillé 19,99€

**Dangereuses retrouvailles**  
Le Chasseur de Primes

Comédie



18 août

Un chasseur de primes se voit confier une mission de choix pour son plus grand plaisir : traquer son ex-femme qui a des ennus avec la justice. On se doute que les anciens époux vont jouer au chat et à la souris pendant une bonne partie du film. C'est le réalisateur Andy Tennant (Coup de foudre et conséquences, Hitch-expert en séduction) qui a décidé de réunir Jennifer Aniston (la célèbre Rachel de la série Friends) et Gerard Butler (300, L'Abominable vérité) dans cette comédie d'action qui au départ avait été envisagée pour Sarah Jessica Parker dans le rôle féminin principal. Le film a totalisé 234 000 entrées en salles.

**MISE EN PLACE**  
35 000 exemplaires.

**PLAN MARKETING**

Une campagne TV sur NRJ12, W9 et Virgin17 met en valeur la sortie 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

## Votre iPad™ est précieux, protégez-le !



à partir de  
**15,99 € TTC**  
prix conseillé



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



## Apple Macbook Pro 13

### Ordinateur portable

Apple a actualisé sa gamme Macbook Pro. Toutefois point de Core i pour le 13 pouces qui reste cantonné au Core 2 Duo. En effet, Apple a préféré conserver un châssis relativement fin avec un graveur de DVD. En revanche, la fréquence de fonctionnement est revue à la hausse pour des performances qui placent le Macbook Pro 13 parmi les meilleurs de la catégorie. Il en va de même pour l'autonomie de la batterie mais uniquement sous Mac OS X. Avec Windows, le Macbook Pro perd près de deux heures. Par contre, la finition est exemplaire avec une coque unibody taillée directement dans un bloc d'aluminium et qui est à la fois élégante et résistante. Le clavier est un modèle du genre grâce à ses touches très confortables et rétro-éclairées. De plus, le touchpad est large et dépourvu de boutons. Très pratique, il offre des fonctionnalités inédites en utilisant jusqu'à quatre doigts avec Mac OS X. Petite nouveauté, une fonction inédite de défilement par impulsion fait son apparition. À l'instar de la navigation sur l'iPhone, un balayage du doigt suffit pour faire défiler une page Web. Enfin, l'écran offre un très large spectre de couleurs auquel s'ajoutent des noirs profonds.



#### Caractéristiques

Processeur Intel Core 2 Duo (2,66 GHz), mémoire 4 Go, écran 13,3 pouces, puce graphique Nvidia Geforce 320M, disque dur 320 Go, graveur DVD±R/RW, WiFi n, 2,04 kg

Garantie	1 an
Catégorie	Haut de gamme
Contact	Apple France - 01 56 52 96 00

1500€



## Panasonic G2

### Appareil photo hybride

Le G2 est une évolution du G1 et il entend remédier aux principales limitations de son prédécesseur. C'est un appareil photo hybride au format reflex mais avec une taille inférieure à celle d'un reflex grand public APS-C, la différence avec un reflex 4/3 étant beaucoup plus ténue. Il est équipé du même viseur électronique de très bonne qualité que les autres modèles de la série G. Accessoirement, le G2 est doté d'un détecteur qui fait passer automatiquement de la visée électronique à la visée sur écran et inversement, ce qui est très agréable en pratique. On trouve également un écran tactile orientable en tous sens ce qui est un atout important pour certaines prises de vue comme la macro mais aussi pour la vidéo. Cet écran est par ailleurs tactile et permet notamment de choisir le sujet sur lequel il faut faire la netteté. Contrairement à son prédécesseur, il est capable de filmer en HD 720p. À l'usage, le G2 apparaît comme un appareil simple à utiliser et très réactif. Le photographe retrouvera aisément ses marques. Si la visée sur l'écran en plein soleil n'est pas très agréable, le viseur électronique offre toutefois un bon confort. En pratique, le G2 offre une qualité d'image comparable à celle d'un reflex avec une montée en sensibilité qui préserve une très bonne qualité d'image jusqu'à 1 600 ISO. Au final, le Panasonic G2 est un hybride au format reflex qui semble tout à fait mature et donc à même de satisfaire de nombreux utilisateurs.



