

JDL

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs N°184/15 novembre 2010
www.jdli.com



by **hama**
L'INDISPENSABLE DU GAMING

hama® THE SMART SOLUTION

ref 75051883



Station de charge «Quad» pour PS Move

Permet de recharger simultanément quatre «Motion Controllers» ou quatre «Navigation Controllers»
Alimentation secteur fournie

ref 75051882



Station de charge «Dual» pour PS Move

Permet de recharger simultanément deux «Motion Controllers» ou deux «Navigation Controllers»
Alimentation secteur fournie

ref 75051887



Station de charge «Dual» USB pour PS Move

Permet de recharger simultanément deux «Motion Controllers» ou deux «Navigation Controllers»
Alimentation via USB

L'indispensable du Gaming

pour Nintendo™ Wii®



ref 75052165



Volant Bluetooth «Thunder V24»

Volant à revêtement caoutchouté
Possibilité de poser le volant sur les genoux ou sur une table
Système de fixation du pédalier par ventouses
Moteurs intégrés pour les effets vibratoires

pour PS Move®

ref 75051885



Kit Sport 10 en 1 «ULTIMATE» pour PS Move

Supports pour la «Motion Controller» dont la forme procure une sensation de jeux plus réaliste !
Toutes les fonctions et boutons de la manette restent accessibles.



hama®

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

ref 75052195



Double chargeur à induction

Station de charge pour deux Wii-Mote avec extension Wii Motion+
Permet un chargement de la Wii-Mote dans son étui et lorsque la Wii est éteinte
2 batteries Wii-Mote fournies
Existe aussi en blanc

ref 75054627
ref 75054626



Manette FL-AIR Motion+

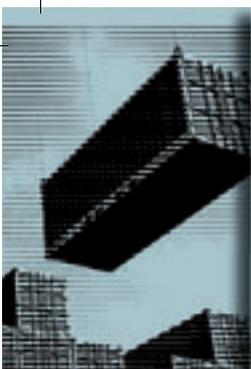
Extension Wii Motion+ intégrée
Connexion sans fil
Compatible avec Nunchuck
Compatible avec tous les jeux Wii

ref 75054625
ref 75054624



Chuck FL-AIR sans fil

Compatible avec Wii-Mote et Wii Motion+
Connexion sans fil
Compatible avec tous les jeux Wii nécessitant un Nunchuck



UNE

Micro Application racheté !



Coup de tonnerre sur le marché des logiciels hors-jeux : Avanquest Software a racheté Micro Application ! Si l'opération ne sera finalisée qu'au début de l'année 2011, un



Philippe Olivier, fondateur de Micro Application

protocole d'acquisition a été signé. Elle porte sur l'activité logicielle et papiers d'impression, regroupée au sein de Micro Application Europe. L'activité d'édition et de vente de livres informatiques a été récemment transférée sur une autre société qui n'entre pas dans le périmètre de rachat. La surprise est de taille, mais la démarche logique. Micro

Application, créé il y a 30 ans par Philippe Olivier, est un acteur historique du multimédia en France qui est parvenu à préserver son indépendance depuis toujours, malgré l'arrivée d'investisseurs dans son capital il y a quelques années. Avanquest, issu de la création de BVRP Software en 1984, s'est appuyé sur la Bourse pour se développer, et réalise aujourd'hui 90 % de son activité à l'internationale. La complémentarité entre les deux structures est donc réelle. Bruno Vanryb, co-fondateur et directeur général d'Avanquest explique d'ailleurs que la société souhaitait se renforcer sur son pays d'origine où elle est cotée. À ce stade, on sait que les deux marques vont perdurer. Philippe Olivier va par ailleurs intégrer le comité exécutif du groupe et présidera aux activités françaises. Le montant du rachat est de huit millions, dont 1,5 en numéraire et 6,5 en actions. Un earn-out de deux millions est prévu d'ici deux ans sur objectifs.



Bel accueil pour Fallout

Bethesda Softworks se dit satisfait du lancement de son dernier jeu en date, Fallout : New Vegas. La nouvelle itération de son jeu emblématique dans le domaine du jeu de rôle/action aurait été distribuée, selon Bethesda, à cinq millions d'exemplaires dans le monde au lancement. Le titre est également distribué en téléchargement direct. « Malgré l'importance des quantités mises en place pour le lancement, nous avons déjà reçu un nombre conséquent de demandes de réapprovisionnement de nos partenaires distributeurs, ce qui souligne l'immense popularité de ce jeu », estime Vlatko Andonov, Président de Bethesda Softworks. « Nous pensons que Fallout : New Vegas comptera parmi les jeux incontournables en cette fin d'année ». Début novembre, l'éditeur estimait à 300 millions de dollars le montant des ventes générées par ce titre. Fallout : New Vegas, sorti le 22 octobre dernier sur Xbox 360, PS3 et PC, a reçu un accueil très favorable de la presse spécialisée.

Electronic Arts voit son CA bien bas

Le deuxième trimestre fiscal d'Electronic Arts n'aura pas satisfait les investisseurs. Non seulement il est en perte, ce qui est habituel pour la période juillet-août-septembre, mais surtout il est en forte baisse, ce qui est nettement moins habituel. À 884 millions de dollars, le CA est en effet en baisse de 23 % par rapport à la même période de 2009. La perte est de 201 millions. Le chiffre d'affaires du trimestre en cours (période de Noël) est désormais attendu entre 1,375 et 1,5 milliard. John Riccitiello, patron d'EA, a confirmé la volonté du groupe de transférer un certain nombre de compétences, notamment dans le domaine du développement, vers des pays à bas coût, mais sans toucher à l'effectif global de la société. Ce qui de facto suppose que des postes seront supprimés dans les pays dont le coût salarial est plus élevé. Par ailleurs, EA a annoncé l'annulation du titre NBA Elite 11, sans que l'on connaisse la raison et alors que le titre était quasiment achevé.



Opérations promotionnelles chez Samsung

Le géant coréen a mis en place des opérations promotionnelles pour la fin de l'année autour de ses équipements audiovisuels : téléviseurs, lecteurs Blu-ray, home-cinéma. Du 17 novembre au 24 décembre, pour l'achat d'un téléviseur LED et d'un second produit audiovisuel, le montant du remboursement va de 100 à 500 euros. Seule contrainte, le remboursement ne pourra pas dépasser le prix du second produit. De plus, si le second achat est un lecteur Blu-ray, pour un euro, Samsung propose la collection Shrek (quatre films) en Blu-ray 3D. Si le second achat est un home cinéma, pour un euro, ce sera Shrek 3D plus le film Dragons, évidemment en Blu-ray 3D.



Mindscape dans le rouge vif

Très mauvaise passe pour l'éditeur parisien Mindscape, dont les résultats financiers ne sont vraiment pas bons. Sur le premier semestre, la perte nette s'élève à 13,3 millions... Pour un chiffre d'affaires inférieur à 12,97 millions. Le résultat opérationnel courant est de -4,8 millions d'euros. Le groupe a levé quatre millions d'euros en avril et signé un protocole de rééchelonnement de ses dettes. S'il a 4,7 millions de trésorerie, son endettement bancaire est de 10,6 millions. Mindscape se recentre sur les jeux en ligne et les jeux musicaux, mais la fin d'année s'annonce difficile les principales sorties étant prévues pour début 2011.



LG optimus⁷

DONNEZ VIE A VOTRE CONTENU MOBILE
ET VIVEZ LA NOUVELLE EXPERIENCE WINDOWS[®] PHONE .
DE NOVEMBRE À DÉCEMBRE 2010.

TV	Campagne co brandée LG, Microsoft et Orange.	   
Web	Présence sur les sites opérateurs et Microsoft. Achat de mots clés.	
Opérations consommateurs	Du 21 Octobre 2010 au 15 Janvier 2011 Jusqu'à 100€ remboursés pour l'achat d'un téléphone LG Optimus 7.	
Points de vente	Hit & Run : Formation de plus de 1500 vendeurs (du 2 au 21 Novembre). Plus de 1000 journées d'animation (du 15 Novembre au 12 Décembre).	



Optimus 7 est compatible avec les produits DLNA - profil DMR uniquement pour le téléchargement de contenu en streaming. Selon les profils, les contenus peuvent ou pas être accés. Le partage de contenu via la fonction « Play To » est uniquement disponible quand les terminaux DLNA DMR sont connectés au même réseau sans fil. Microsoft Windows[®] Phone 7 est une marque déposée du groupe Microsoft et de ses filiales. Play to = Transfert - Life's good = La vie est belle.

 Windows Phone

 **LG**
Life's Good



14

Nintendo en toute confiance

Alors que ses consoles commencent à prendre quelques rides, est-ce le signe d'un retournement de situation pour Nintendo ?
Stephan Bole, Directeur général de Nintendo France, répond à nos questions et nous présente sa vision de la fin d'année.



18

Warner Bros Games : Les gamers cajolés en 2011

Fin octobre, la division jeux vidéo de Warner Bros organisait une conférence de presse pour rappeler ses ambitions dans le jeu vidéo, préciser son planning sur cette fin d'année... mais aussi donner un aperçu des principales tendances de son catalogue 2011.

28

Samsung : La mission de la TV connectée

Rencontre avec les dirigeants de la division image du leader mondial de l'écran plat. Ils nous expliquent les enjeux de la télévision connectée et le rôle que compte y jouer le constructeur coréen.



40

Windows Phone 7 : Nouvel OS, nouveaux terminaux

L'heure de la riposte a enfin sonné pour Microsoft. Windows Phone 7 aura la lourde tâche de contrer l'iOS d'Apple et Android. Deux téléphones sont d'ores et déjà disponibles chez LG et Samsung avec des points communs mais aussi certaines spécificités.



Marché

8 : News

11 : Focus : Yoostar 2

Hollywood dans le salon

12 : Focus : Paris Games Week

Retour sur la première édition du salon grand public dédié aux jeux vidéo

14 : Interview : Nintendo

Stephan Bole, Directeur général de Nintendo France

16 : Focus : Idate, le jeu vidéo au cœur du numérique

Laurent Michaud, Responsable du jeu vidéo, situe sa place au sein du Digiworld Summit

18 : Focus : Warner Bros Games

Les gamers cajolés en 2011

Salon

22 : News

28 : Interview : Samsung

Les dirigeants de la Division image détaillent leur vision de la TV connectée

32 : Panorama : Téléviseurs 3D

Six modèles entre 1 590 et 2 990 euros

Mobilité

36 : News

39 : Interview : Nobilis

Arnaud Blacher, Managing Director

40 : Focus : Windows Phone 7

Nouvel OS, nouveaux terminaux

Guides

44 : DVD vidéo

46 : Hardware

48 : Jeux vidéo

50 : Logiciels multimédia

Journal des Loisirs Interactifs

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

Directeur de la publication
Laurent Guerdier

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

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

A collaboré à ce numéro :
Marie-Sylvie Mausius

Publicité
Directeur de publicité
Miguel Mato : 01 41 58 58 23
miguel@microscop.com
Directeur de clientèle
Many Ramanamisata : 01 41 58 59 21
many@microscop.com
Directeur de clientèle
Florian Picard : 01 41 58 59 22
florian@microscop.com

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

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

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

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



ePure

by swissvoice

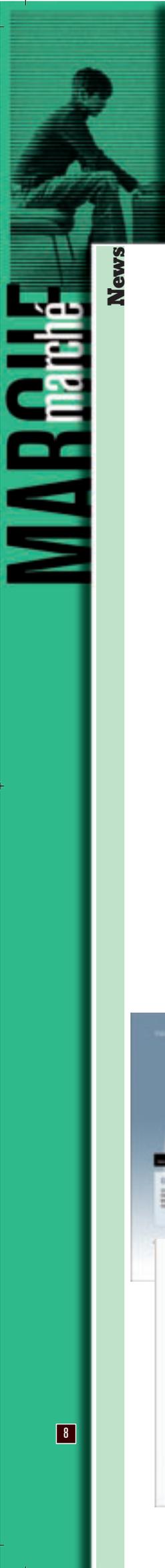


ePure, retour à l'essence du téléphone

Swissvoice est un des leaders en développement de solutions de téléphonie grand public. L'innovation, qu'elle soit design ou technologique, a depuis toujours guidé la stratégie de l'entreprise.

ePure associe un design néo-rétro faisant référence aux classiques du téléphone, à une technologie essentielle : sans fil, fulleco et haute qualité sonore.

www.swissvoice.net



News

Internet mobile

Médiamétrie se penche sur l'Internet mobile

Consulte-t-on les mêmes sites depuis un ordinateur, chez soi, au travail ou d'un spot WiFi, et depuis un smartphone ? Le spécialiste de la mesure d'audience sur Internet, Médiamétrie a publié fin octobre son premier baromètre de l'Internet mobile, basé sur l'étude des sites consultés par 10 000 « mobinautes ». Parallèlement, « Cette mesure est basée sur la collecte de l'ensemble des logs (ou traces de connexion) des trois opérateurs partenaires : SFR, Orange et Bouygues Telecom. Plus de 23 millions de téléphones ont été mesurés sur le troisième trimestre 2010 », a déclaré Laurent Battais, Directeur exécutif, performances et cross-média de Médiamétrie au Figaro.fr. Première remarque, le profil d'un mobinaute n'est pas celui d'un internaute lambda. « Pour l'instant, le profil des mobinautes est assez CSP+. C'est une population plus active que la population en général, puisqu'on note un usage

professionnel à partir du téléphone mobile, un peu plus masculine, mais pas nécessairement plus jeune. Au fil des vagues d'enquêtes, ce profil va bien sûr s'élargir et évoluer avec la démocratisation de l'équipement en smartphones, les téléphones qui permettent de surfer plus facilement sur Internet », explique Tiphaine Goisbeault, Directrice du pôle télécom et équipements de l'institut d'études au Figaro.

Google, là aussi

Ce n'est pas vraiment une surprise, le moteur de recherche Google domine le classement. Derrière, les opérateurs télécoms Orange, SFR et Bouygues dont les portails servent de page d'accueil par défaut, se suivent dans le même ordre qu'ils ont des abonnés. Seul l'inévitable Facebook parvient à se glisser entre eux. Suivent des sites à caractères pratiques, comme pagesjaunes, wikipédia ou snfc. Il faut noter que ce classement illustre aussi la difficulté de Microsoft à devenir un acteur majeur du secteur ; le site Microsoft n'apparaît qu'à la huitième place alors qu'il est deuxième sur les ordinateurs fixes.



mediametrie

CLASSEMENT		Visiteurs uniques au 3ème trimestre
1	Google	9 286 973
2	France Telecom Orange	8 622 070
3	Facebook	8 147 920
4	SFR	7 324 686
5	Bouygues - Bouygues Telecom	4 701 494
6	Apple Computer	4 209 616
7	PagesJaunes Groupe	3 702 022
8	Microsoft	3 596 591
9	Yahoo!	2 986 786
10	Wikimédia Foundation	2 839 185
11	Groupe Lagardère	2 798 413
12	Groupe TF1	2 619 922
13	Groupe Figaro	1 960 938
14	Iliad	1 804 396
15	SNCF France	1 701 797
16	Vivendi Universal	1 661 987
17	Dailymotion	1 636 992
18	AlloCiné	1 627 765
19	Le Monde	1 576 665
20	Météo France	1 562 755



Mubi, un ciné indépendant dans le salon

Sony Computer vient d'ajouter Mubi au panel de services proposés en ligne aux possesseurs de PlayStation 3. Une application à télécharger sur la console de salon via la PlayStation Store permet ensuite d'accéder au catalogue de films proposé par ce site dont l'originalité est de proposer des films indépendants, des classiques ainsi que du cinéma du monde dont de nombreux inédits. Le système se double d'un réseau social, les utilisateurs pouvant discuter, commenter et noter les films voire entrer en contact avec des cinéastes de la communauté. « Ce service confère une dimension supplémentaire à l'offre cinématographique de PlayStation Network et donnera naissance à une nouvelle communauté de cinéphiles au sein de l'univers PlayStation. C'est pour nous une joie immense de proposer un service aussi novateur », souligne Andrew House, PDG de Sony Computer Entertainment Europe. L'abonnement au service coûte 12,99 euros par mois et autorise l'accès illimité à l'intégralité des films du site qui s'élève actuellement à plus de 300 long-métrages, sachant que le fond est régulièrement alimenté. Les films peuvent aussi être consultés à l'unité au prix de 3,59 euros (long métrages) et 0,99 euro (courts métrages), avec alors sept jours pour en profiter. Bergman, Godard, Chaplin, Varda, Gus Van Sant et bien d'autres sont désormais à portée de quelques clics...



Facebook en chiffres

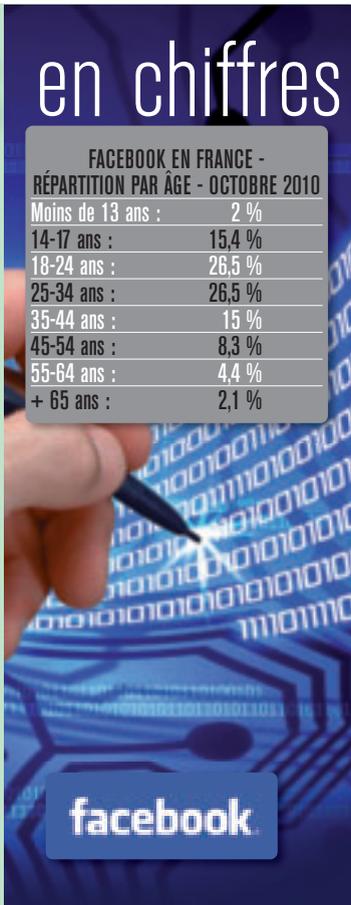
Le site frenchweb.fr, spécialisé dans les infos sur les acteurs du Net, publie des infos sur Facebook, en France et dans le monde. Nous vous livrons ici quelques-unes des données publiées. Précisons qu'une source interne à Facebook en France nous a assuré de leur fiabilité.

Dans le monde au 31 octobre, Facebook comprendrait 542 784 780 comptes dont 500 millions seraient actifs (consultés une fois par mois minimum) et 250 millions seraient consultés tous les jours. Le premier pays est bien évidemment les États-Unis, avec 143 millions de comptes, devant... l'Indonésie (30 millions), le Royaume-Uni (28 millions), la Turquie (23 millions) et la France (19,5 millions). En moyenne, un membre possède 130 amis. Plus de 150 millions d'utilisateurs accèdent à Facebook depuis leur mobile. Côté applications, on en compte 500 000 dont 200 ont plus d'un million d'utilisateurs actifs par mois.