#### Caractéristiques

Capteur Micro 4/3 12 Mpxels, vidéo 1280 x 720 AVCHD Lite à 30 i/s, écran 3 pouces orientable et tactile, support mémoire SD/SDHC/SDXC, 124 x 83,6 x 74 mm/371 g (nu)

Garantie	2 ans
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	Panasonic - 08 92 35 05 05

700€

(kit avec zoom 3,5-5,6/14-42)



## Eye-Fi Connect X2

### Carte mémoire WiFi

Société d'origine américaine, Eye-Fi s'est spécialisée dans le développement de produits permettant de partager et gérer facilement tout type de fichier et plus particulièrement les photos. Eye-Fi est ainsi le premier fabricant à proposer une carte mémoire au format SDHC intégrant un module WiFi. La version Connect X2 a une capacité de 4 Go et permet de transférer ce qu'elle contient en WiFi. Après avoir installé le logiciel sur un ordinateur (PC ou Mac), il suffit de paramétrer le réseau WiFi et il ne reste plus qu'à insérer la carte dans l'appareil photo numérique. Ainsi, dès qu'une photo sera prise, elle sera stockée sur la carte et également transférée sur l'ordinateur via le WiFi. Suivant la taille du cliché, cela peut prendre plus ou moins de temps. L'utilisateur pourra également choisir de transférer les photos directement sur les réseaux sociaux tels que Facebook, YouTube, Flickr, etc. La carte est compatible avec la quasi-totalité des appareils photos récents (moins de deux ans).



#### Caractéristiques

Carte mémoire SDHC, capacité de 4 Go, WiFi n intégré, portée 27 m en extérieur et 13 m en intérieur, WEP, WPA, WPA2, lecteur de cartes USB inclus

Garantie	2 ans
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	Computers Unlimited France - 01 39 15 93 00

60€



## Jays v-Jays

### Casque nomade

Surtout connu pour ses écouteurs intra-auriculaires, Jays propose désormais des casques plus classiques mais toujours légers et adaptés à une utilisation nomade. Présenté comme casque « Heavy Bass », le v-JAYS n'a pourtant rien d'un monstre ! C'est même un petit modèle dont les écouteurs se replient vers l'intérieur de l'arceau, ce qui le rend aisément transportable. Côté technique, c'est un casque électrodynamique ouvert, donc fort classique. Revers de la médaille, il ne faut pas s'attendre à une isolation phonique importante vis-à-vis d'un environnement bruyant. En pratique, le premier contact avec le v-JAYS n'est pas très positif. Son arceau est très rigide et exerce une pression importante sur les oreilles. C'est certes au bénéfice d'une bonne tenue mais on peut préférer plus de douceur. Côté restitution sonore, on est dans le même monde que pour le confort : sans concession. La réponse est très linéaire, les timbres justes et la définition élevée. Plus de rigueur que de confort et la chose peut plaire plus ou moins. Pour l'écoute loisir, une réponse un peu plus physiologique pourra être préférée et obtenue par une petite égalisation.



#### Caractéristiques

Type supra-aural ouvert, réponse en fréquence 25 Hz - 20 kHz, impédance nominale 24 ohms, sensibilité 98 dB/V, longueur cordon 60 + 70 cm, types, 59 grammes

Garantie	1 an
Catégorie	Moyen de gamme
Contact	Xtrium - 01 71 18 31 53

80€



## Medion IGN Evadeo M3220

### GPS autonome

Medion vient de signer un accord exclusif avec l'IGN (Institut Géographique National) pour proposer de véritables GPS de randonnée qui incluent des cartes topographiques. Le M3220 est le premier modèle de la gamme. Il propose un design compact avec un écran de 3,5 pouces et une coque renforcée qui ne craint pas les projections d'eau. Le logiciel de navigation routière est la dernière version du logiciel maison GoPal AE. Il propose de nombreuses fonctionnalités comme le Text-to-Speech, l'alerte dépassement de vitesse, l'assistant tunnel et une carte des radars. La recherche d'une adresse et le calcul des itinéraires sont très rapides. Le M3220 permet également de sortir des sentiers battus avec des cartes au 1 : 25 000ème préalablement téléchargées (un euro les 225 km<sup>2</sup>) ou celle au 100 000ème livrée. Le randonneur pourra entrer une adresse, un point d'intérêt, une coordonnée ou un point de destination sur la carte. Le GPS indique alors la direction à suivre et la distance restante à vol d'oiseau, tout comme il précise l'altitude et le dénivelé effectué. Cela permet de choisir le parcours en connaissance de cause, voire de couper à travers bois sans se perdre.