En France, huit millions des 19,677 millions de comptes dénombrés sont consultés tous les jours. Les femmes représentent la majorité, avec 51,6 % des inscrits (déclaratif). Notons d'ailleurs qu'on est là très proche de la répartition de l'ensemble de la population (51,4 % de femmes en 2005 selon l'Insee). Enfin, frenchweb.fr rappelle que le premier réseau social en France n'est pas Facebook, mais Windows Live.

FACEBOOK EN FRANCE - RÉPARTITION PAR ÂGE - OCTOBRE 2010

Moins de 13 ans :	2 %
14-17 ans :	15,4 %
18-24 ans :	26,5 %
25-34 ans :	26,5 %
35-44 ans :	15 %
45-54 ans :	8,3 %
55-64 ans :	4,4 %
+ 65 ans :	2,1 %



Le smartphone, carton de l'année

Ce n'est pas ce que l'on peut appeler une surprise : GfK annonce que le smartphone sera le produit star de l'année dans l'univers technologique. La bonne santé de la star iPhone (version 4), les efforts importants consentis par les fabricants de téléphones pour proposer des modèles à la hauteur, la sortie de Windows Phone 7, tout converge pour que le smartphone continue de séduire les Français.



Taux d'évolution en volume des ventes de téléphones mobiles

	Janvier-Août 2009	Janvier-Août 2010
Croissance totale		+ 7%
Croissance des mobiles seuls	-	9%
Croissance des Smartphones	-	+138%
Poids des Smartphones dans les ventes	11,3%*	25,1%*
Prix moyen d'un Smartphone (avant subvention)	511 euros	416 euros

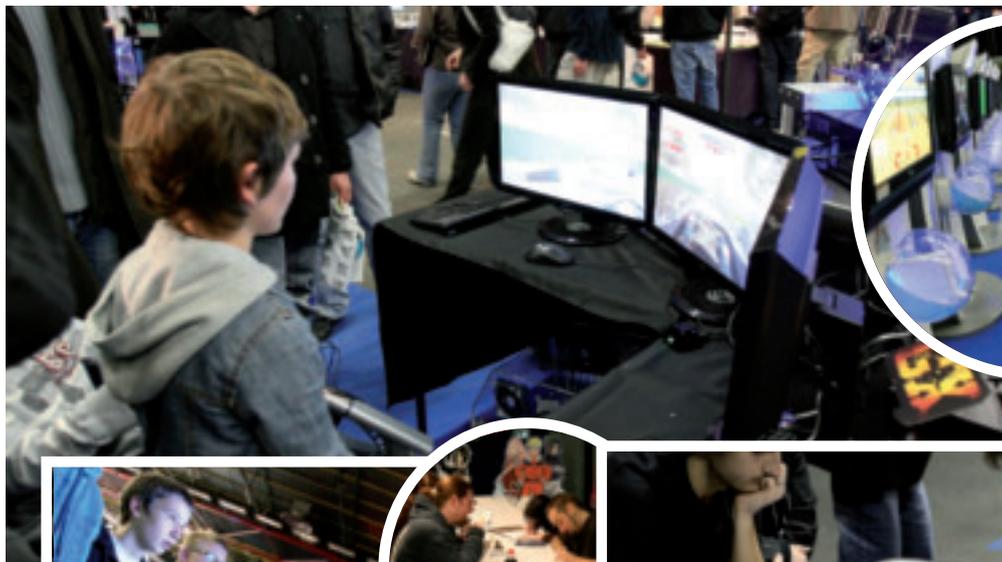
*panel distributeurs de GfK Retail and Technology France qui n'inclut pas les ventes des opérateurs réalisées dans leurs propres points de vente

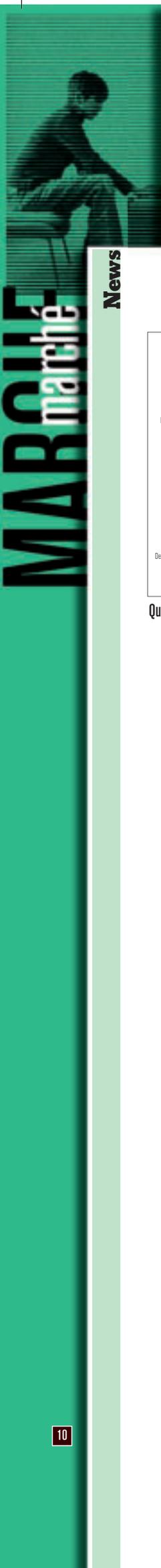


Escale vidéoludique à Brest

Décidément, le weekend du 1er novembre fut celui des salons de jeux vidéo. Outre Paris et Calais, Brest accueillait la quatrième édition du Salon du Jeu Vidéo de Brest (Brest Gaming Show). Plus de 11 000 personnes (dont 4 000 sur la seule journée du dimanche) sont donc passées au Parc des Expositions de Brest Penfeld durant quatre jours rythmés d'animations, de conférences, de dédicaces et de compétitions vidéoludiques sur plus de 6 000 m² d'espace. Un concert de musique de films et jeux vidéo, un concours de « Air Guitar » organisé par NRJ Brest ou encore la présence de sportifs professionnels de l'étendard de Brest (Basket N1) et du Stade Brestois 29 (Ligue 1), le weekend fut riche ! Contrat rempli donc pour Vincent Bellec, l'organisateur de l'évènement, qui espérait 10 000 visiteurs. Largement soutenu par la Région Bretagne, cet

évènement est le salon le plus important consacré aux jeux vidéo hors Région parisienne. Une cinquième édition est (évidemment) d'ores et déjà annoncée !

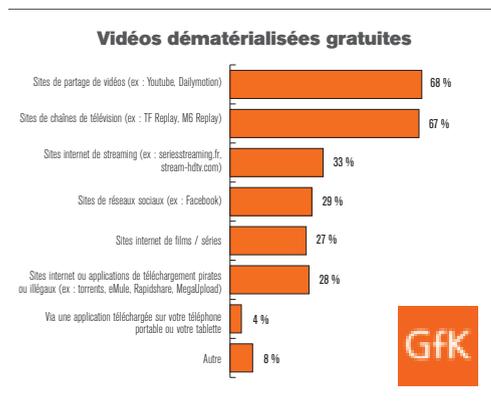




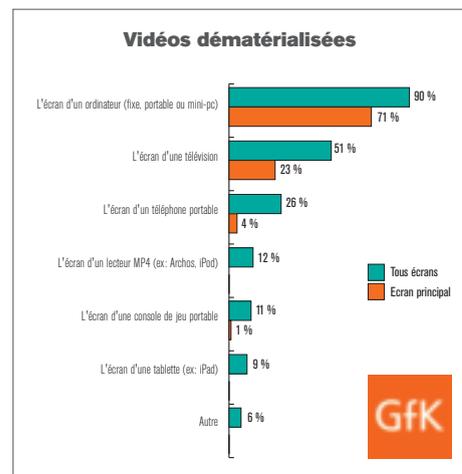
GfK explore la consommation numérique



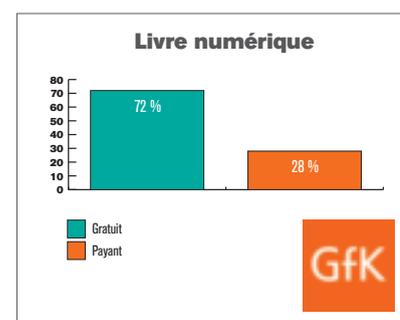
Quels types de vidéos dématérialisées gratuites regardez-vous ?



A partir de quel(s) site(s) regardez-vous ou téléchargez-vous des vidéos dématérialisées gratuites ?



Quels écrans utilisez-vous pour regarder ces vidéos dématérialisées ?



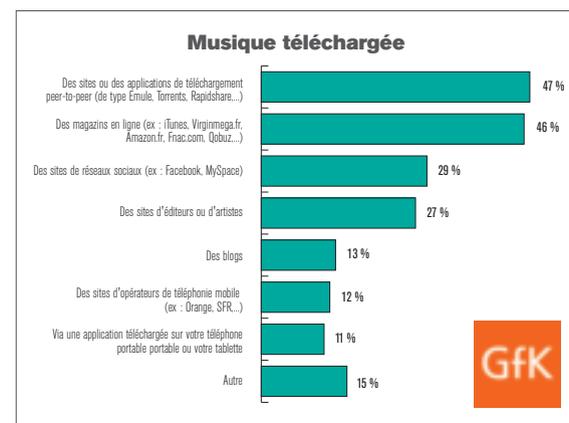
Sur 10 livres numériques téléchargés ou consultés, combien sont gratuits (légaux ou illégaux) / payants ?

Le numérique, c'est bien, la consommation numérique c'est mieux. Pour la première fois, GfK a étudié la consommation de contenus numériques auprès d'un échantillon de 1 000 Français âgés de 15 à 65 ans pour un baromètre numérique baptisé REC. Livres, musique, jeux vidéo, vidéo, site communautaires... quelles sont les grandes tendances d'achat sur les contenus dématérialisés ? L'étude de GfK apporte les premières réponses à ces questions fondamentales pour tous les métiers de contenus. Première constatation : le PC est très très loin d'être has been. Il reste l'écran le plus utilisé pour la consommation de contenus numériques que ce soit pour la consultations de site type réseaux sociaux, ou de partage de contenus ou pour le visionnage de vidéo, en VOD mais surtout en streaming sur des sites comme Youtube.fr ou Dailymotion. Jusqu'à aujourd'hui, le téléviseur est très loin derrière, ne réussissant à exister que pour la VOD. Avec 9 % des répondants qui déclarent utiliser une tablette, alors

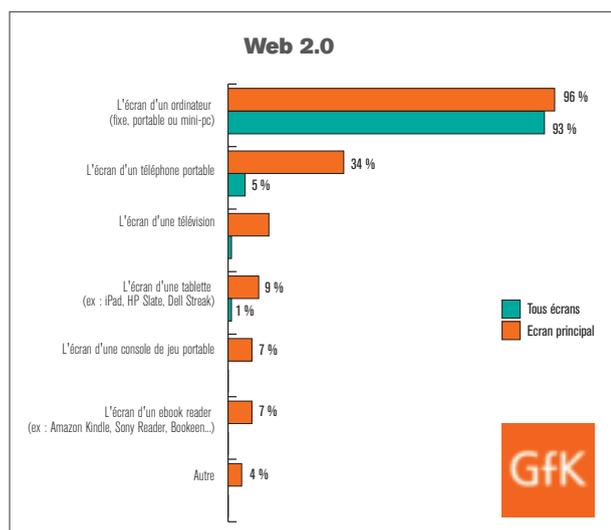
même que ce type d'équipement est encore peu installé dans les foyers, on peut penser que ce nouveau matériel a un bel avenir devant lui. On remarque que l'utilisateur français se sert très volontiers de YouTube ou Dailymotion, qui deviennent de plus en plus de véritables organes de diffusion de programmes à la demande.

Réseaux sociaux, futur portail ?

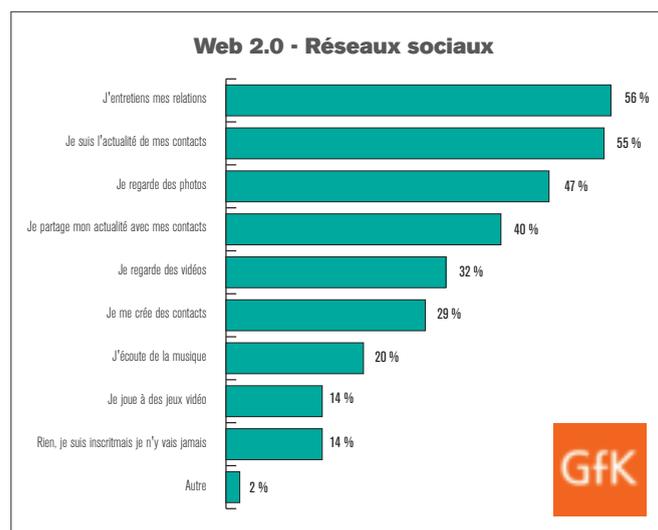
L'enquête de GfK montre que si les réseaux sociaux (on pense évidemment avant tout à Facebook) sont avant tout utilisés pour leur fonctions premières (en gros raconter sa vie et suivre celles des autres), les fonctions annexes qu'ils proposent (jouer, écouter de la musique, regarder des vidéos se développe). La question est de savoir si à terme un réseau social comme Facebook deviendra la porte d'entrée vers un maximum de contenus du Web.



A partir de quel(s) site(s) Internet téléchargez-vous de la musique ? Base : écoutent de la musique téléchargée



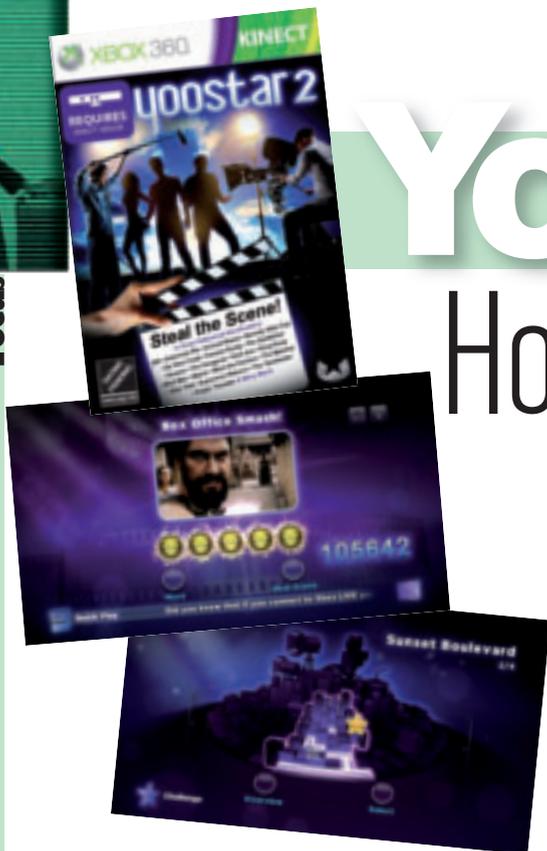
Quels écrans utilisez-vous pour naviguer sur les sites de réseaux sociaux, de partage de contenu, les blogs ou les forums ?



Que faites-vous lorsque vous allez sur des sites de réseaux sociaux ?



Focus



Yoostar 2

Hollywood dans le salon

Si l'événement grand public du Paris Games Week était principalement orienté sur les jeux attendus sur cette fin d'année et n'était logiquement pas propice à de fracassantes annonces, les allées du salon pouvaient réserver quelques surprises. Par exemple en rendant visite à l'équipe de Yoostar, qui présentait en « behind closed doors » son premier jeu pour PS3 et Xbox 360, après un premier essai sur PC. Par Patrick Hellio

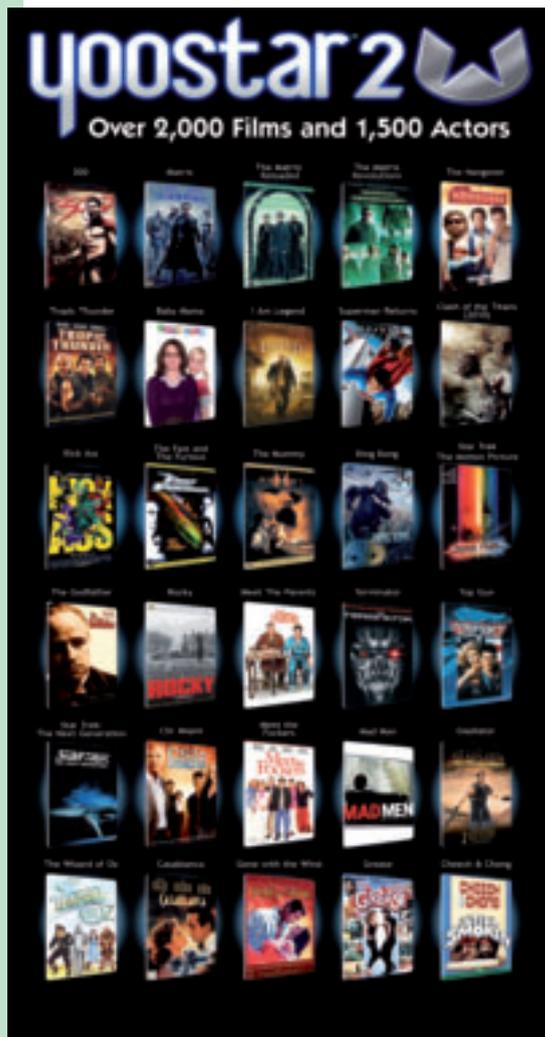
Les deux dirigeants de Yoostar Entertainment Group avaient fait le déplacement à la Porte de Versailles pour présenter le concept de leur jeu, après quelques apparitions notamment à la Gamescom de Cologne en Allemagne. Gregory Fishback, l'un des fondateurs d'Acclaim Entertainment, Président d'Activision au milieu des années

80 et entre autres co-créateur de l'Entertainment Software Association (syndicat américain des éditeurs de logiciels) accueillait les journalistes curieux en compagnie de Patrick Bousquet-Chavanne, qui a dirigé le groupe cosmétique Estée Lauder pendant plusieurs années et quelques membres de l'équipe. Prévu pour mars 2011, Yoostar 2 repose sur un principe simple : capturer l'image du joueur via Kinect sur Xbox 360 ou la caméra de PlayStation Move sur PS3 pour l'injecter dans des scènes de films connus... où il s'agit de remplacer les acteurs en reprenant leur gestuelle et diction. Il est également possible de créer des scènes de toutes pièces en improvisant. Le jeu repose sur une technologie permettant de supprimer l'image d'acteurs dans une scène de film. Les performances du ou des joueurs sont évaluées directement et améliorer la qualité de son jeu permettra de passer d'un statut d'acteur débutant à celui de « superstar » pour débloquer de nouveaux contenus. De quoi inspirer des vocations ?

cours de soirées arrosées ou non entre amis, sans oublier des séries comme CSI : Miami ou Mad Men. « Le jeu va être traduit en cinq langues différentes et nous allons essayer de proposer le plus de scènes tirées de productions locales possible. À terme, nous estimons que 80 % des contenus seront en provenance d'Hollywood et 20 % d'Europe, d'ici 12 à 18 mois ».

Dimension sociale

« La dimension jeu social est très importante à nos yeux », souligne Gregory Fishback. « Avec la possibilité de partager les vidéos sur Facebook, YouTube, Twitter et le site dédié Yoostar.com, de noter et commenter les performances des autres utilisateurs, nous comptons voir se développer toute une communauté autour du



Patrick Bousquet-Chavanne et Gregory Fishback

Le plein de bobines

« Le système du jeu s'inspire de la technique du fond vert utilisé au cinéma mais l'image du ou des joueurs est ici directement injectée dans la scène du film », explique Patrick Bousquet-Chavanne. Si le principe avait déjà été entraperçu dans des titres comme You're in the Movies sur Xbox 360, le rendu est ici bien plus fin et profite de licences officielles. « La galette comprendra d'entrée environ 80 scènes différentes tirées de films cultes et nous prévoyons de proposer plus de 300 scènes supplémentaires à télécharger par la suite ». L'équipe estime à un prix situé entre un à deux euros la scène supplémentaire et des packs thématiques (films d'horreur, scènes comiques...) seraient déjà en projet. « Nous nous sommes rapprochés des plus importantes majors hollywoodiennes comme Universal, Paramount, MGM, Warner Bros, Lions Gate ou encore Sony Pictures sur 2 000 films et avons aussi signé des accords avec plus de 1 500 acteurs différents ». Casablanca, Star Trek, Karate Kid, Matrix, Gladiator, Terminator, Le Parrain ou autres Forrest Gump pourront bientôt voir certaines de leurs scènes réinterprétées au

jeu ». Un à deux joueurs peuvent à l'heure actuelle œuvrer simultanément dans la même scène et des modes de jeu invitent à des successions rapides de prises de vue pour jouer en groupe. Il est aussi possible d'improviser et de créer ses propres scènes en utilisant les décors fournis par le jeu. La société Yoostar Entertainment Group emploie à l'heure actuelle 55 personnes environ, entre les Etats-Unis et l'Europe. L'éditeur souligne qu'une douzaine de personnes en Inde vont se charger de vérifier la bienséance des contenus mis en ligne par les utilisateurs. Selon l'équipe, les négociations sont actuellement bien avancées en ce qui concerne la distribution du jeu en Europe. Yoostar 2 est prévu pour mars 2011. « Trois titres sont d'ores et déjà prévus dans les 12 mois suivants, dont une déclinaison pour enfants pour décembre 2011 », avance Patrick Bousquet-Chavanne.





Paris Games We

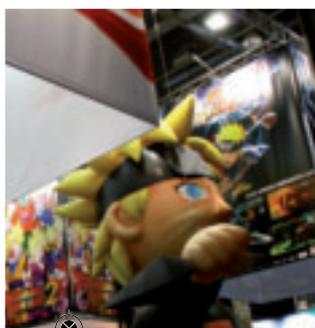


Du 27 au 31 octobre, le Hall 1 de la Porte de Versailles accueillait la première édition du Paris Games Week. Salon grand public organisé par le Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs et ComExposium, l'événement avait pour objectif de véhiculer une image à la fois grand spectacle et fédératrice de l'industrie du jeu vidéo. Au final, un pari réussi. par Patrick Hellio



Quelques jours après la tombée du rideau sur le Paris Games Week, les organisateurs communiquaient un bilan chiffré de 120 000 visiteurs reçus au cours des cinq jours au cours desquels se tenait le salon. Un chiffre qui dépasse donc l'objectif annoncé de 100 000 personnes, déjà plutôt ambitieux pour une première édition vouée à s'imposer comme l'attraction vidéoludique de l'année. Comme prévu, l'événement initié par

le SELL aura joué la carte du grand spectacle en incitant les constructeurs et éditeurs de jeux à une surenchère au niveau de leurs stands. La plupart des acteurs du jeu vidéo avaient répondu présent pour exposer à grands renforts de théâtralisations leurs hits de fin d'année. Les organisateurs avaient promis vouloir apporter une dimension « people » à la fête en attirant artistes, sportifs et autres personnalités. Sébastien Loeb, Richard Gasquet, My Chemical Romance, Kool Shen, Tomer Sisley ou Mouloud Achour comptaient ainsi parmi les visiteurs du salon. Heureusement, des personnalités du jeu vidéo répondaient également présents pour présenter les productions de fin 2010 comme Warren Spector (Epic Mickey chez Disney) ou Peter Molyneux (Fable 3 chez Microsoft).





Week, retour sur une première

Focus



Hits et exclusivités

Se tenant quelques semaines avant le pic traditionnel des ventes de jeux de fin d'année, le Paris Games Week aura été l'occasion pour les éditeurs de se livrer à un ultime tour de chauffe grand public avant le carambolage toujours inévitable dans les linéaires aux ultimes semaines du calendrier. Au programme donc, on trouvait au fil des stands une majorité de jeux prévus pour les prochaines semaines, quelques-uns pour lesquels il faudra patienter jusqu'au début de l'année prochaine mais aussi des jeux à succès déjà dans les linéaires comme Halo Reach, Just Dance 2, Sims 3, Wii Party ou autres Guitar Hero. Actualité oblige, les nouvelles interfaces de jeu (PlayStation Move, Kinect) étaient amplement mises en avant sur le salon avec des espaces dédiés. Le Paris Games Week

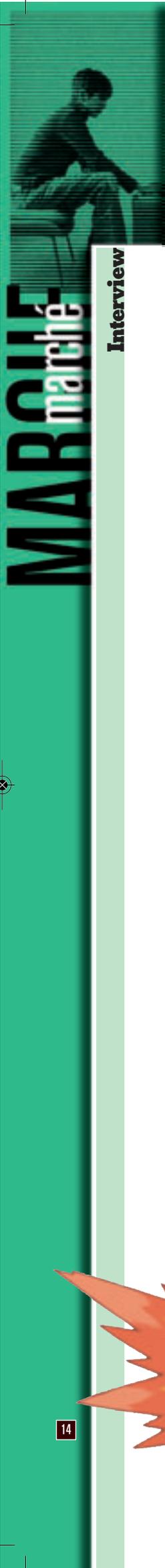
aura également profité de quelques exclusivités d'envergure comme une première présentation jouable du très attendu Gears of War 3, une première apparition de la version Kinect de Michael Jackson : The Experience ou encore un The Legend of Zelda : Skyward Sword sur Wii jouable.

Plein les yeux et les oreilles

Avec ses bolides (Lamborghini Diablo pour Need For Speed, Aston Martin pour les jeux James Bond, Citroën et Audi pour Gran Turismo 5), souvent accompagnés d'hôtes pour le moins avenantes, ses arènes de combat, espaces de concerts pour une cacophonie sonore évoquant les grandes heures de l'E3 de Los Angeles, le Paris Games Week se sera

déroulé dans une ambiance finalement type gamer pour sa première édition. C'est certainement dans le sens d'une plus grande ouverture vers le très grand public, tout en conservant évidemment l'approbation du public gamer, que le Paris Games Week pourra évoluer pour ses prochaines éditions. La belle couverture presse, notamment avec des journaux télévisés majeurs, est un bel encouragement pour s'orienter davantage vers les familles. « Nous pouvons dorénavant viser la barre des 200 000 visiteurs à l'horizon des deux à trois prochaines années pour faire du Paris Games Week le rendez-vous incontournable de la fin d'année et l'un des plus grands salons français », prévoit Georges Fornay, Président du SELL dans le communiqué. Rendez-vous fixé donc l'année prochaine.





Nintendo e

Interview

En annonçant des résultats financiers négatifs, Nintendo a créé la surprise tant l'industrie avait pris l'habitude de voir le Japonais être un champion de la rentabilité. Alors que ses consoles commencent à prendre quelques rides, est-ce le signe d'un retournement de situation pour Nintendo ? Stephan Bole, Directeur général de Nintendo France, nous a répondu.

par Sébastien Anxolabéhère

JDLI : Nintendo enregistre deux semestres consécutifs de forte baisse de ses résultats financiers et annonce pour la première fois depuis 13 ans un semestre en perte. Cette situation met-elle la société en difficulté ?

Stephan Bole : Ces résultats ont pu vous surprendre mais il y a deux aspects à retenir. Avant tout, Nintendo dégage un résultat opérationnel positif de 54,2 milliards de yens au premier semestre. La perte que vous mentionnez est intégralement liée à un effet de change. Nous réalisons plus de 80 % de notre CA en dehors du Japon et le bilan de Nintendo Co. Ltd est composé d'actifs importants libellés en devises (US dollars et euros). La réglementation financière exige la réévaluation de ces actifs chaque trimestre. Le yen s'est fortement apprécié sur la période, nous constatons une perte qui reste cosmétique tant que ces actifs ne sont pas convertis: ils n'ont en effet pas perdu de valeur dans leur monnaie d'origine. Ce phénomène n'est pas nouveau et explique qu'à chaque publication de nos résultats, Nintendo enregistre régulièrement de forts gains ou pertes de change. Cela découle de la structure du bilan: pas de dettes, des actifs élevés libellés en devises. Les fondamentaux financiers de l'entreprise sont donc solides. Pour le reste, il est normal que la progression du parc se fasse plus lentement, c'est le cas pour toutes les consoles de cette génération, et nous l'avions annoncé en début d'année ! La Nintendo DS aborde son sixième Noël et la Wii son cinquième. Et même si nous avons vendu 135 millions de Nintendo DS et 76 millions de Wii

dans le monde, la progression du parc continue très très fort.

À combien évaluez-vous l'impact de l'évolution du change yen-dollars sur la période ?

Le résultat opérationnel est positif, il s'élève à 15 % du CA. Mais le montant de la réévaluation liée à l'impact de change dépasse le montant du résultat d'exploitation.

Les ventes de consoles, tant DS que Wii, connaissent un net recul sur tous les territoires, à l'exception de la Wii aux États-Unis. Est-ce le seul effet de l'ancienneté de ces machines, ou bien doit-on y voir une usure du modèle Nintendo ? Move chez Sony et Kinect chez Microsoft n'ont-ils pas donné un coup de vieux à la Wii ?

Nous croyons que la Nintendo DS et la Wii ont les plus fortes chances de séduire de nouveaux joueurs fin 2010. C'est l'enjeu à ce stade et la période de Noël offre des perspectives fantastiques. Dans le monde depuis le début 2010, la Nintendo DS est de très loin la console la plus vendue, et la Wii est la première console de salon. Plus d'une console vendue sur deux est une Nintendo. Compte tenu du poids de Noël, il faudra plutôt faire le bilan de l'année 2010 en janvier. Et ce même si vous avez raison, toutes les consoles de la génération actuelle sont en recul, ce qui est normal à cette période dans le cycle. Souvenez-vous, c'est arrivé de la même façon sur la PlayStation 2.

Malgré des parcs installés considérables et évidemment en croissance, les ventes de software sont également en recul. La période a-t-elle souffert d'un manque de jeux à très fort



Entretien avec

Stephan Bole

Directeur général de Nintendo France

potentiel ? Particulièrement sur la NDS, le quasi-retrait du marché de très nombreux éditeurs ne porte-t-il pas préjudice à Nintendo aujourd'hui ?

Quel est le préjudice pour aujourd'hui ? Il s'est vendu 4,5 millions de Pokémon Black & White qui a été lancé au Japon il y a quatre semaines sur Nintendo DS. C'est le plus gros démarrage de l'histoire du marché pour un jeu vidéo au Japon. En France, la semaine dernière (S42), le dernier volet du Professeur Layton est numéro un des ventes (éditeur : Level 5). Le numéro deux est Wii Party au coude à coude avec l'excellent Just Dance 2 de Ubisoft. Cet été, pendant six semaines consécutives Dragon Quest 9 (Square Enix) sur Nintendo DS a occupé la première place des ventes et l'essentiel des titres figurant dans le top 20 étaient soit des titres Nintendo DS (Art Academy, Pokémon Heart Gold & Soul Silver), soit sur Wii (Super Mario Galaxy 2, Monster Hunter 3 de Capcom, etc.).

Connaissez-vous le pourcentage de consoles inactives selon les territoires ?

Oui. Nous avons des chiffres pour toutes les consoles du marché. Vous seriez surpris des résultats: les consoles les moins actives ne sont pas celles qu'on croit. Mais il n'y a pas de différences majeures d'une plate-forme à l'autre, plutôt d'un pays à l'autre.





en toute confiance



Interview

« Même si nous avons vendu 135 millions de DS et 76 millions de Wii dans le monde, la progression du parc continue très fort. »



Nintendo était présent en force au Paris Games Week, pour présenter ses hits de fin d'année et même au-delà puisque le prochain The Legend of Zelda sur Wii y était jouable.

Le continent américain est de loin le premier marché pour Nintendo et il gagne des parts de marché sur la période (de 41,9 % des ventes à 44 %), surtout au détriment de l'Europe.

Quelles sont les raisons de cette situation ? Le fameux élargissement du marché vers les non-joueurs fonctionne-t-il mieux sur un territoire que sur l'autre ?

Chaque pays a son propre rythme d'adoption sur une génération de console. Sur Nintendo DS, l'élargissement de cible a commencé au Japon car c'est le pays le plus rapide, puis en Europe un an plus tard sous l'impulsion des marchés anglais et français notamment, et enfin aux États-Unis un an plus tard. Chaque continent a donc son propre rythme d'adoption. Il faut absolument prendre du recul et éviter de regarder ce qui se passe au trimestre.

Les cycles sont différents par marché.

Quelle est la place de la France en Europe ?

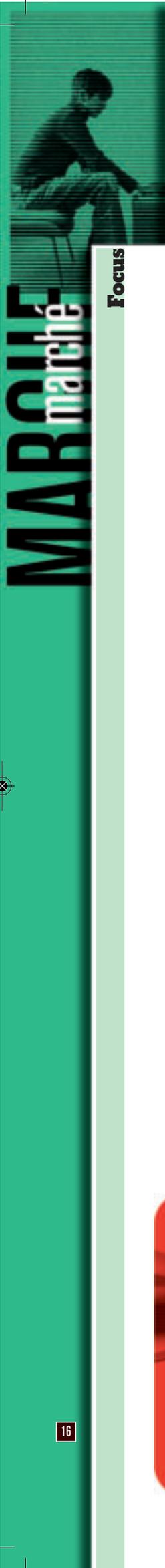
Elle a varié dans le temps. Nous ne communiquons pas le détail par pays dans nos résultats financiers, mais pour vous donner une indication, il n'est pas rare que la France pèse entre 20 et 22% des ventes d'un logiciel en Europe.

Nous abordons la période cruciale des Fêtes de fin d'année. Quels sont les atouts de Nintendo pour ne pas laisser le champ libre à Sony et Microsoft ?

Ne pensez-vous pas que Wii Party, Just Dance 2, Michael Jackson The Experience, Mario Kart, New Super Mario Bros, Wii Sport Resort, ou Wii Fit Plus sont les

propositions sûres et rassurantes pour quelqu'un qui n'est pas encore équipé en console de salon fin 2010, et qui cherche avant tout à bien s'amuser avec ses proches ? S'ils préfèrent partager leurs expériences de jeux sur portable, ce sera bien sûr la Nintendo DS et son très grand catalogue de jeux !





Focus

Idate

Le jeu vidéo



Pour la neuvième année, le Digiworld Summit organisé par l'Idate sera l'occasion d'un séminaire dédié au jeu vidéo. Tenu de s'inscrire dans la ligne générale de l'événement, cette année le financement de l'Internet du futur, le séminaire jeu vidéo a pour thème « les impacts disruptifs d'Internet sur l'industrie du jeu vidéo ». Laurent Michaud, Responsable du jeu vidéo à l'Idate, nous apporte ses éclaircissements.

par Sébastien Anxolabéhère

avec succès dans ces mouvements disruptifs liés à l'Internet. L'Idate espère ainsi faire émerger les pistes pour accompagner la réflexion collective des acteurs industriels, de la recherche, de la formation et des acteurs politiques. Par ailleurs, cette année Nathalie Kosciusko-Morizet, Secrétaire d'Etat chargée de la Prospective et du Développement de l'Economie Numérique, interviendra en session plénière. Nous tentons également de faire venir des personnalités de la Commission Européenne, car le sujet d'une politique européenne vers les métiers du multimédia est encore à débattre. Le multimédia, notamment dans sa dimension communicante, est un sujet très mobilisateur. Il est créateur d'emplois, génère de la valeur ajoutée et a une dimension sociétale forte. C'est un vrai sujet pour l'Europe. Regardez les États-Unis : aujourd'hui, ses entreprises-phares sont Google, Facebook, Apple et Amazon. À l'autre bout de la chaîne, la dimension régionale reste encore à explorer. Les régions, les communautés d'agglomération, les villes peuvent être des incitateurs pour aider le secteur du multimédia en général et des jeux vidéo en particulier et développer leur ancrage territorial. On trouve encore peu de clusters ou écosystèmes numériques rassemblant des industriels, des chercheurs, des enseignants travaillant régulièrement en commun et au niveau local.

JDLI : Le séminaire jeux vidéo existe depuis neuf années. A-t-il pris de l'importance au sein du Digiworld Summit ?

Laurent Michaud : Si j'en juge par les moyens que la direction de l'Idate accorde pour l'organisation de ce séminaire, la réponse est clairement oui. Le séminaire pour le jeu vidéo fut le premier organisé. Aujourd'hui, il y en a huit au total, signe que nous avons sans doute trouvé le bon format. Dans le monde numérique, le jeu vidéo tient une place à part. Il a souvent expérimenté de nouveaux business models, comme par exemple le free-to-play avec la vente in-game. D'ailleurs, je constate que d'une étude multi-clients annuelle nous sommes passés à trois et les commandes d'études ad hoc croissent également. Le jeu vidéo est une activité qui fonctionne très bien au sein de l'Idate.

Le programme du séminaire montre que vous vous interrogez sur la stratégie des pouvoirs

publics pour accompagner les mutations du secteur. Pensez-vous que le regard porté par les acteurs politiques et médiatiques sur le jeu vidéo a radicalement changé avec l'explosion du marché ?

Je crains qu'il n'ait pas encore suffisamment changé. Il est en outre récent. La prise en compte de l'importance du jeu vidéo dans le paysage de l'industrie des loisirs date des gouvernements Raffarin (mai 2002-mai 2005), sous l'impulsion alors de l'APOM et du Sell. Le vrai problème est que l'industrie du jeu vidéo est de plus en plus une industrie de court terme, de réactivité, de créativité et d'innovation. Cette combinaison complexe est difficile à transcrire en dispositif de soutien. Il convient sans doute à ce stade de développement de ce secteur, de réfléchir à des mesures susceptibles de cadrer avec cette complexité. Nous tentons d'apporter notre pierre à l'édifice, en mettant l'accent pendant le séminaire sur les acteurs économiques, qui s'inscrivent

Les FAI, et maintenant les acteurs de la télévision connectée, se sont-ils saisis du jeu vidéo comme d'un argument commercial pour



vidéo au cœur du numérique

Focus



se différencier entre eux ? Pourquoi le jeu vidéo reste-t-il parent pauvre de l'Internet sur la télévision ?