## Apple iPhone 4

### Téléphone mobile

L'iPhone 4 marque une véritable rupture avec une coque plus fine (9,3 mm) composée d'acier et de verre. Afin de garantir la solidité, la face avant et le dos de l'iPhone 4 sont en verre traité chimiquement. Il s'agit d'aluminosilicate, un matériau qui équipe notamment les pare-brises des hélicoptères. Toutefois, le dos plat et des arêtes angulaires ne favorisent pas la prise en main. De plus, le cadre en acier qui fait également office d'antenne GSM et WiFi voit sa sensibilité baisser inexorablement quand on tient le téléphone dans la paume de la main. Bien équipé, l'iPhone 4 est enfin à la hauteur de ses concurrents. Le processeur A4 de 1 GHz est très vélocité et les connexions réseaux sont complètes, avec notamment le WiFi n et l'HSUPA qui accélère les envois sur le réseau mobile. Deux micros sont intégrés pour le réducteur de bruit qui est très efficace. Le capteur 5 Mpixels délivre des photos de qualité mais aussi des vidéos HD. Un capteur fait également apparition en façade pour profiter de Face Time, une application de vidéoconférence très pratique mais limitée au WiFi. L'écran gagne à la fois en luminosité et en résolution. Avec 960 x 640 pixels, les images sont d'une plus grande finesse et tous les détails sont parfaitement restitués. Enfin, la batterie gagne aussi un peu en autonomie.



## Sony Bravia KDL40HX800

### TV 3D

Le Sony KDL40HX800 est un téléviseur conçu pour la 3D. Il est bien entendu compatible avec les Blu-ray 3D, mais comme le Samsung UE46C7700, il dispose aussi d'une électronique de conversion 2D-3D. En revanche, on regrettera que l'émetteur pour synchroniser les lunettes ne soit disponible qu'en option payante à 50 euros. Si on y ajoute deux paires de lunettes à 100 euros, cela fait tout de même 250 euros de plus... Sur les Blu-ray 3D, la sensation de relief est bonne avec un découpage des plans précis. Les couleurs sont particulièrement justes, il n'y a pas de bruit vidéo et la netteté impressionne. Bref, ce serait une bonne solution s'il n'y avait ce clignotement gênant sur les zones très claires. De plus, les lunettes 3D ne sont pas très confortables et perdent la synchronisation dès que l'on penche un peu la tête. Nous avons aussi constaté quelques désagréments vraiment pénibles que nous estimons liés à la diagonale et donc indirectement à la taille relativement modeste des pixels. Ainsi, la 3D est très directive sur ce modèle. Il faut se situer bien en face, sans quoi l'image vire respectivement au rouge ou au bleu. La conversion 2D-3D n'est pas très convaincante en termes de rendu. En 2D et en haute définition, l'image est très belle mais il faut passer par quelques réglages pour obtenir satisfaction. En définition standard c'est moins bien, avec un rendu qui manque de netteté. A noter que le mode 200 Hz est tout simplement le meilleur du marché actuellement.



## Samsung S8500 Wave

### Téléphone mobile

Le Wave de Samsung est un smartphone très bien équipé et abordable à destination du grand public. Doté du système d'exploitation maison Bada, il s'avère très simple à utiliser avec une interface qui ne déroutera pas les utilisateurs de téléphones classiques. En revanche, ils pourront installer des applications à leur guise d'autant que le constructeur travaille d'arrache-pied pour étoffer sa plate-forme de téléchargement Samsung Apps. Multitâche, Bada affiche les notifications via un panneau coulissant en haut de l'écran et sans quitter l'application ouverte. Aucun ralentissement n'est à déplorer, notamment grâce au processeur maison cadencé à 1 GHz. Le capteur délivre des photos de qualité mais aussi de jolies vidéos HD. Plutôt compact, le Samsung Wave est relativement étroit et surtout très fin. La prise en main est excellente et la finition soignée avec une coque en aluminium brossé. L'écran Super AMOLED impressionne avec un contraste élevé et des couleurs éclatantes. Enfin, l'autonomie de la batterie est correcte.



#### Caractéristiques

Cartographie française, écran de 3,5 pouces, POI, Bluetooth, carte des radars, Text-to-Speech, carte IGN au 100 000ème, 105 x 82 x 26 mm, 190 grammes

Garantie	2 ans
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	Medion - 08 25 81 10 00

280€

#### Caractéristiques

Quadri-bande, 3G+ (HSUPA), EDGE, iOS 4, dimensions/poids 115,2 x 58,6 x 9,3 mm/137 g, écran 960 x 640 pixel 3,5 pouces, résolution photo 5 Mpixels, A-GPS, Bluetooth 2.1 A2DP, WiFi n, 16 ou 32 Go

Garantie	1 an
Catégorie	Haut de gamme
Contact	Apple France - 01 56 52 96 00

630€  
(16 Go)

#### Caractéristiques

Technologie LCD/LED, 40 pouces, résolution 1920 x 1080, contraste 150 000 :1, tuner TNT-HD, connectiques 4 HDMI, YUV, 2 Périel, USB host, DLNA

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

1 850€

#### Caractéristiques

Quadri-bande, 3G+ (HSUPA), EDGE, OS Bada, 118 x 56 x 10,9 mm/118 g, écran 480 x 800 pixels, 3,3 pouces, résolution photo 5 Mpixels, A-GPS, Bluetooth 3.0 A2DP, WiFi n, micro USB 2.0, 390 Mo et lecteur de cartes Micro SD

Garantie	1 an
Catégorie	Haut de gamme
Contact	Samsung Electronics France - 0825 08 65 65

350€



Mafia 2



Le 27 août

Huit ans après un premier volet qui avait reçu un très bon accueil critique et s'est vendu à plus de deux millions d'exemplaires dans le monde, le studio tchèque de 2K Czech propose aujourd'hui une suite à ce jeu d'action à la troisième personne en « monde ouvert ». Mafia 2 invite à se plonger dans l'univers de la pègre aux Etats-Unis dans le contexte des années 50. Fusillades, combats au corps-à-corps, courses poursuites et exploration de la ville sont au programme. Dans le rôle de Vito, fils d'un immigré italien cherchant à fuir la misère en intégrant la mafia, le joueur devra remplir différents types de missions.

**PLAN MARKETING**  
L'éditeur va communiquer en presse (spécialisée et grand public) et sur Internet (sites généralistes et spécialisés). Mafia 2 va également bénéficier d'une campagne en TV en chaînes hertziennes et cabsat. 2K Games annonce enfin un plan d'affichage d'envergure nationale.

**MISE EN PLACE**  
Non communiquée.

Développeur	2K Czech
Editeur	2K Games
Distributeur	Take Two Interactive
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non

Prix publics conseillés  
Consoles: 65€ (75 en collector)  
PC: 50€ (60 en collector)



Kane and Lynch 2  
Dog Days



Le 20 août

Kane et Lynch, le couple improbable de hors-la-loi formé par un psychopathe et un mercenaire fait son retour après une première aventure sortie fin 2007. Les deux complices vont ici découvrir un nouveau terrain de jeu dans la ville de Shanghai. Chargés par un criminel anglais d'assurer un chargement d'armes vers l'Afrique, les compères se retrouvent rapidement poursuivis par la mafia chinoise. Les développeurs annoncent une réalisation toujours plus cinématographique (mise en scène et filtres sur l'image) ainsi que des fonctionnalités multijoueurs plus développées.

**PLAN MARKETING**  
Square Enix va communiquer sur le jeu via une campagne en TV et sur Internet au moment de sa sortie. Un soutien « trade important » est prévu (dès juillet chez les spécialistes). La sortie de la démo jouable sera également appuyée par un dispositif marketing.