Ils ont un rôle à jouer dans la distribution des coûts, notamment dans la partie aval de la chaîne de valeur. Les choses avancent, avec Free, SFR et sans doute prochainement Orange, qui proposent du jeu vidéo streamé ou à télécharger dans leur Box. Le jeu vidéo dans sa version dématérialisée a évidemment un rôle à jouer comme argument marketing pour tous ceux qui amènent Internet sur le téléviseur. Des sociétés comme Onlive, PlayCast Media, Gaikai proposent déjà des catalogues de jeux. Mais on sait bien que pour atteindre la qualité de service optimale en matière de jeux streamés en haute définition et la rapidité susceptibles de convaincre les joueurs traditionnels, il faudra attendre le déploiement de la fibre optique. Il y a tout à faire sur la télévision connectée. Aujourd'hui les jeunes sont sur le réseau, et le réseau c'est avant tout l'ordinateur, voire le téléphone ou la tablette. Ils ont en partie déserté le poste de télévision pour ces écrans. Mettre Internet sur la télé et y proposer une adaptation des contenus auxquels on accède par ailleurs, c'est faire revenir les jeunes devant la télé, et c'est un enjeu très fort.

Le cloud gaming pourra-t-il s'appliquer à des jeux 3D demandant bande passante et puissance de calcul ?

Le cloud gaming soulève un problème d'optimisation

du calcul réparti sur le réseau et d'efficacité de restitution au joueur. Il nécessite donc une bande passante importante et un temps de latence réduit. Des jeux qui demandent un temps de réaction à l'écran de 10 millisecondes suite à la requête d'un joueur peuvent effectivement poser problème, d'autant plus si l'image restituée est HD. Une part significative de jeux doit contourner ces contraintes par des gameplay astucieux ou une capacité à anticiper l'action des joueurs. Quoi qu'il en soit, nous arrivons indéniablement à un moment intéressant pour la place des jeux dans l'offre des FAI. Mais il est évident que l'explosion du parc de téléviseurs connectés ira dans le sens des jeux vidéo.

Avec le cloud gaming, quel avenir voyez-vous pour les consoles de jeux telles que nous les connaissons actuellement ?

Il y aura des changements, c'est évident. D'ailleurs, les ventes dématérialisées via leur boutique en ligne représentent déjà une part significative du business des consoliers. L'étape suivante peut être en partie le cloud, mais nous n'en sommes qu'aux prémices. Il est certain que les modèles économiques vont évoluer et que les industriels traditionnels du jeu vidéo vont réagir. Il ne faut cependant pas oublier que l'on recherche avant tout un usage, une expérience de jeu. On est encore très loin de l'expérience off-line sur les téléviseurs connectés. Mais à terme sans doute, les FAI et les consoliers entreront dans une concurrence plus ou moins frontale.

Les développeurs et éditeurs traditionnels ayant pignon sur rue vous apparaissent-ils avoir une vision juste du jeu de demain, avec l'Internet présent partout et évidemment sur des appareils mobiles ?

Certes, un certain nombre d'entre eux ont en partie manqué le train du massivement multijoueurs, mais je crois qu'ils sont aujourd'hui dans un tempo normal. Le jeu sur console de salon est encore de loin la première ressource de l'industrie du jeu vidéo, ce qui montre bien que la vision des grands acteurs est la bonne. Être en avance ne garantit pas toujours la place du leader, et on ne peut pas dire qu'ils sont en retard non plus ! Ils prendront le train du totalement en ligne et dématérialisé quand celui-ci sera bien lancé, et cela est dans l'ordre logique des choses.

Digiworld Summit 2010

17-18 novembre, le Corum, Montpellier
Séminaire jeux vidéo 18 novembre 2010 -
Programme :

9:00

• Accueil

9:30

• Introduction du Président de séance
Nicolas GAUME Co-founder and CEO, President,
Mimesis republic, SNJV

9:45

• Keynote : Jean-Paul SIMON Senior Scientist
Institute for Prospective Technological Studies
(IPTS), Joint Research Center, European
Commission

10:00

• *Quelle stratégie des pouvoirs publics pour accompagner les mutations du secteur des jeux vidéo ?*

Laurent MICHAUD, Idate

Malte BEHRMANN General Secretary EGDF

Guillaume BLANCHOT, Centre National du

Cinéma et de Image Animée

Julien VILLEDIEU, SNJV

11:00

• Démonstration de Jeu Vidéo par OBJECTIF 3D

11:15

• *Tablette et table tactile, TV connectée, 3D, réalité augmentée, quel futur technologique pour le jeu vidéo ?*

Fredrik ANDERSSON, Accedo Broadband

Olivier PIERRE, BulkyPix

Jean-François RODRIGUEZ, France Telecom -

Orange

Antoine VILLETTE, Darkworks

12:15

• Keynote : « *The robot: gaming's new frontier* »

Bruno BONNELL, Robopolis

12:45

• Repas

14:00

• *Les nouvelles formes de convergence entre le cinéma, l'animation et le jeu vidéo ?*

Jean-Michel BLOTTIERE, NX Publishing

Michel ANCEL, Ubisoft

Eric CHAHI

Merlin CROSSINGHAM, Aardman Animations

Peter MOLYNEUX, MGS Europe

15:15

• *Les facteurs clés de succès d'un social game*

Thor GUNNARSSON, CCP Games

Olivier ISSALY, Owliont

Olivier MATHIEU, Weka Entertainment

Tobias REISBERGER, Bigpoint

16:15

• Pause

16:45

• Démonstration de Jeu Vidéo par CREAJEUX

17:00

• *Les nouvelles expériences utilisateurs dans le jeu vidéo*

Fred HASSON, Redbedlam

Julien BONNEFOND, LOOKI France

Toni DOUBLET, Exkee

David DUFOUR, Microsoft France



Warner Bros

Les gamers cajolés en 2011



Fin octobre, la division jeux vidéo de Warner Bros organisait une conférence de presse dans ses locaux, à Neuilly-sur-Seine près de Paris. L'occasion pour le groupe de faire le point sur ses ambitions dans le jeu vidéo et de préciser son planning sur cette fin d'année, mais aussi ce qu'il réserve aux joueurs pour 2011.

par Patrick Helliou



Questions à

Bonka Lim,
Directeur marketing de Warner Bros Entertainment France

JDLI : Pourquoi cette volonté de développer le catalogue « gamers » l'année prochaine ?

Bonka Lim : Pour plusieurs raisons. Tout d'abord, nous avons déjà cette année un catalogue de produits grand public basés sur les licences Warner Bros telles que Scooby-Doo, Batman l'Alliance des héros ou encore Lego Harry Potter. Il est essentiel pour nous de proposer une offre destinée à tous les types de joueurs : casual comme core gamers. Ensuite, nous avons voulu laisser le temps aux différents studios que WBIE a acquis au cours de ces dernières années (Monolith, Rocksteady, Snowblind, Netherrealms...) de développer des jeux de qualité sur des franchises fortes. En 2011, nous lancerons donc plusieurs titres phares auprès des gamers comme F.E.A.R. 3, Mortal Kombat, Le Seigneur des Anneaux :

La Guerre du Nord et évidemment Batman Arkham City, la suite de Batman Arkham Asylum sortie en 2009. Nous aurons dès lors une offre consistante et complémentaire sur tous les supports et pour tout public.

Quelques mois après, quel bilan dressez-vous de la nouvelle organisation ?

Un bilan très positif. Pour rappel, la structure WBIE n'existe en France que depuis 2008 et le jeu vidéo n'est pas à la base le cœur de métier de WB. Nous partions donc de loin car il y avait tout à faire. Aujourd'hui, le jeu vidéo fait partie intégrante de la stratégie globale du groupe et constitue un vrai relais de croissance pour l'entreprise. La division WBIE est totalement intégrée dans le processus de décision et dans les réunions de travail avec les autres divisions (cinéma, vidéo, produits dérivés). Nous multiplions ainsi les mises en place d'opérations croisées sur nos licences communes (Harry Potter, Batman, Scooby doo, Le Royaume de Ga'hoole...). Nous échangeons nos best prac-

tices (la gestion du back catalogue notamment). Nos actions marketing et commerciales sont aussi toujours complémentaires et nous permettent d'accroître la visibilité de nos titres sur différents supports/média. C'est très intéressant d'avoir la possibilité de réfléchir d'une manière transversale sur la gestion d'une marque pour en optimiser son utilisation. Cela nous permet de créer des temps forts autour d'une licence comme cela a été le cas avec Harry Potter par exemple cette année où nous avons sorti le jeu vidéo Lego Harry Potter fin juin, le DVD d'Harry Potter Le prince de Sang Mélé en novembre avant le film Harry Potter, les Reliques de la Mort. Ceci nous permet de faire vivre et faire parler d'une licence tout au long de l'année. En termes de chiffres, nous sommes également très satisfaits car nous sommes en ligne avec nos objectifs. Nous avons ainsi prévu une croissance de +50 % par rapport à 2009 avec un atterrissage en termes de chiffre d'affaires autour de 12 millions d'euros. Croissance qui sera d'autant plus forte et continue l'année prochaine grâce aux différents blockbusters qui sortiront. Enfin, nous sommes très heureux d'avoir pu signer



Games



Focus

Notre objectif est de faire partie du Top 5 des éditeurs de jeux d'ici 2012 et de tripler le chiffre d'affaires en cinq ans », réitère Warner Bros Games. La division

jeux vidéo française du groupe ambitionne en effet les 20 millions d'euros de chiffre d'affaires pour 2011, soit une évolution de +75 % par rapport à l'année précédente. L'entité jeux vidéo en France a été initiée en 2008 et emploie actuellement 35 personnes. Une nouvelle organisation, plus horizontale, a été mise en place cette année. À l'échelle mondiale, la division jeux vidéo regroupe plus d'un millier de personnes. La major du divertissement prend visiblement l'industrie du jeu vidéo très au sérieux et entend bien s'y hisser dans la cour des grands. Pour ce faire, elle entend donner une couleur très « core gamers » à son catalogue de jeux pour 2011.

Objectif gamers l'année prochaine

Après l'actuelle fin d'année ponctuée de licences plutôt familiales comme Batman L'Alliance des Héros, Scooby-Doo (septembre), Le Royaume de Ga'Hoole, Le Seigneur des Anneaux La Quête d'Aragorn, Scribblenauts 2 (octobre) puis Get Fit with Mel B ou Game Party (novembre), 2011 sera en effet placé sous le signe de titres comme le surnaturel F.E.A.R. 3 (premier trimestre), le sanglant nouveau Mortal Kombat (premier semestre), Le Seigneur des Anneaux La Guerre du Nord (deuxième semestre) ou encore le très attendu Batman Arkham City, qui proposera une aire de jeu trois fois plus grande que Akham Asylum et verra les plus grands ennemis de Batman se donner rendez-vous. Soit un positionnement bien plus gamer pour l'éditeur dans les prochains mois que jusqu'à maintenant. Warner Bros Games souligne déjà ses importantes ambitions au sujet en particulier du prochain jeu mettant en scène Batman, toujours développé par le studio britannique Rocksteady racheté

depuis : « Ce sera notre jeu numéro un de 2011, autour duquel nous souhaitons organiser un lancement de très grande ampleur, en nous inspirant notamment de ce qui se fait dans l'industrie du cinéma à l'occasion de la sortie d'un blockbuster ». Après s'être inspirée des techniques commerciales de la division vidéo du groupe (avec notamment les labels budget Warner Hits et Warner Action pour dynamiser le fond de catalogue) dont elle partage d'ailleurs les forces de vente, la structure jeux vidéo de Warner projette donc de marcher sur les pas de l'emblématique division cinéma du groupe pour créer l'événement autour de ses prochains jeux phares.



notre premier accord de distribution au niveau local avec BlackBean cet été. Nous distribuons donc sur le territoire français le jeu de rallye WRC 2010 et le jeu de fitness Get fit with Mel B. Nous restons attentifs aux opportunités business comme celles-ci, à partir du moment où les titres proposés sont complémentaires à notre portefeuille produit.

Quelles seront vos prochaines opérations de synergie avec les autres divisions du groupe ?

Nous travaillons sur différents projets que ce soit sur des sorties vidéos ou des sorties salles. Il y a différentes opérations autour d'Harry Potter prévues en fin d'année et tout au long de 2011 (importante actualité autour de la licence oblige) et nous sommes également en train de réfléchir à des synergies autour du lancement de Green Lantern prévu l'année prochaine.

Quel regard portez-vous globalement sur le

marché du jeu vidéo sur cette fin d'année ?

En termes de nouvelles technologies, je suis impatient de voir comment Kinect va se comporter au lancement. Nous aurons deux titres compatibles Kinect en fin d'année dont un jeu exclusif : Game Party En Action ! La performance du PlayStation Move est, elle, encourageante. D'autant que nous avons également deux titres qui sont compatibles avec ce système : Le Seigneur des Anneaux La Quête d'Aragorn et le jeu de fitness : Get Fit with Mel B. Ces technologies visent à attirer de nouveaux consommateurs sur notre marché avec un message basé sur l'accessibilité et le côté social du jeu vidéo. C'est un message positif pour notre industrie. Maintenant, en ce qui concerne les répercussions sur les ventes incrémentales de consoles ou de jeux, je reste un peu plus perplexe. En termes de jeux, les grosses licences de l'année dernière sont de retour et vu la tendance depuis quelques années, ce sont les franchises fortes et reconnues qui constitueront les meilleures ventes. Je pense donc qu'il y aura très peu de surprises. Ce sera à peu de chose près le même top que l'année dernière.





WAR

LA VITESSE N'A

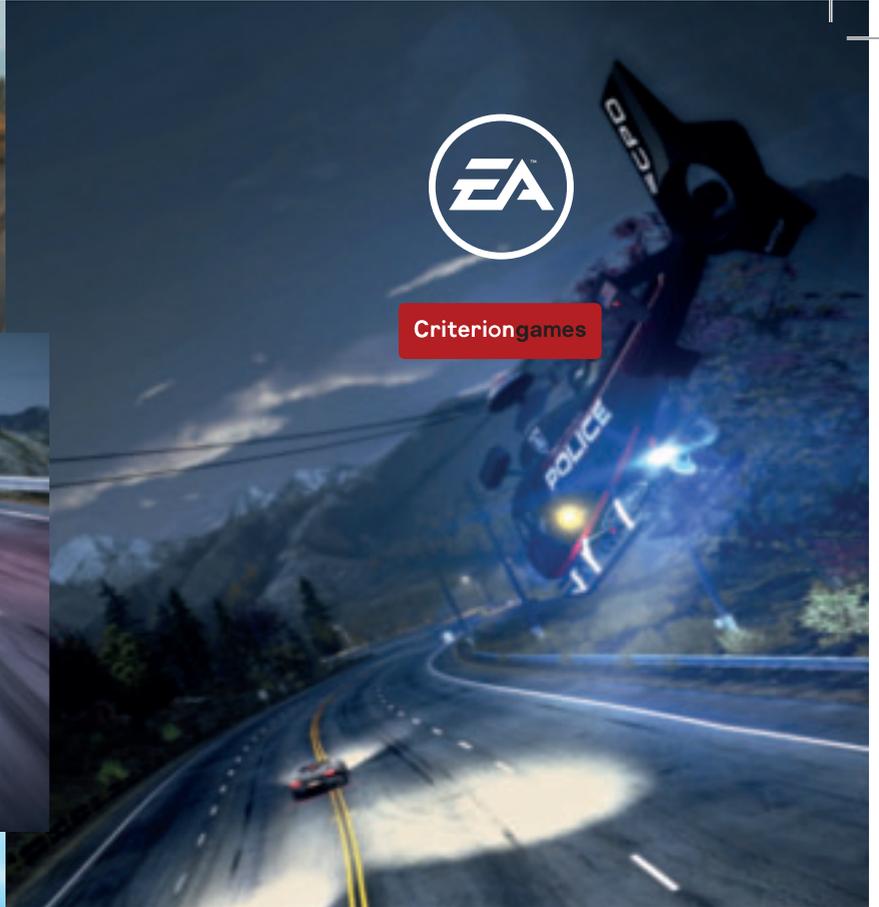
Les personnes ayant des relations sociales sont mises en garde contre l'utilisation de ce jeu. Se connecter à l'AUTOLOG de NEED FOR SPEED vous entraînera dans une compétition extrême à travers des rapports précis sur les records et

DISPONIBLE MAINTENANT

Rendez-vous sur www.needforspeed.com pour apprendre à transformer rapidement vos amis en ennemis.

© 2010 Electronic Arts Inc. EA, the EA logo, EA Store, Need for Speed, the "N" icon and the Need for Speed logo are trademarks of Electronic Arts Inc. Trademarks and other rights under license from Aston Martin Lagonda Limited. The BMW logo, wordmark and model designations are trademarks of BMW AG and are used under license. Trademarks, design patents and copyrights are used with the approval of the owner and/or exclusive licensee Bugatti International S.A. Ford Oval and nameplates are registered trademarks owned and licensed by Ford Motor Company. SHELBY®, GT-500® and SUPERSNAKE® are registered trademarks and/or the tradenames of Carroll Shelby and Carroll Shelby Licensing, Inc. (Shelby). COBRA and the COBRA SNAKE Designs are trademarks of Ford Motor Company used under license. The trademarks copyrights and design rights in and associated with Lamborghini, Lamborghini with Bull and Shield Device, are used under license from Lamborghini Arti/Marca S.p.A., Italy. The McLaren name and logo are trademarks of the McLaren group of companies. The Mercedes-Benz name and three pointed star device are registered trademarks of Daimler AG. "Nissan" and the names, logos, marks and designs of the NISSAN products are trademarks and/or intellectual property rights of NISSAN MOTOR CO.,



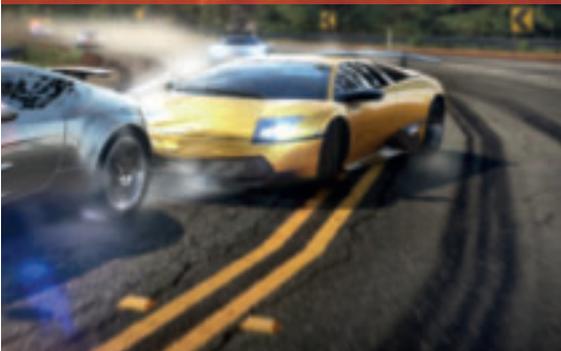


NING

PAS BESOIN D'AMI

statistiques de vos amis. Rancune. Mauvaise foi. Forte probabilité de dispute. Electronic Arts et Need for Speed rejettent toutes responsabilités concernant la dissolution d'amitiés, de familles, de relations sentimentales et professionnelles.

NEED FOR SPEED HOT PURSUIT



PS3
PlayStation 3



XBOX 360

XBOX LIVE

Wii

Available on the
App Store



LTD. and used under license to Electronic Arts Inc. Pagani, Zonda Cinco and designs are trademarks and/or other intellectual property of Pagani Automobili and are used under license to Electronic Arts. Porsche, the Porsche crest, 911, Carrera, Targa, Boxster and Panamera are registered trademarks of Dr. Ing. h.c. F Porsche AG. Licensed under certain patents. "PlayStation" and PS are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. Microsoft, Xbox, Xbox 360, Xbox LIVE and the Xbox logos are trademarks of the Microsoft group of companies and are used under license from Microsoft. Wii is a trademark of Nintendo. Apple and the Apple logo are trademarks of Apple Inc., registered in the U.S. and other countries. App Store is a service mark of Apple Inc. The names, designs, and logos of all products are the property of their respective owners and used by permission. All other trademarks are the property of their respective owners.



Michael Jackson, star de jeu vidéo

Annoncé avec fracas à l'occasion de la dernière édition du salon professionnel de l'E3 à Los Angeles, le jeu vidéo basé sur l'univers de feu Michael Jackson s'apprête à devenir une réalité dans les linéaires avec un jeu de danse compilant les grands classiques de l'artiste. Ce qui se fera en deux temps, puisque Michael Jackson The Experience sera d'abord publié sur Wii, Nintendo DS et PSP fin novembre, les possesseurs de Xbox 360 avec Kinect et de PS3 équipés en Move devront pour leur part patienter jusqu'au premier trimestre 2011. S'il ne s'agit pas de la première apparition de Michael Jackson dans un jeu vidéo (Moonwalker, Space Channel, Ready to Rumble entre autres ont déjà eu cette honneur), c'est en revanche le premier jeu musical lui étant entièrement dédié. « Chaque version du jeu a été élaborée pour exploiter au mieux les capacités de la console sur laquelle elle fonctionne », explique Kim Minh Nguyen, Chef de produits chez Ubisoft. Reprenant les grandes lignes du système de Just Dance du même éditeur, Michael Jackson The Experience invite les joueurs à reproduire les fameux pas de danse du chanteur et de ses chorégraphes, dans un véritable « hommage au Roi de la Pop », comme le définit l'éditeur. « La version Wii est assez accessible, elle va pouvoir toucher un public très familial », estime Ubisoft. Quatre personnes pourront jouer simultanément en incarnant au choix le Roi de la Pop ou ses danseurs et découvrir une trentaine d'environnements différents, inspirés par les clips de l'artiste. Plusieurs modes de jeu sont au programme pour varier les plaisirs : un contre un, deux contre deux... « La liste de chansons comprend plus de 25 titres, puisés dans les albums solos de Michael Jackson », détaille Kim Minh Nguyen. Beat It, Billy Jean, Thriller, Dirty Diana, Bad et autres The Girl is Mine seront donc très bientôt prétextes à gesticuler dans le salon...



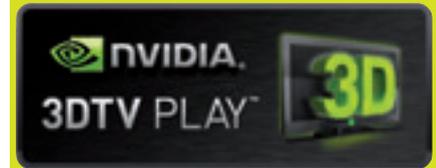
Une cible très grand public

Après le succès massif des jeux Just Dance sur Wii, Ubisoft peut se prévaloir d'une certaine expérience dans le domaine. « Avec Michael Jackson The Experience, nous comptons toucher un public plus large encore, car l'artiste a une véritable aura transgénérationnelle qui parle à toutes les audiences ». Autre différence par rapport à Just Dance, le jeu mettant en scène Michael Jackson comprendra un mode Ecole avec vidéos explicatives pour aider à reproduire les fameux pas et mouvements complexes signés Jackson. Les versions next-gen, attendues pour début 2011 iront un peu plus loin, à l'image de la version pour Kinect, « l'expérience ultime » selon Ubisoft permettant au joueur de voir son image directement intégrée au jeu et qui prendra aussi en compte le chant ! Le lancement d'un jeu exclusivement dédié à la gloire de Jackson tient bien entendu de l'événement et Ubisoft entend bien le faire savoir. Après une phase de teasing et une première présentation publique en France au Paris Games Week, le lancement du jeu sera accompagné d'une campagne TV, presse et Internet visant le grand public. Les communautés de fans devraient aussi être sollicitées. Il est ensuite fort probable que les publications des versions Kinect et Move l'année prochaine soient l'occasion d'une relance marketing. À noter que comme pour la plupart des autres superproductions maison, Ubisoft soutient le jeu sur Facebook via une page dédiée.



Nvidia agrandit la 3D

Nvidia vient d'annoncer la disponibilité de son logiciel 3D TV Play. Il permet de brancher un ordinateur portable ou de bureau sur un téléviseur 3D pour profiter du relief sur grand écran. Avec 3D TV Play, tout système équipé d'un processeur graphique Nvidia GeForce de dernière génération peut être relié à un téléviseur 3D compatible avec la norme HDMI 1.4. Cette combinaison permet de visualiser photos ou vidéos en 3D et surtout de jouer à près de 500 jeux en 3D. De plus, en utilisant un logiciel de lecture vidéo compatible, les utilisateurs pourront regarder leurs Blu-ray 3D sur un téléviseur compatible. 3D TV Play est disponible en mise à jour gratuite pour les ordinateurs équipés de la solution 3D Vision de Nvidia. Il sera également disponible à la vente (prix non encore fixé) sur le site du constructeur en tant que mise à jour pour les PC actuels qui utilisent une carte Nvidia GeForce récente.



La version Kinect était présentée en avant-première à la soirée d'inauguration du PGW.



Retour sur le green

Tradewest Games distribuera fin novembre une nouvelle simulation de golf, John Daly's ProStroke Golf, éditée par O-Games. Basé sur la licence officielle du golfeur américain, ce titre qui sera proposé sur Xbox 360 et PlayStation 3 (avec compatibilité avec Move) proposera divers modes de jeu pour un à plusieurs joueurs comme une section jeu rapide, en ligne ou carrière. Cette dernière proposera aux amateurs deux types d'activités dont Challenge où il s'agira de jouer contre John Daly en personne sur une succession de défis mais aussi Tournoi, soit une compétition face à 48 participants. La sortie du jeu sera appuyée, selon Tradewest, par un dispositif de communication en magasins et sur Facebook, ainsi qu'une campagne RP en presse généraliste et médias spécialisés. Des opérations promotionnelles spéciales (jeux concours...) sont également au programme.



Optoma projette en 3D



Compact, l'Optoma 3D-XL est un boîtier qui relie de manière simple et efficace une source 3D à un projecteur DLP 3D. Il est compatible avec les lecteurs Blu-ray 3D, la PlayStation 3 et les décodeurs TV qui proposent la 3D. Rappelons que jusqu'à présent, ces projecteurs ne fonctionnaient en 3D qu'en conjonction avec un PC équipé du système 3D Vision de Nvidia. Livré avec une paire de lunettes 3D Optoma ZD201, le boîtier Optoma 3D-XL sera disponible à partir de janvier 2011 au prix public de 299 euros.

Des Square Enix valeur platine

Plusieurs titres majeurs de l'éditeur japonais viennent d'être réédités au sein des gammes économiques Sony (Platinum PS3) et Microsoft (Classics). Depuis quelques semaines, Batman : Arkham Asylum, Final Fantasy XIII et Just Cause 2 sont désormais disponibles au prix conseillé de 29,90 euros. L'occasion pour les retardataires de découvrir trois titres qui ont chacun fait leurs preuves dans leurs (différents) domaines, à commander sur la boutique en ligne de l'éditeur (www.square-enix-shop.fr) ou en magasins.



Logitech

capte le soleil

Logitech annonce la sortie du Logitech Wireless Solar Keyboard K750, premier clavier sans fil alimenté par la lumière ambiante grâce à un panneau solaire intégré. L'application embarquée intègre un luxmètre qui permet de vérifier le niveau de lumière requis, indique le niveau de charge du clavier et avertit dès qu'il devient critique. Le K750 reste chargé pendant au moins trois mois dans l'obscurité totale, un témoin lumineux d'alimentation évitant toute mauvaise surprise. Par ailleurs, le clavier fonctionne en mode sans fil grâce à la technologie Logitech Advanced à 2,4 GHz. Avec seulement 7,5 mm d'épaisseur et des bords arrondis, il est doté des touches Logitech Incurve Keys dont le design concave facilite le placement correct des doigts. Le clavier solaire sans fil Logitech Wireless Solar Keyboard K750 sera disponible en janvier 2011 au prix de 79,99 euros.



Hercules fortement audiophile



Les enceintes 2.1 Hercules XPS 101 apportent un son audiophile au PC par l'emploi de haut-parleurs haut de gamme, des matériaux nobles et une puissance de 101 Watts RMS. Le caisson de basses en bois abrite trois haut-parleurs pour une restitution plus profonde des graves. Les satellites intègrent des drivers large bande. Leur forme tout en rondeur assure un son enveloppant avec une bonne restitution des aigus et des médiums. Le système inclut aussi une télécommande filaire à impulsion, qui autorise un contrôle précis des graves et des aigus. Les XPS 101 seront disponibles courant novembre au prix de 199,99 euros.

On se met au bridge ?

Spécialiste depuis plusieurs années du domaine, Goto Games vient de publier un nouveau logiciel de bridge pour PC. Comme son titre le laisse supposer, Je me mets au Bridge se présente comme un outil d'initiation à la discipline avec, comme le souligne l'éditeur, l'objectif de faire oublier les préjugés concernant ce jeu (plutôt orienté seniors, trop complexe...). Développé en collaboration avec le champion d'Europe de bridge, le logiciel comprend une trentaine de chapitres répartis sur cinq thèmes de difficulté progressive. Des exercices corrigés sont aussi inclus, ainsi qu'un mode

pratique pour se lancer ensuite. Le logiciel, destiné au PC, est commercialisé au prix conseillé de 49 euros.



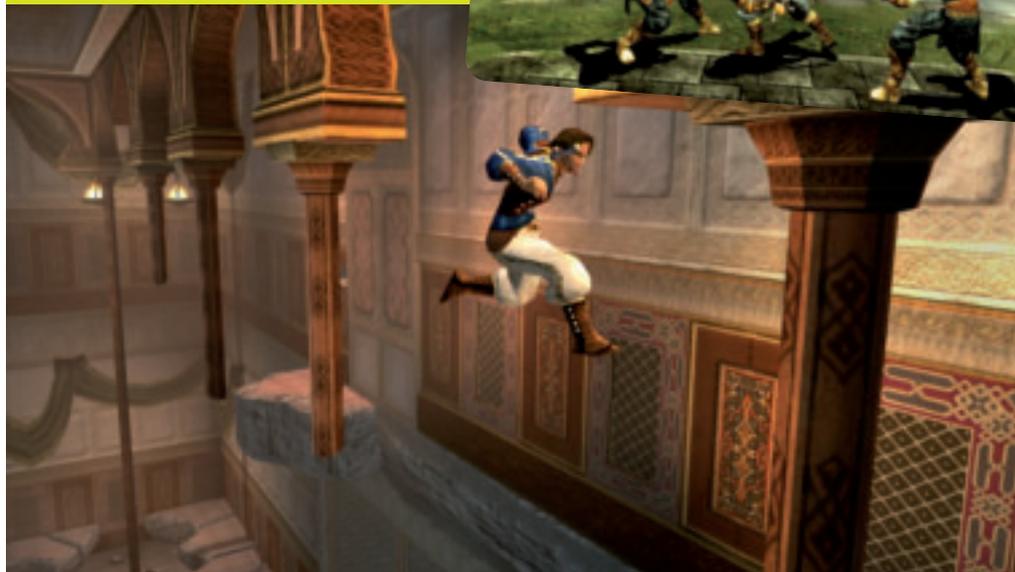
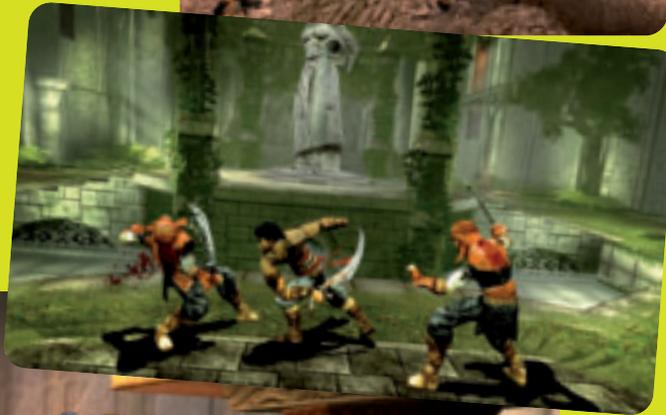
La Wiimote évolue

Nintendo a lancé en Europe un nouveau modèle de télécommande pour la console de salon Wii. Comme son nom l'indique, la télécommande Wii Plus embarque dans un même boîtier (identique en apparence au modèle original) une Wiimote standard et l'accessoire optionnel Wii Motion Plus qui confère un repérage plus fin des mouvements. Plusieurs titres compatibles sont déjà disponibles (Red Steel 2, Grand Chelem Tennis, Wii Sports Resort) et plusieurs hits à venir exploiteront aussi la fonction comme le prochain The Legend of Zelda : Skyward Sword. Le nouvel accessoire sera dans un premier temps proposé en quatre coloris différents : noir, blanc, rose et bleu. Compter 50 euros environ.



Trilogie perse en haute définition

Après God of War Collection ou Sly Collection, c'est au tour d'une autre série à succès de l'ère PlayStation 2 de profiter d'une remise à niveau graphique pour l'actuelle génération de consoles Sony. C'est cette fois un éditeur tiers qui s'y colle : Ubisoft publiera en effet prochainement Prince of Persia Trilogy en exclusivité sur PlayStation 3. Sur la même galette, on y retrouvera les trois jeux d'action/aventure (Les Sables du Temps, L'Ame du Guerrier, Les Deux Royaumes) parus entre 2003 et 2005 mais dotés cette fois d'un affichage en haute définition et même d'une 3D stéréoscopique pour les écrans compatibles. Sortie prévue pour le 18 novembre.



Akai au réveil

Akai présente l'IP-1037, un radioréveil aux formes arrondies et au design glossy noir ou blanc. Disposant d'une station d'accueil pour iPod, il permet de profiter de ses morceaux préférés dès le saut du lit. La fonctionnalité double alarme permet de programmer deux sources et deux heures différentes. Le radioréveil intègre également un tuner numérique AM-FM stéréo avec 20 présélections. Il est possible de piloter le tout à distance grâce à une télécommande multifonctions. L'IP-1037 dispose aussi d'une sortie vidéo pour voir les films de l'iPod/iPhone sur un téléviseur. Le radioréveil d'Akai est d'ores et déjà disponible au prix de 59,90 euros.



Razer joue massivement



Razer annonce un nouveau clavier dédié aux jeux en ligne, le Razer Anansi. Partageant la même philosophie en termes de design que la souris Razer Naga, ce clavier apporte aux joueurs un grand nombre de nouvelles fonctions et des touches programmables directement placées sous le pouce, ainsi que de nombreuses possibilités de macros. Le Razer Anansi fournit aux joueurs la possibilité d'utiliser instantanément jusqu'à sept fois plus de commandes et de compétences que les 12 touches habituellement accessibles sur un clavier. Il propose aussi plus de 100 touches programmables, un enregistrement des macros à la volée, cinq touches supplémentaires, la désactivation possible des touches Windows en mode jeu et la possibilité de paramétrer le rétroéclairage des touches avec un choix parmi 16 millions de couleurs. Le Razer Anansi a été conçu pour être utilisé en complément des 12 touches des souris MMO Razer Naga et Razer Naga Epic, permettant ainsi aux joueurs de contrôler au mieux la bataille ! Ce clavier sera disponible courant décembre au prix de 99,99 euros.

LA VIE EN ROSE AVEC
Hello Kitty

by **BLUESTORK**
INDUSTRY
Easy technology®



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

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



Souris sans fil & filaires



BLUESTORK
INDUSTRY
Easy technology®

Sanrio
License
© '76, '10 SANRIO





Hubs USB



Kits d'enceintes



Webcams



Claviers & packs



Lecteurs multcartes



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





Samsung

SAISON
salon

Interview



Entretien avec

Yangkyu Kim

Senior Vice President Sales & Marketing Visual Display



Entretien avec

Hyunsuk Kim

Senior Vice President R&D Visual Display



Entretien avec

Kevin Lee

Vice President Product Strategy Visual Display

Nous avons eu la chance de pouvoir nous entretenir avec les dirigeants de la division image du leader mondial de l'écran plat. Ils nous ont expliqué les enjeux de la télévision connectée et le rôle que compte y jouer le constructeur coréen. Par Stéphane Kauffmann



JDLI : La TV connectée et le portail applicatif, est-ce avant tout pour se démarquer de la concurrence ?

Yangkyu Kim : Nous sommes sur un marché concurrentiel évidemment. Pour y réussir, notre stratégie a toujours été d'offrir au consommateur la meilleure expérience possible et la plus complète aussi. En faisant confiance à Samsung, il est certain d'avoir le meilleur matériel et l'accès à tous les contenus. Avec le passage au numérique, ils proviennent désormais de sources variées. Il est donc de notre responsabilité que l'utilisateur puisse en profiter quelle que soit l'origine. Désormais, une partie de ce contenu passe par le Web et il faut donc qu'il soit accessible au travers de nos téléviseurs. Cela nécessite une plate-forme par laquelle le contenu peut être délivré au consommateur.

Pourtant, une plate-forme propriétaire ne facilite guère la tâche de l'éditeur qui doit concevoir ses programmes pour de nombreux supports.

Yangkyu Kim : Pour l'heure, il n'y a pas de plate-forme universelle normée ce qui oblige à en créer une. Mais notre politique est justement qu'elle soit la plus ouverte possible. Nous ne faisons pas cela pour nous approprier du contenu mais au contraire pour permettre de le diffuser de la manière la plus large possible.

Kevin Lee : Notre plate-forme est ouverte à tous, aux éditeurs de contenu mais aussi à d'autres fabricants et il est facile de l'adapter à d'autres appareils que les nôtres. Il est vrai qu'aujourd'hui, les moyens d'accès sont multiples avec les téléviseurs et les adaptateurs des opérateurs.

Justement, les opérateurs proposent déjà les services connectés, pourquoi doubler cette offre avec les téléviseurs ?

Kevin Lee : Les opérateurs proposent l'accès à la TV sur Internet par l'abonnement. Pour nous, il s'agit d'ouvrir l'accès à tous les utilisateurs sans que cela n'engendre de coûts supplémentaires pour eux. Ils auront ainsi le choix d'un contenu gratuit ou payant. C'est une démarche complémentaire et plus généraliste car à l'avenir, l'accès à ces contenus devra être disponible pour tous comme l'est la TV traditionnelle aujourd'hui.

Hyunsuk Kim : Nous pensons aussi que dans le futur en usage domestique, tout finira par passer par un seul appareil qui ne peut être que le téléviseur du salon. Il sera le centre de la convergence et va assurer l'interconnexion avec tous les appareils de la maison. L'opérateur pourra proposer une offre par abonnement au travers du téléviseur, le matériel n'étant pour lui qu'un moyen d'accès.