**MISE EN PLACE**  
50 000 exemplaires sur PS3, 30 000 sur Xbox 360 et 8 000 sur PC.

Développeur	Io Interactive
Editeur	Square Enix
Distributeur	Square Enix
Nombre de joueurs	1 à 12
Jeu en ligne	Oui

Prix publics conseillés  
Consoles: 69,90€  
PC: 49,90€



Dragon Quest IX  
Les Sentinelles  
du Firmament



Le 23 juillet

Ce nouveau volet de Dragon Quest, référence dans le domaine du jeu de rôle notamment au Japon, invite à incarner un personnage du peuple des Célestiens, des gardiens chargés de veiller sur l'humanité. Face à une menace mystérieuse, il va s'agir de rejoindre le monde en question pour en assurer la protection. Dans la tradition du jeu de rôle en tour par tour, Dragon Quest IX n'en propose pas moins quelques fonctions originales comme la possibilité de créer de toutes pièces son personnage ou encore de coopérer à quatre simultanément dans la même partie. Au Japon, ce titre s'est vendu à plus de quatre millions d'exemplaires.

**PLAN MARKETING**  
Nintendo va communiquer largement sur le titre via une campagne en TV cet été en chaînes hertziennes et cabsat, en presse (spécialisée jeux vidéo, enfants), sur Internet (campagnes en direction des 11 à 14 ans) mais aussi en affichage (réseaux ferrés).

**MISE EN PLACE**  
Non communiquée.

Développeur	Square-Enix
Editeur	Square-Enix
Distributeur	Nintendo
Nombre de joueurs	1 à 4
Jeu en ligne	Non

Prix public conseillé Environ 40€



Halo Reach



14 septembre

Microsoft ouvrira les hostilités de la rentrée dès mi-septembre avec ce nouveau volet de la saga Halo. Le scénario de Halo Reach prend place avant les événements du premier épisode de la série. L'action a lieu sur la planète Reach où les super-combattants Spartans sont formés. Jeu en coopération à quatre, modes multijoueurs à 16, Spartans aux différentes compétences différentes ou encore possibilité de personnaliser l'apparence du personnage font partie des caractéristiques du nouvel Halo. Il s'agira du dernier volet développé par le studio original Bungie. Plus de 30 millions de jeux de la série ont été vendus dans le monde.

**PLAN MARKETING**  
Microsoft va communiquer sur le titre en TV (hertzienne et cabsat), sur Internet et en presse. De nombreuses opérations événementielles sont également prévues, ainsi que des outils de PLV pour animer les magasins. Trois versions du jeu, plus ou moins étoffées de suppléments, seront commercialisées.

**MISE EN PLACE**  
Non communiquée.

Développeur	Bungie Software
Editeur	Microsoft
Distributeur	Microsoft
Nombre de joueurs	1 à 16
Jeu en ligne	Oui

Prix public conseillé A partir de 70€ environ



# ABONNEZ-VOUS!

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



22 NUMÉROS PAR AN ET LEURS SUPPLÉMENTS

# ABONNEZ-VOUS!

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

TITRE .....

PRÉNOM .....

VILLE .....

E-MAIL .....

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



## Antidote Ardoise

**Vie pratique**

L'éditeur Druide Informatique vient de lancer une nouvelle version de sa suite de logiciels dédiés à la langue française, spécialement conçue pour une utilisation sur iPad. L'interface a été revue et est plus aérée et permet par exemple de « tourner les pages avec le doigt ». L'application ne nécessite pas d'être connectée à Internet pour fonctionner. Antidote renferme 11 dictionnaires différents et une encyclopédie, propose des guides multiples (grammaire, orthographe...). Plusieurs modes de consultation sont possibles, via un système de recherche bien sûr mais aussi en identifiant des mots difficiles au hasard. Une version pour iPhone est également disponible.

**PLAN MARKETING**  
Non communiqué.



**Disponible**



Développeur **Druide Informatique**  
Éditeur **Druide Informatique**  
Distributeur **AppStore**

Prix public conseillé **14,99€** (au 19/07)

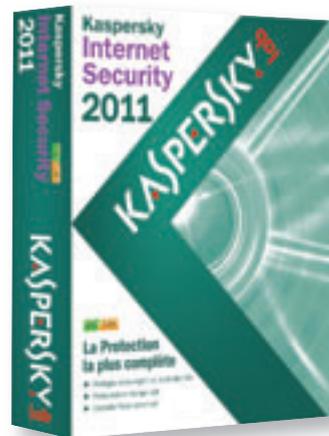


## Kaspersky Internet Security 2011

**Utilitaire**

Cette nouvelle version de la solution de sécurité pour PC de Kaspersky embarque les outils nécessaires pour protéger au mieux une machine contre les différentes menaces sur Internet. Selon l'éditeur, ce millésime se dédie notamment à protéger l'identité numérique de l'utilisateur, qu'il s'agisse de l'accès à ses données bancaires par exemple ou de sa pratique des réseaux sociaux. Protection permanente, filtre parental, filtre géographique sont notamment au programme de ce logiciel qui accueille une nouvelle interface toujours plus simple d'accès.