Est-ce qu'au-delà de la seule plate-forme, vous avez comme d'autres constructeurs des velléités de devenir éditeur de contenu ?

Yangkyu Kim : Samsung respecte la chaîne de valeur et ne sort pas du rôle qu'il y joue. Nous sommes un fabricant, pas un éditeur ni un opérateur. Nous ne cherchons pas à nous approprier le contenu ou l'accès, nous proposons simplement de nouvelles solutions pour délivrer le contenu au consommateur avec des possibilités d'interactivité et de confort d'utilisation qui n'existaient pas jusqu'à lors. Cela aide au contraire à développer





La mission de la TV connectée

des opportunités pour créer de la valeur. Nous voulons travailler main dans la main avec les opérateurs et avec les éditeurs, leurs offrir de nouvelles perspectives.

Le téléviseur n'est pas vraiment adapté aux services proposés actuellement sur le Web car ils se destinent à l'ordinateur. Est-ce un handicap pour la TV connectée ?

Yangkyu Kim : Nous n'en sommes qu'au début et l'offre va se constituer peu à peu. L'ordinateur et le téléphone sont des appareils personnels, le téléviseur est au contraire familial. Les contenus doivent donc s'adresser à la famille et être conçus pour un usage en commun. Devant l'ordinateur, on est actif et concentré, devant le téléviseur, on est au contraire détendu et relaxé. Les contenus doivent aussi répondre à cet état de fait. Sur notre plate-forme, nous privilégions évidemment les applications qui répondent à ces exigences d'usage. Nous faisons confiance aux développeurs pour créer des applications qui correspondent à l'utilisation du téléviseur.

Quelles sont selon vous les applications les plus pertinentes dans ce sens ?

Yangkyu Kim : Le téléviseur, c'est le spectacle par l'image animée. Dans ce sens, il est logique que les services liés à la vidéo soient les plus pertinents. La vidéo à la demande et le catch-up TV sont sans doute les applications les plus prometteuses dans l'immédiat.

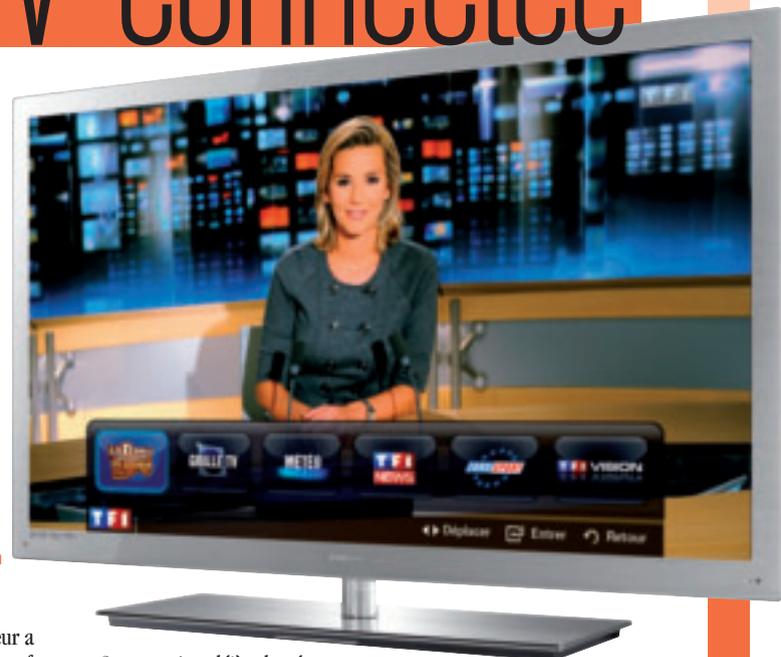
Apprendre en s'amusant est une autre piste très intéressante. Se servir de l'attrait exercé par la TV pour éduquer les enfants sera désormais possible grâce à l'interactivité par le Web. Et au-delà de ces applications évidentes, il y a sans doute de nouvelles formes de contenu à inventer.

Le téléviseur est-il vraiment l'appareil le plus adapté à la diffusion de la VOD, notamment en termes de performances ?

Hyunsuk Kim : Absolument. Le téléviseur a énormément évolué et il est devenu très performant. Sa puissance lui permet de diffuser dans les meilleures conditions la vidéo à la demande. D'autant qu'il diffuse lui-même et n'a pas besoin de s'accorder à un autre appareil, comme doit le faire un décodeur externe. Ses capacités graphiques sont également de premier ordre, ce qui permet de réaliser des interfaces plus adaptées à une offre riche.

On parle aussi beaucoup de consultation du Web par le téléviseur, est-ce que cela fait sens ?

Hyunsuk Kim : Bien entendu cela représente un intérêt à condition que la navigation et les sites soient adaptés aux spécificités du téléviseur, notamment en étant centrés sur la vidéo. Cela prendra du temps mais se fera. Le Web



s'est déjà adapté au téléphone mobile, il s'adaptera au grand écran.

Hyunsuk Kim : C'est aussi pour cela que nous avons développé une plate-forme qui permette aisément de créer des services adaptés. Pour naviguer sur un téléviseur, il faut aussi que le moyen de contrôle soit adapté.

Justement, le téléviseur connecté n'exige-t-il pas un autre appareil de commande que la télécommande ? N'est-il pas plus approprié d'utiliser une tablette tactile ?

Hyunsuk Kim : Nous travaillons dans ce sens. Déjà aujourd'hui, nos téléviseurs haut de gamme sont livrés avec une télécommande qui inclut un grand écran tactile.





SALON

Interview

Samsung

La mission de la TV connectée



Nous avons également développé une application de contrôle qui peut être utilisée sur un téléphone et une tablette. Elle est disponible pour l'iPhone et l'iPad, mais aussi sous Android et bien sûr sur nos téléphones et sur notre tablette Galaxy Tab. Nous faisons également beaucoup de recherches pour trouver le périphérique de commande le plus adapté à la nouvelle TV. Dès l'année prochaine, nous apporterons une réponse.

Une autre piste de contenu sera sans doute le jeu grand public. Mais est-ce possible de réaliser des titres convainquants quand on voit ce qui existe aujourd'hui ?

Kevin Lee : Là encore, ce ne sont que les prémices. Nos téléviseurs sont désormais assez puissants pour permettre l'exécution de jeux graphiquement sophistiqués. Il est également possible d'y connecter des manettes de jeu. Nous avons déjà des démonstrations de jeux réalisés avec notre kit de développement et qui utilisent un joystick. Il s'agit maintenant de développer des titres adaptés au téléviseur et à l'usage familial mais qui pour autant sont au niveau de ce que l'on attend aujourd'hui d'un jeu vidéo. Les éditeurs s'y emploient déjà, on peut notamment citer Gameloft parmi les plus connus.

Quel est votre modèle économique sur la plate-forme ?

Yangkyu Kim : Déjà, elle permet la diffusion de toutes les applications, pourvu qu'elles soient conformes aux exigences techniques et de qualité. Ensuite, c'est à l'éditeur de décider de son modèle, gratuit ou payant. Nous ne sommes là que pour permettre l'accès le plus simple possible. Pour les applications vendues sur notre plate-forme, nous reversons 70 % du

prix de vente à l'éditeur. Cela nous permet de couvrir les frais.

Un mot sur la 3D, est-ce que son développement est conforme à vos attentes ?

Kevin Lee : Nous sommes extrêmement satisfaits des ventes et de leur croissance. Comme nous l'avions fait l'année dernière pour le LED, tous nos efforts portent cette année sur la 3D. Et d'ailleurs les résultats sont très similaires. Comme pour le LED l'an dernier, la 3D devrait représenter 10 % de nos ventes de téléviseurs sur le dernier trimestre de cette année. Nous avons environ 70 % de parts de marché sur la 3D, ce qui est très satisfaisant. Dans un an, 50 % de nos téléviseurs seront 3D et nous espérons que cela représentera un tiers de nos ventes.

Et pourtant, il n'y a que peu ou pas de contenu.

Yangkyu Kim : C'est juste une question de temps. À Hollywood, de nombreux metteurs en scènes ont déclaré

qu'ils ne tourneraient plus que des films en 3D car les revenus générés sont bien plus élevés pour les blockbusters.

Hyunsuk Kim : Au fur et à mesure que les coûts de tournage en 3D vont baisser, cela va s'étendre aux productions indépendantes et aux émissions de télévision. D'ici à quelques années, la grande majorité de ce qui fait sens en relief sera tourné en 3D : les films, les séries, le sport...

Kevin Lee : En attendant, nous fournissons du contenu à ceux qui achètent nos téléviseurs et nos lecteurs Blu-ray 3D. Ainsi, nous offrons Dragons et des films Imax cet automne. À Noël, nous aurons un pack avec les quatre Shrek en 3D. Aux États-Unis, nos téléviseurs permettent déjà de regarder les trailers en 3D par le Web. Comme pour la HD en son temps, les consommateurs nous font confiance en sachant que la 3D va se généraliser rapidement.

Et la 3D sans lunettes, c'est pour bientôt ?

Yangkyu Kim : Non, il faudra attendre longtemps pour trouver une solution viable pour le grand public. Techniquement, il est possible d'imaginer comment faire dans un avenir pas trop lointain. Mais les moyens à mettre en œuvre avec les techniques actuelles sont tels que c'est infaisable à un coût acceptable pour le grand public. Pour créer un effet 3D qui réponde aux exigences du salon, il faudrait multiplier les angles de vue et donc aussi disposer de résolutions dix fois supérieures à celles d'aujourd'hui. C'est irréalisable dans l'état actuel de nos connaissances.



WORLD OF WARCRAFT CATAclysm

MMO GAMING MOUSE



FORGÉE PAR LA RAGE

Évoquant l'imagerie iconique d'Aile de mort le Destructeur, la souris MMO World of Warcraft®: Cataclysm™ est issue d'une technologie de pointe. Dotée d'une ergonomie exceptionnelle, de 14 boutons disposés de manière intuitive et d'incroyables fonctionnalités logicielles, cette souris allie tous les atouts indispensables pour jouer au MMO World of Warcraft®.

Le Cataclysm est imminent, préparez-vous sur www.steelseries.fr



©2010 Blizzard Entertainment, Inc. All rights reserved. Cataclysm is a trademark, and World of Warcraft and Blizzard Entertainment are trademarks or registered trademarks of Blizzard Entertainment, Inc. in the U.S. and/or other countries.

Distributeur exclusif - **Uniformatic**
60 rue Louis Ampère 93330 Neuilly sur Marne
Mme **Kamona Soltani**
Mail: kanone@uniformatic.fr
Tel: 01 58 02 06 06





SAISON salon

Panorama

Téléviseurs

Le début du choix

La fin d'année sera une première période de test grandeur nature pour le téléviseur 3D. Un choix désormais réel et des prix plus attractifs poussent à l'optimisme mais l'absence de contenu ne va pas aider à convaincre le client. par Stéphane Kauffmann

Mais où est donc passé le contenu ? Lors du lancement commercial de la 3D, les constructeurs nous avait promis des films 3D en nombre pour l'automne or actuellement en magasin, les Blu-ray 3D en vente sont au nombre de... 1 ! Comme toujours, les éditeurs vidéo jouent la prudence excessive en attendant que le parc installé soit significatif, ce qui a son tour influe évidemment de manière très négative sur les volumes de téléviseurs 3D vendus. Ce n'est pourtant pas vraiment une surprise, tant il est désormais acquis que l'éditeur vidéo est par définition d'une méfiance extrême par rapport à toute nouveauté, même si elle peut sauver à terme son marché face à une concurrence dématérialisée



Samsung
UE46C7700
Sans défauts



C'est le premier téléviseur 3D apparu sur le marché et il reste à ce jour aussi un des plus réussis. Sa ligne est élégante avec un bord fin et une épaisseur très réduite même si elle moins spectaculaire que ce à quoi Samsung nous avait habitué, notamment avec un pied en plastique chromé à l'esthétique discutable. Le rétro-éclairage se fait par LED mais seulement en version sur les bords et la fluidité est soutenue par le 200 Hz. En 3D, le rendu est très convaincant ce qui est aussi à mettre au crédit des lunettes très légères et très confortables, deux paires sont d'ailleurs fournies. Si le jaillissement et le découpage des plans ne sont pas les plus spectaculaires qui soit, il y a aussi peu d'images fantômes et un clignotement réduit. La conversion 2D-3D fonctionne également très bien, ce qui est un atout en ces temps de pénurie en termes de contenu. En 2D, le Samsung convainc tout autant avec une très belle image à la fois contrastée, assez juste sur les couleurs et parfaitement fluide. Même en définition standard, c'est encore très acceptable pour cette taille de 46 pouces.

3D active
2 paires de lunettes fournies
Technologie : LCD/LED
Taille : 46 pouces

Tuner TNT HD
Connectiques : 5 HDMI, YUV, USB host, DLNA, Périel

2 190 €



Sony
KDL40HX800
A options



La ligne de ce téléviseur est élégante mais le design n'est pas très original. Pourtant fervent défenseur de la 3D, Sony ne propose ici qu'un modèle 3D-Ready. Les lunettes et l'émetteur sont à acheter en sus. Si on peut comprendre pour les lunettes ce qui permet au consommateur à s'équiper par la suite, c'est beaucoup moins évident pour l'émetteur. Car l'ajouter fait un peu bricolage peu compatible avec ce niveau de gamme. De plus, les lunettes ne sont pas très confortables et lourdes. Pire, dès que l'on incline un tant soit peu la tête, on perd la synchronisation. Sinon, les effets 3D sont satisfaisants avec toutefois un clignotement assez gênant dès qu'il y a de la lumière. La conversion 2D-3D n'est pas très réussie non plus. En 2D, l'image est très belle, contrastée et fluide car le 200 Hz de Sony est sans doute le plus performant du marché. En définition standard, le rendu est correct. A signaler que le prix est aussi très élevé pour un modèle 40 pouces sans lunettes, ni émetteur fournis.

3D active
Lunettes et émetteur en option
Technologie : LCD/LED
Taille : 40 pouces

Tuner TNT HD
Connectiques : 4 HDMI, YUV, 2 Périel, USB host, DLNA

1 690 €

S 3D

légale ou non de plus en plus pressante. Certes, les éditeurs n'en n'auraient pas vendu beaucoup, certes il aurait fallu faire un effort financier en mettant une galette supplémentaire dans l'édition 2D mais cela aurait aussi accéléré significativement les ventes de téléviseurs. Il aurait suffi que cela se fasse avec deux ou trois blockbuster particulièrement emblématiques, Avatar en tête qui à lui seul aurait sans doute modifié significativement les ventes de matériel 3D. Au lieu de cela, on a préféré conclure des accords exclusifs de packs avec les téléviseurs ce qui fait que les rares films qui ont du potentiel ne sont pas disponibles seuls à l'achat. Ainsi, à l'achat d'un téléviseur Samsung et donc en dehors de Dragons fourni, impossible d'acheter légalement

Avatar qui est en exclusivité chez Panasonic. Moralité, ces titres sont déjà piratés sur le Web : une aberration. Si tous les films en pack d'ici à la fin de l'année étaient disponibles au rayon TV 3D, cela ferait au moins un début d'offre : Dragons, L'Age de glace III, Coraline, Monstres contre Aliens, Shrek 1 à 4, Avatar... Sans parler des films 3D qui ne sortent qu'en Blu-ray 2D comme Le choc des Titans et d'autres. C'eut été respectable à défaut d'être pléthorique. Si à l'heure où nous écrivons ces lignes, seul Tempête de boulettes géantes est en vente, il sera rejoint sous peu par Alice au pays de merveilles, Volt, Scrooge, Monster House et Le Voyage extraordinaire de Samy.

Demain matin

Même la télévision aura été plus réactive alors que les obstacles techniques sont autrement plus compliqués. Si actuellement, on en est encore au canal de test, la 3D a été annoncée sur l'ADSL rapide, sur le satellite, sur le câble et sur la fibre dès 2011. Certes, cela ne concernera que des chaînes thématiques spécifiques au début, et probablement avec peu d'émissions diffusées en boucle, mais si on compare au temps qu'aura mis la HD à être diffusée, c'est vraiment rapide. C'est aussi un argument en magasin, tout comme l'est le futur proche pour le cinéma. Autant les éditeurs font preuve d'une grande frilosité, autant de nombreux



Toshiba 55WL768 3D de luxe

Avec ce premier téléviseur 3D, Toshiba signe son retour sur le devant de la scène. Déjà, il est absolument superbe et Toshiba a été inspiré de confier le dessin au studio Jacob Jensen. C'est vraiment une réussite. En 3D, le comportement est excellent avec des effets spectaculaires, que ce soit en jaillissement ou sur le découpage des plans. Seuls les changements de plans rapides donnent lieu à quelques problèmes. Les lunettes ne sont pas les plus légères mais elles sont confortables et conviennent aussi aux porteurs de verres correcteurs. Malheureusement, il n'y a pas de conversion 2D-3D. En 2D, le rendu est globalement convaincant avec un aspect assez cinéma mais aussi un contraste un peu en retrait. Sur un 55 pouces, il faut éviter de parler de la définition standard, même si ce n'est pas si mal que cela au regard de la taille. A signaler aussi que le son est correct, ce qui est rare sur les écrans ultra-fins comme celui-ci.



Panasonic 50VT20 Les meilleurs effets

Le plasma est particulièrement adapté à la 3D et Panasonic le démontre magistralement sur ce téléviseur. Pour la 3D, c'est le meilleur rendu du marché car les effets sont les plus spectaculaires avec surtout un découpage très précis des plans. En revanche, les lunettes ne sont pas très confortables et assez lourdes. De même, il faut regarder dans le noir pour éviter les clignotements gênants. Et il n'y a pas de conversion 2D-3D. En 2D, l'image est très belle en haute définition avec des couleurs très justes et un contraste impressionnant. De plus, le rendu est plus doux et donc plus cinéma que sur les LCD. Il y a tout de même un petit défaut dans les zones les plus claires avec un blanc pas toujours parfait. La définition standard est correcte et c'est un des rares plasmas qui peut s'utiliser en lumière du jour. Il est même possible de s'adonner au jeu vidéo dans de très bonnes conditions. En revanche, la ligne de l'appareil est quelconque, le design n'étant vraiment pas le fort du constructeur japonais.

3D active
Deux paires de lunettes fournies
Taille : 55 pouces
Tuner TNT HD

Connectiques : 4 HDMI, Péritel, YUV, USB Host, réseau

3D active
Deux paires de lunettes fournies
Technologie : plasma
Taille : 50 pouces

tuner TNT HD
Connectiques : 4 HDMI, YUV, USB host, DLNA, 2 Péritel

2990

2190



Salon

Panorama

Téléviseurs 3D

producteurs et metteurs en scène hollywoodiens ont déclaré qu'ils ne tourneraient plus qu'en 3D. Il ne fait donc aucun doute que les Blu-ray 3D seront la règle d'ici à deux ans. C'est ce « future proof » qu'il faut vendre au consommateur intéressé. L'autre argument, c'est bien évidemment un surcoût finalement pas si important que cela. Si on compare à un téléviseur 2D de gamme équivalente, il s'agit de 200 à 400 euros environ. Et la 3D commence déjà à descendre en gamme pour cette fin d'année, avec des prix qui démarrent à 1 000 euros désormais en 40 pouces LCD. Le plasma 50 pouces à 1 000 euros mais en HD-Ready seulement n'est sans doute pas une si bonne idée, car il ne faut pas non plus dévaloriser la technologie. La grande taille de 46/50 pouces se trouve désormais à 1 500 euros, que ce soit en LCD ou en plasma.

Du choix

La 3D engendre aussi de nouveaux choix qui n'existaient pas auparavant et cela permet dès maintenant d'avoir une offre assez diversifiée en rayon. Déjà, elle remet le plasma dans la course. Effectivement comme cette technologie est par définition exempte de latence, elle convient parfaitement à la 3D active sans avoir recours à des techniques sophistiquées qui se limitent au haut de gamme. Tout plasma de qualité est adaptable simplement à la 3D. En LCD, c'est la vitesse qui prime avec des arguments technologiques qui reprennent de l'importance comme le 100, 200 et 400 Hz. Il y a aussi le choix entre rétro-éclairage classique et LED pour un panel prix plus large. C'est donc vraiment le début du choix. Il y a même des technologies 3D différentes qui

s'affrontent avec un LG qui propose de la 3D passive. Cette technologie présente des avantages et des inconvénients. Les lunettes ultra-légères et qui ne coûtent que quelques euros sont des arguments de poids pour le confort et les coûts, surtout si la famille est nombreuse. Les effets 3D sont aussi très réussis avec notamment une parfaite stabilité de l'image. Il n'y a que la résolution divisée par deux et un comportement moins convaincant en 2D qui ternissent un peu le tableau. Ce panel élargi de produits avec des prix devenus plus attractifs et des technologies concurrentes devrait permettre de créer de la valeur au rayon TV en cette fin d'année, et peut-être même de faire mentir les prévisions assez pessimistes de 120 000 téléviseurs 3D en 2010.



LG

LD950

L'alternative



LG est le seul constructeur à proposer un téléviseur 3D passif qui fonctionne avec des lunettes polarisantes. Avantage évident, elles sont très légères et donc très confortables, sans parler d'un coût d'acquisition qui se limite à quelques euros. En 3D, on perd évidemment en définition mais cela n'est vraiment gênant dans les faits. Seuls les sous-titres sont crénelés. Le rendu est très convaincant, autant pour le jaillissement que pour le découpage des plans. De par la technologie, l'image est également plus stable que sur les autres téléviseurs. Ce sera sans doute la 3D la plus facilement tolérable sur la durée. En 2D, c'est moins bien. L'image manque de contraste et la fluidité n'est pas toujours parfaite malgré le 200 Hz. Le téléviseur se rattrape sur la définition standard qui est très convaincante pour un 47 pouces. Modèle à rétro-éclairage classique, il y a aussi quelques problèmes d'uniformité d'image. La ligne du téléviseur est assez classique, ce n'est pas un écran fin, ni sur les bords, ni en épaisseur. Du coup, le son est correct car il y a de la place pour des haut-parleurs un peu plus volumineux.

3D passive
4 paires de lunettes fournies
Technologie : LCD
Taille : 47 pouces

Tuner TNT HD
Connectiques : 4 HDMI, YUV, 2 PériTel, 2 USB host, DLNA

1790



Samsung

LE46C750

Plus abordable



Ce modèle à rétro-éclairage classique démocratise la 3D. En contrepartie, il est livré sans lunettes mais intègre l'émetteur ce qui est tout de même plus élégant. La 3D est très convaincante avec des effets spectaculaires mais un découpage de plans un peu grossier. On constate aussi qu'il y a ici et là quelques images fantômes, sans doute en raison d'une dalle un peu moins rapide. Les lunettes sont très légères et extrêmement confortables. Au global, c'est donc satisfaisant. En 2D, le rendu est tout aussi convaincant avec un contraste satisfaisant. La fluidité est également satisfaisante même si elle n'est pas toujours parfaite. La netteté n'est pas la plus précise qui soit non plus. En définition standard, c'est juste acceptable avec des images un peu floues. Même si évidemment ce n'est pas un écran extra fin, la ligne est tout de même plaisante et ce téléviseur fera bonne figure dans le salon. A signaler aussi que malgré un prix plus contenu, l'écran est connecté et dispose d'un bon niveau d'équipement.

3D active
Lunettes en option
Technologie : LCD
Taille : 46 pouces

Tuner TNT HD
Connectiques : 4 HDMI, YUV, 2 PériTel, 2 USB host, DLNA

1590





VENDEZ PLUS !

Développeur de Parts de Marchés

Stratégie – Aide au Référencement – Distribution – Merchandising – Bundles/Accessoires



«Nous connaissons vos produits, vos contraintes, celles de la distribution, et les attentes de vos clients finaux. En tant qu'experts de la vente, nous possédons de multiples ressources pour augmenter vos sorties caisses. Nous gérons la création, la fabrication et la mise en œuvre pour que vous vendiez encore plus.»

Christophe Marghieri,
fondateur de C & C.

POUR VENDRE PLUS, APPELEZ-NOUS : 09 70 44 09 77

C & C S.A.S - 9, RUE DE SULLY - 44000 NANTES - contact@c-and-c.fr
NANTES - PARIS - LONDRES



News

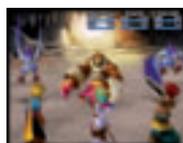
MOBILITE
mobilité

Asus Des Eee PC plus musclés

Asus actualise ses Eee PC avec deux nouveaux modèles qui profitent à présent du nouveau processeur Intel Atom N550. Il a la particularité d'embarquer deux cœurs, à l'instar des autres modèles plus performants qui équipent les notebooks. Alors que l'Eee PC 1015PEM joue la carte du design avec un châssis coloré (rouge mat, rose brillant, teintes noires et blanches, mates ou brillantes), la version 1015PN opte pour la plate-forme graphique Ion de Nvidia et un module de mémoire DDR 3 de 1Go (possibilité d'évolution à 2 Go). Il est ainsi en mesure de lire des vidéos Full-HD directement sur son écran de 10,1 pouces ou sur un téléviseur via la sortie HDMI. Côté stockage, ces Eee PC disposent d'un disque dur de 250 Go tandis qu'Asus propose également un espace en ligne de 500 Go. L'Eee PC 1015PEM est disponible au prix de 349 euros, tandis que le 1015PN est proposé au prix de 399 euros.



Nouveau Golden Sun en approche



Nintendo confirme la sortie le 10 décembre prochain de Golden Sun : Obscure Aurore sur Nintendo DS. Apparue sur GameBoy Advance au début des années 2000, cette série s'est imposée en deux volets comme une référence dans le domaine du jeu de rôle d'origine japonaise. Obscure Aurore marque la première apparition de la série sur l'actuelle génération de consoles. L'action de ce troisième volet prend place plusieurs décennies après les événements du deuxième opus. On y retrouve le monde de Weyard, régi par l'utilisation d'une magie canalisant les pouvoirs des éléments, qui a connu de grands changements depuis les précédents jeux. Enigmes, chasse aux trésors et rencontres plus ou moins heureuses guettent le joueur, qui pourra heureusement capturer et collectionner les djinns, des créatures élémentaires, pour en exploiter les pouvoirs via le stylet de la console.



Sigmatek E-book versatile

Sigmathek présente les EBKT-102 et EBKT-51, deux e-Book qui ne diffèrent que par leur dimension d'écran. Ainsi, l'EBKT-102 est équipé d'un modèle de sept pouces contre cinq pour son petit frère qui partage les mêmes caractéristiques. Dotés d'une mémoire Flash de 4 Go extensible avec une carte SD jusqu'à 32 Go, ces nouveaux e-Books peuvent stocker plusieurs centaines d'ouvrages. Côté autonomie de la batterie, Sigmathek annonce 10 heures en lecture, huit heures en vidéo et 40 heures en écoute musicale pour l'EBKT-102 (huit, sept et 20 heures pour l'EBKT-51). Si tous les standards sont pris en charge pour la lecture de livres électroniques, le multimédia n'est pas en reste avec notamment la compatibilité avec les fichiers MKV, FLAC ou encore OGG. Enfin, deux haut-parleurs de 0,5 W chacun sont intégrés et une version sept pouces sans la fonction vidéo est commercialisée par Sigmathek sous la référence EBKT-101. Les EBKT-102 et EBKT-51 sont disponibles aux prix respectifs de 99 et 129 euros.



Rendez-vous fixé pour



Okami sur DS



Capcom Europe vient de confirmer la date de lancement du jeu Okami Den sur Nintendo DS, fixée au 18 mars 2011. Rappelons qu'il s'agit du premier épisode sur console portable d'un titre apparu sur PlayStation 2 puis Wii il y a quelques années et avait alors reçu un bel accueil critique. Okami Den reposera sur le même principe : le joueur incarne ici un louveteau doté de pouvoirs divins. A mi-chemin entre jeu d'action et de rôle, le principe de la série consiste à tracer directement à l'écran les éléments nécessaires pour progresser dans l'aventure. Le jeu affiche à nouveau une ambiance graphique typiquement japonaise, évoquant le style d'estampes. Pour marquer l'annonce de cette prochaine publication européenne, l'éditeur lance une application pour Facebook, The Goblin Mask, permettant d'apposer le masque en question sur les photos du réseau social. Un concours est aussi lancé sur la page du jeu sur Facebook, offrant la possibilité de gagner une Nintendo 3DS à sa sortie, des peluches Okami Den...



De la finesse pour les pros



Avec son design ultra-fin, le HP ProBook 5320m s'adresse aux professionnels nomades qui en feront aussi un usage loisir. D'une épaisseur de 23,5 mm, il affiche un poids de 1,7 kg et une finition en aluminium brossé anodisé. Au format 13 pouces, ce notebook intègre un clavier traité contre les projections de liquide. Point fort de la gamme, la sécurité du HP ProBook 5320m est assurée par la suite logicielle HP ProtectTools. Celle-ci propose des fonctionnalités de sécurité telles que les mots de passe du BIOS, l'ouverture de session unique et le gestionnaire de certificats qui prend en charge les mots de passe des utilisateurs pour les sites Web, les applications et les fichiers. En cas de perte ou de vol, les informations personnelles sont protégées grâce au cryptage du disque tandis qu'un lecteur d'empreinte digitale est intégré à côté de la reconnaissance faciale. Côté autonomie, HP annonce jusqu'à 11 heures avec la batterie six cellules. Le HP ProBook 5320m est disponible au prix de 759 euros HT.

MSI

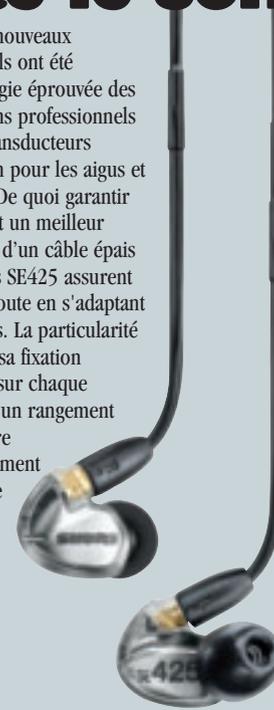
Dernières technos

T rès actif en ce moment, MSI présente le dernier-né de la gamme FX avec le FX700. Orné d'un logo MSI incandescent et d'un revêtement en relief le protégeant des rayures et des salissures, il profite en outre d'une finition en métal brossé. Équipé d'un clavier chiclet et d'un touchpad multipoint, ce notebook de 17 pouces est doté d'un processeur Intel Core i5 et d'une carte graphique Nvidia GeForce GT425M intégrant la technologie Optimus. Cette dernière permet de basculer automatiquement de la carte dédiée à celle intégrée pour augmenter l'autonomie de la batterie avec les applications peu exigeantes graphiquement. À cela s'ajoute la technologie Cinéma Pro censée améliorer la qualité d'image avec des contrastes renforcés et des couleurs plus lumineuses. Côté son, le FX700 embarque quatre enceintes signées Dynaudio et affiche la certification THX TruStudio Pro. Pour finir, ce notebook dispose d'une webcam HD 720p, du MSI Turbo Drive Engine qui permet d'overclocker le CPU comme sur les autres modèles de la marque, sans oublier le WIDI pour regarder un film sur une télévision sans aucun câble. Le FX700 de MSI est commercialisé au prix de 959 euros. Une version 15,6 pouces est également disponible sous la référence FX603 au prix de 899 euros.



Shure monte le son

Shure présente ses nouveaux écouteurs SE425. Ils ont été élaborés sur la technologie éprouvée des écouteurs pour musiciens professionnels et sont dotés de deux transducteurs jumelés par écouteur, un pour les aigus et l'autre pour les basses. De quoi garantir une précision extrême et un meilleur équilibre sonore. Munis d'un câble épais à mémoire de forme, les SE425 assurent maintien et confort d'écoute en s'adaptant parfaitement aux oreilles. La particularité de ce câble réside dans sa fixation détachable directement sur chaque écouteur, ce qui permet un rangement plus aisé et une meilleure préservation. Il est également possible de remplacer le câble par le kit piéton optionnel iPhone. Les écouteurs SE425 sont disponibles au prix de 329 euros.





Apple Le fin du fin



Au cours de la conférence de presse baptisée Back to the Mac, Apple a dévoilé deux nouveaux MacBook Air. Pour Steve Jobs, il s'agit de s'inspirer de l'iPad pour offrir le notebook le plus mobile qui soit. La version 13,3 pouces évolue avec un châssis encore plus fin qui ne dépasse pas 1,7 cm en son point le plus épais. Mieux, la connectique s'étoffe avec deux ports USB, un lecteur de carte SD, une sortie DisplayPort ainsi qu'une prise casque. En outre, l'écran se démarque avec une résolution très élevée de 1440 x 900. À l'intérieur, Apple fait l'impasse sur le Core i3 d'Intel pour offrir une carte graphique plus puissante et une autonomie record. Le

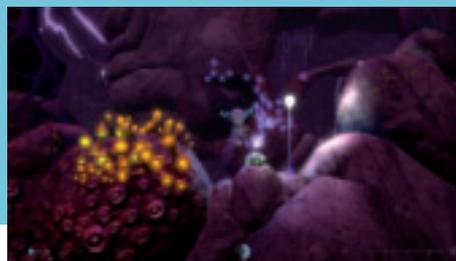
constructeur annonce sept heures avec la connexion WiFi activée et 30 jours en veille. Le processeur est un Core 2 Duo cadencé à 1,86 ou 2,13 GHz selon la configuration. Côté stockage, le disque dur disparaît définitivement au profit de la SSD avec des capacités de 128 et 256 Go. Autre grande nouveauté, le MacBook Air se décline à présent avec une version de 11,6 pouces qui affiche une autonomie de cinq heures avec un processeur cadencé à 1,4 ou 1,6 Ghz et une mémoire Flash de 64 ou 128 Go. Les nouveaux MacBook Air sont disponibles à partir de 999 euros pour la version 11,6 pouces, et 1 299 euros pour le 13,3 pouces.

Atari en dématérialisé



L'éditeur vient de publier trois de ses jeux historiques en téléchargement sur le PlayStation Network, à destination de la PSP mais aussi de la PS3. Pong, Missile Command et Centipede ouvrent donc le bal des rééditions de grands classiques de la marque sur les consoles Sony.

« Beaucoup de gens ont connu leur première expérience de jeu vidéo sur un titre Atari », estime John Burns, Vice president et General manager d'Atari Europe. « Avec un catalogue aussi riche que le nôtre en grands classiques du jeu vidéo, nous avons souhaité en faire profiter la nouvelle génération ainsi que les joueurs chevronnés sur les plates-formes de dernière génération que sont la PS3 et la PSP ». Selon l'éditeur, d'autres classiques de son catalogue seront progressivement publiés sur PSN. Prévu pour le 10 novembre sur Xbox Live Arcade et PC via Steam, puis début 2011 sur PSN, The Undergarden se positionne sur un tout autre créneau. Présenté par l'éditeur comme un jeu « à l'ambiance zen », « écologique et non violent », le titre consiste à explorer d'étranges cavernes réservant énigmes et autres secrets dissimulés au joueur. Deux joueurs peuvent coopérer dans ce jeu dont l'environnement (une vingtaine de niveaux) et l'ambiance sonore évoluent au fil de la progression.



Mio pour le plaisir

Mio vient d'annoncer l'opération Destination Plaisir, une offre de reprise de son ancien GPS permettant de recevoir jusqu'à 80 euros. Entre le 15 novembre 2010 et le 15 février 2011, le constructeur propose aux utilisateurs de renvoyer leur ancien GPS quelle que soit la marque et son ancienneté et de recevoir en échange de 60 à 80 euros en fonction du modèle acheté. Samuel Vals, Directeur Général France de Mio déclare : « À travers cette opération inédite dans l'univers du GPS, nous souhaitons inciter les possesseurs d'appareils de navigation à s'intéresser aux dernières évolutions technologiques que cette famille de produits a connu récemment. Nous estimons qu'environ cinq millions d'appareils de navigation toutes marques confondues sont actuellement en circulation en France et ont été achetés depuis plus de deux ans. Nous offrons à travers cette opération une incitation financière et un acte éco-citoyen en garantissant au consommateur que son ancien appareil sera recyclé selon les normes en vigueur. »



Acapela fait parler la clef

Expert en solutions vocales, Acapela annonce une clef USB vocale pour les personnes qui souffrent d'une déficience visuelle. Quel que soit l'endroit où l'utilisateur se trouve, Infovox3 permet d'accéder librement à l'information écrite en utilisant la synthèse vocale Acapela pour transformer n'importe quel texte écrit en voix et ce en temps réel. En un seul produit, il inclut une solution USB portable et trois installations locales pour permettre à l'utilisateur d'utiliser plusieurs ordinateurs dans son environnement quotidien et n'importe lequel lorsqu'il se déplace. Il est possible de choisir parmi cinq voix différentes. Enfin, le nouvel outil d'édition de prononciation permet de gérer facilement les lexiques, d'affiner et de personnaliser la façon dont les noms et les exceptions sont prononcés. L'outil Speech Creator permet lui de créer facilement des fichiers MP3 pour une utilisation personnelle à partir de n'importe quel texte. L'Infovox3 est disponible dès maintenant à partir de 580 euros.