**PLAN MARKETING**  
Non communiqué.



**Disponible**



Développeur **Kaspersky**  
Éditeur **Kaspersky**  
Distributeur **Kaspersky**

Prix public conseillé Environ **50€** (1 poste, 1 an)



## Se Coucher Moins Bête

**Vie pratique**

Comme son nom l'indique, cette application propose de communiquer moult informations et anecdotes à son utilisateur. Le principe est de lire chaque jour un des articles de l'application, abordant de nombreux thèmes comme la science, le cinéma, l'histoire, la cuisine... Si une base est téléchargée en mémoire, l'application est enrichie continuellement de nouveaux articles chaque jour. Il est possible de voter pour désigner les articles les plus intéressants. Une communauté s'est créée autour du concept et l'utilisateur peut également proposer ses propres anecdotes.

**PLAN MARKETING**  
Non communiqué.



**Disponible**



Développeur **Azurgate**  
Éditeur **Azurgate**  
Distributeur **App Store**

Prix public conseillé **0,79€** (au 19/07)



## Le Journal de votre Naissance

**Vie pratique**

A l'instar des versions papier, cette application signée Anuman Interactive permet de regrouper diverses informations sur le jour de l'année de son choix. Profil astrologique, fiats historiques, actualité du jour, événements sportifs ou paysage culturel relatifs à la date indiquée sont communiqués à l'utilisateur. Il est ensuite possible de communiquer un journal du jour à une personne donnée en lui envoyant par email.

**PLAN MARKETING**  
Non communiqué.



**Disponible**



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

Prix public conseillé **0,79€** (au 19/07)

accompagne  
**la révolution!**

...  
**PRA-  
TIQUE  
DESIGN  
MULTI-  
USAGES**  
...

**Sport Grip**

Housse en silicone :  
"antichoc" de haute qualité.

14,99 € TTC\*



Pour  
**iPhone 4**



19,99 € TTC\*



**MicroShell**

La plus fine protection :  
**moins d'1 mm d'épaisseur!**

6 coloris au choix :  
transparent, noir, blanc, rose, rouge & bleu.

**SportShell Convertible**

Design et polyvalence,  
**brassard 4 en 1!**



39,99 € TTC\*

XTRIUM c'est aussi...

**Razer Naga** 5000 Laser Series Mouse  
La Razer Naga™ est la souris de jeu ultime spécialement conçue pour les jeux massivement multi-joueurs en ligne...  
Prix : 79,99 € TTC\*



**Edifier MP300 Plus & Sound Bar**

+ L'excellence sonore à emporter... +  
La gamme mobile d'Edifier a été conçue pour offrir une solution audio de qualité, qui accompagne votre ordinateur portable dans tous vos déplacements.

Prix : 39,99 € TTC\*

79,99 € TTC\*





iPad et iPhone sont des marques déposées d'Apple Inc. Android est une marque déposée de Google Inc. Photo DR - Photoallo - Conception | jardinhiver.fr

“

**Même plus  
la peine de crier  
pour vous faire  
entendre...**

”

**Avec les solutions  
mobiles KDMDS  
vous touchez  
votre cible directement  
et efficacement !**



**Optez pour la mobile communication > boostez vos lancements produits avec des plans médias innovants > dynamisez votre communication avec des jeux concours SMS+ > augmentez votre visibilité sur iPhone, iPad et Android > créez du trafic sur vos sites internet... et entrez dans l'ère du web mobile !**

Dirigée par des professionnels du Web Marketing et des médias, KD MOBILE DATA SERVICES a pour mission d'apporter les meilleurs services internet et mobile disponibles à ce jour. Que ce soit pour le développement de services de téléchargement de jeux vidéo, de musique, de vidéo en streaming, la mise en place de jeux concours et quizz par sms+, le développement d'applications iPhone, iPad et Android KD MOBILE DATA SERVICES est un acteur européen connu et reconnu pour son savoir faire et son professionnalisme.

**kdmds** Corporate  
Mobile Data Services