Le nouveau départ de Nobilis



Entretien avec

Arnaud Blacher
Managing Director

JDLI : Comment se porte Nobilis aujourd'hui ?

Arnaud Blacher : Après deux années difficiles, Nobilis va mieux aujourd'hui. Nous avons subi de plein fouet les chutes de marchés sur lesquels nous étions présents historiquement comme le PC et les consoles Nintendo. La société a été restructurée pour s'adapter aux circonstances et nous sommes passés de 70 employés à 40. 25 personnes travaillent en France et nous sommes également implantés au Benelux et en Espagne. Nous considérons que nous avons tourné une page et que c'est une deuxième vie qui débute pour Nobilis. Nous allons continuer à développer nos activités concernant l'accessoire, le software sur les nouvelles plates-formes et les contenus dématérialisés tout en maintenant un portefeuille de jeux moins large qu'auparavant mais privilégiant la qualité. Être sur un marché en pleine mutation présente bien sûr des dangers pour les acteurs de notre taille mais aussi des opportunités à saisir, c'est pourquoi nous souhaitons nous adapter aux nouvelles manières d'acheter et jouer au jeu vidéo.

Quelle est votre stratégie sur le segment de l'accessoire ?

C'est l'une de nos priorités aujourd'hui, d'une part pour contrebalancer la difficulté du marché software actuel, mais surtout parce que nous



Près de 10 ans après sa création, la société lyonnaise affiche une nouvelle stratégie, donnant plus de place à l'accessoire et aux contenus dématérialisés tout en conservant un catalogue de jeux physiques plus concentré. Arnaud Blacher, Managing Director, nous en dit plus sur la nouvelle politique éditoriale qui régit la société. *par Patrick Helliö*



apportons une réelle valeur ajoutée via des accessoires de qualité réellement innovants. Subsonic, notre marque, accueille deux nouveaux produits clés sur cette fin d'année. Tout d'abord, le NeoPad, qui sort mi-novembre et avec lequel nous proposons une alternative à la manette PS3 officielle avec un accessoire aux nombreuses fonctionnalités très qualitatif et vraiment design. Vient ensuite le Racin' Pro, un ensemble siège plus volant disponible début novembre, qui a demandé deux ans de développement pour atteindre le niveau de qualité que l'on souhaitait. Voilà un segment de marché qui fonctionne bien, nous avons vendu 50 000 pièces du Race Pack de Radica sur PS2 lors du Noël de sa sortie en France il y a quelques années déjà ! Avec des jeux comme GT 5, Formula One 2010 et autres Need For Speed Hot Pursuit, il y a un vrai potentiel cette année sur cette catégorie.

Quelle est votre actualité en ce qui concerne les jeux dématérialisés ?

Nous comptons développer ce catalogue, après une première expérience avec Trine sur PC et PSN. Nous avons vendu près de 150 000 exemplaires du titre au prix de 20 euros, un score très satisfaisant. D'autres titres seront prochainement annoncés. Nous lançons également sur la fin d'année nos premiers jeux d'aventure sur iPad, avec The Secrets of Da Vinci, Cap sur l'Ile au Trésor et Cléopâtre et d'autres titres suivront sur la plate-forme. Nous travaillons aussi le domaine des jeux en ligne, puisque nous avons lancé en beta test l'été dernier deux titres en « free to play », basés sur le modèle de l'item selling : My Baby Web et Webstar Football. On devrait quitter les versions Beta pour des lancements officiels début 2011.

Comment se présente votre catalogue de jeux de fin d'année ?

Nous avons trois titres forts sur Nintendo DS, avec My Baby 3, Hospital Giant et Super Prof. A cela s'ajoute notre fond de catalogue sur la console, qui comprend des titres à succès comme Criminology ou Moto Racer, des jeux qui ont bien fonctionné et qui ont conservé une bonne valeur sur la durée. Notre stratégie est de nous concentrer sur des jeux de qualité comme My Baby qui s'est déjà vendu à plus de deux millions d'exemplaires. Il s'agit probablement de notre dernière fin d'année sur Nintendo DS et nous travaillons déjà sur la 3DS pour l'année prochaine.

Qu'en est-il de votre activité de distributeur d'éditeur tiers ?

Il s'agissait de l'une des activités principales du groupe à sa création mais, en 2009, après avoir travaillé avec des sociétés comme Capcom ou Midway, nous l'avons quasiment stoppée pour nous concentrer sur nos productions internes. L'année dernière, nous avons relancé cette activité en signant avec des partenaires comme Oxygen ou Iceberg. Nous voulons développer à nouveau ce secteur sur 2011 et mettre à profit notre force de vente de plus d'une dizaine de personnes (terrain, télévente et comptes clés) pour distribuer de nouveaux partenaires à fort potentiel en France.





Windows P

Focus

MOBILITÉ
mobilité

Nouvel OS, nouveaux terminaux



L'heure de la riposte a enfin sonné pour Microsoft. Après une mise à jour décevante de Windows Mobile, le premier éditeur mondial de logiciels revient avec un tout nouveau système d'exploitation. Ainsi, Windows Phone 7 aura la lourde tâche de contrer l'iOS d'Apple et Android pour remettre dans la course le précurseur du smartphone. Deux téléphones sont d'ores et déjà disponibles chez LG et Samsung avec des points communs et certaines spécificités.

par Driss Abdi



Phone 7

Si le smartphone connaît un tel succès aujourd'hui, c'est en grande partie grâce aux systèmes d'exploitation récents qui rendent son utilisation plus simple et plus agréable au quotidien. Plus besoin de stylet pour utiliser l'écran tactile, le téléphone se manipule d'une seule main. iPhone, Android et dans une moindre mesure Blackberry ou encore HP Web OS, la concurrence fait rage et Microsoft ne pouvait que constater impuissant la déchéance de Windows Mobile. C'était d'autant plus inacceptable pour Microsoft que le smartphone affiche une croissance en volume de +138% sur les six premiers mois de l'année si on compare avec le premier semestre 2009 (source GfK). Il est clair que des prix plus démocratiques y contribuent aussi puisque cet été, la dépense moyenne avec subvention aura été de 154 euros pour l'acquisition

d'un smartphone, soit 70 euros de moins qu'à la même période l'année précédente comme le souligne Mathieu Cortesse, Directeur de clientèle Télécom chez GfK.

Une feuille blanche

Avec Windows Phone 7, Microsoft est donc reparti de zéro pour enfin se démarquer de son pendant sur PC. Pour commencer, tous les téléphones Windows Phone 7 répondent à une charte très stricte établie par le géant de Redmond. Ainsi, les combinés disposent tous d'écrans larges et de trois touches de navigation identiques. De même, les terminaux embarquent les services grand public de l'éditeur. En plus du baladeur Zune pour la musique et de Bing pour la recherche sur le Web, les Windows Phone 7 donnent également accès à Live Office, la suite logicielle de Microsoft ainsi qu'au Microsoft Market Place. Composée d'icônes, l'interface s'articule autour des « live tiles », des briques interactives mises à jour automatiquement. « *Ce sont de super icônes connectées au Web* », explique Joe Belfiore, vice-

président du département Windows Phone chez Microsoft. Les mises à jour ne se limitent pas aux informations collectées depuis Internet car toutes les activités de l'utilisateur sont elles aussi actualisées en permanence. Par exemple, la dernière photo prise apparaît automatiquement dans l'icône photo de l'interface. Les briques qui composent la page d'accueil s'articulent autour de cinq univers distincts : les contacts, les photos, le bureau, la musique et les jeux. La navigation est simplifiée avec des écrans successifs auxquels on accède en balayant l'écran du doigt de droite à gauche. L'une des grosses différences de Windows Phone 7 par rapport à ses concurrents, c'est justement sa capacité de passer d'une page à l'autre sans pour autant quitter l'application avec des allers/retours incessants. De plus, Microsoft ne cherche pas à réinventer la roue pour déplacer les icônes de la page d'accueil à sa guise, une pression prolongée sur l'une des tuiles suffit.



LG Optimus 7

Sans grande surprise, l'Optimus 7 de LG suit le cahier des charges de Microsoft à la lettre tout en y apportant quelques fonctionnalités originales. Sur le plan physique, la coque qui marie métal et plastique semble solide et la finition est soignée. Outre le grand écran et les trois boutons standards, une prise jack est intégrée sur la tranche supérieure pour écouter de la musique avec le casque de son choix. La tranche droite accueille le déclencheur de l'appareil photo et la prise micro USB. Elle permet à la fois de recharger la batterie et de synchroniser le téléphone. A l'opposé, deux boutons permettent de régler le volume mais ils manquent de relief pour une utilisation aisée à l'aveugle. Au dos est intégré le capteur de l'appareil photo qui s'accompagne d'un flash et d'un petit miroir pour les autoportraits. L'écran tactile du LG Optimus 7 est un modèle capacitif de 3,8 pouces qui affiche une résolution de 800 x 480 pixels. Les angles de vision sont suffisamment larges et la sensibilité suffisante pour une utilisation aisée du bout du doigt. Le processeur Snapdragon de Qualcomm est cadencé à 1 GHz. Ce dernier s'avère particulièrement à son aise avec Windows Phone 7. Ainsi, fini les ralentissements de Windows Mobile 6.5, tout est parfaitement fluide dès que l'utilisateur se sera familiarisé avec l'interface un peu déroutante au début.

Bien connecté

L'Optimus 7 bénéficie de toutes les caractéristiques que l'on est en droit d'attendre d'un smartphone haut de gamme. Quadri bande, HSDPA et HSUPA, il est doté en outre du WiFi avec prise en charge de la norme N et surtout le DLNA. On peut ainsi profiter du contenu stocké dans le téléphone à partir d'un ordinateur ou d'un téléviseur compatible. Une caractéristique qui permet à l'Optimus 7 de se démarquer légèrement des autres smartphones sous Windows Phone 7. Le capteur d'une résolution de 5 Mpixels délivre des photos qui sont juste moyennes. A l'inverse, les vidéos HD en 720p sont au niveau des meilleurs. Pour la musique, le baladeur Zune offre une interface épurée et très claire. Le novice pourra en un clin d'œil trouver la musique de son choix d'autant que la mémoire interne est généreuse avec un espace de stockage de 16 Go. Une prise casque standard est également intégrée sur la tranche supérieure de l'Optimus 7 pour changer les écouteurs et utiliser le casque de son choix. Pour surfer sur le Web, le navigateur Internet Explorer gagne en confort. L'affichage des pages est rapide et la navigation vraiment agréable, avec la possibilité de zoomer aussi bien en pinçant l'écran des deux doigts grâce au multipoint ou simplement avec deux pressions rapides. Pour les plus conscien-

cieux, Microsoft Office est intégré en version complète. Pratique pour consulter des documents sur son smartphone. La suite bureautique va même plus loin en autorisant la création de documents Word ou Excel directement sur le téléphone. Certes seules les fonctionnalités les plus basiques sont proposées, mais c'est déjà un début d'autant que l'on pourra bien entendu modifier ces documents à loisir une fois de retour devant un PC. Outre le DLNA, l'Optimus 7 propose une autre fonctionnalité innovante avec l'application de réalité augmentée ScanSearch. Il suffit de pointer l'appareil photo autour de soit pour avoir des informations et repérer les points d'intérêts. En revanche, l'autonomie est un peu juste avec un peu plus de 24 heures entre deux recharges.

450

Réseaux : Quadri-bande, 3G+ (HSUPA), EDGE
Écran : 480 x 800 pixels, 3,8 pouces, 16 millions de couleurs
Résolution photo : 5 Mpixels, Baladeur : MP3, WAV, WMA, H.264, MPEG-4, WMV
Connexions : A-GPS, Bluetooth 2.1 A2DP, WiFi n, micro USB 2.0
Mémoire : 16 Go
Dimensions/poids : 122,4 x 64,2 x 9,9 mm/119 grammes



Windows Phone 7

Doué pour le multimédia

Microsoft s'inspire tout de même de ses concurrents notamment pour la partie multimédia. Ainsi, le baladeur Zune de Microsoft arrive enfin en Europe via Windows Phone 7. La synchronisation du smartphone avec un ordinateur nécessite l'installation du logiciel Zune qui permet en outre de gérer sa bibliothèque multimédia à la manière d'iTunes.

Toutefois, le glisser/déposer est également possible pour ajouter des fichiers dans la mémoire du téléphone. Les possesseurs de Xbox 360 ne sont pas en reste et trouvent une extension à leur console grâce à Windows Phone 7. En effet, Xbox Live est directement intégré dans les smartphones et cela permet entre autres de récupérer son avatar, d'acheter des jeux ou même de gagner des points encore plus facilement qu'en jouant sur console. Pour travailler, la suite Office assurera une compatibilité

totale avec les documents créés sur PC. Enfin, le Marketplace ne joue pas la carte de la surenchère face à Apple et son App Store fort de plus de 250 000 applications ou encore face à l'Android Market qui dépasse les 100 000 titres. Au lieu de ça, Microsoft préfère se concentrer surtout les logiciels les plus utilisés et les plus attendus sans oublier des partenariats valorisants. Fin octobre par exemple, Electronic Arts a annoncé l'arrivée de plusieurs jeux

mobiles (Need for Speed Undercover, Les Sims 3, etc.) qui seront également compatibles Xbox Live. La boucle est donc bouclée.

Enfin, à l'instar de l'iPhone, on notera quelques limitations à commencer par l'absence de la technologie Flash d'Adobe. Certaines animations et vidéos ne s'afficheront pas sur les téléphones équipés de Windows Phone 7. De plus, le multitâche n'est pas d'actualité pour le moment tandis que la mémoire interne est inaccessible à partir d'un PC en l'absence de mode UMS (USB Mass Storage) pour copier des fichiers comme sur une clef USB. Enfin comme la synchronisation nécessite obligatoirement le logiciel Zune, il faudra être patient pour la version Mac.



SAMSUNG Omnia 7

On l'a vu, tous les smartphones Windows Phone 7 sont soumis à un cahier des charges précis de la part de Microsoft. Dès lors, il est bien difficile pour les constructeurs de se démarquer. Avec l'Omnia 7, Samsung reprend la formule qui a fait le succès du Wave et du Galaxy S en proposant un écran Super AMOLED. D'une taille de quatre pouces, il trône sur la face avant de ce modèle. Conséquence directe, l'Omnia 7 est un peu plus encombrant et plus lourd que le LG Optimus 7. Juste en dessous de l'écran se trouvent les trois boutons qui sont indissociables de tout Windows Phone, avec cette fois une petite subtilité supplémentaire. En effet, ils sont tactiles avec un petit effet retour de force original pour valider une action. La finition est soignée avec des matériaux dignes d'un smartphone haut de gamme. Le port micro-USB est intégré sur la tranche supérieure et dissimulé derrière un cache coulissant. C'est également là que se trouve la prise casque standard afin d'utiliser celui de son choix. La tranche droite accueille le bouton de mise en marche qui permet également de mettre le terminal en veille. Le second bouton fait office de déclencheur

pour l'appareil photo. Enfin, le réglage du volume s'effectue sur la tranche gauche avec un bouton bien pratique pour une utilisation à l'aveugle de l'index.

Le plus beau

L'écran Super AMOLED de l'Omnia 7 de Samsung sort clairement du lot. Outre ses dimensions et sa résolution élevée, il affiche un contraste impressionnant et des noirs d'une profondeur encore jamais atteinte sur un mobile, à tel point que l'on discerne à peine l'affichage de son contour. Les angles de vision ne sont pas en reste et la lecture au soleil est possible. Si la saisie est agréable, on regrette tout de même que le clavier virtuel ne soit pas plus généreux en mode paysage alors qu'il reste de la place sur les côtés. La navigation est fluide et sans ralentissement. Pas de surprise de ce côté, on retrouve le processeur Snapdragon cadencé à 1 GHz. L'objectif de l'appareil photo est épaulé par un flash LED mais il est dépourvu de protection. De nombreux réglages sont proposés et la géolocalisation est de la partie. Même si on note un peu de bruit,

les clichés sont plutôt bons. Il est également possible d'enregistrer des vidéos en haute définition (720p) mais qui manquent parfois de fluidité. Pour le reste, l'Omnia 7 fait jeu égal avec ses concurrents ce qui n'est pas vraiment surprenant. Terminal haut de gamme, on regrette toutefois que l'espace de stockage soit limité à 8 Go d'autant qu'aucun lecteur de cartes n'est intégré. On finira avec l'autonomie de la batterie qui permet d'utiliser le smartphone pendant pratiquement deux jours avant de devoir le recharger.

600

Réseaux : Quadri-bande, 3G+ (HSUPA), EDGE
Écran : 480 x 800 pixels, 4 pouces, 16 millions de couleurs
Résolution photo : 5 Mpixels
Baladeur : MP3, WAV, WMA, H.264, MPEG-4, WMV
Connexions : A-GPS, Bluetooth 2.1 A2DP, WiFi n, micro USB 2.0
Mémoire : 8 Go
Dimensions/poids : 122,4 x 64,2 x 11 mm/138,2 grammes

gear4

présente

UnityRemote™

L'iPhone devient télécommande tactile



La star des appareils mobiles et GEAR4 animent le rayon TV !

Commande tout l'équipement audio-vidéo du salon

- Interface tactile
- Entièrement sans fil
- Assistant de configuration
- Fonctionne par activité



Une pression du doigt
pour regarder un DVD !

99,99 euros*

*prix public conseillé

Conçu pour

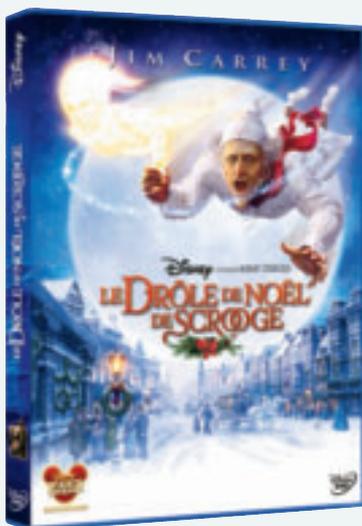
iPod iPhone iPad

Copyright © 2010 Disruptive Limited. Tous droits réservés. Toute reproduction totale ou partielle strictement interdite. GEAR4 et UnityRemote sont des marques de Disruptive Limited. iPhone, iPod, et iPod touch sont des marques de commerce d'Apple Inc., déposées aux États-Unis et dans d'autres pays. iPad est une marque de commerce d'Apple Inc. et "Made for iPod", "Made for iPhone" et "Made for iPad" signifient que l'accessoire électronique concerné a été spécifiquement conçu pour se connecter à l'iPod ou à l'iPhone et a été certifié aux normes de performance Apple par le développeur.

gear4.com

Au pays de Dickens Le Drôle de Noël de Scrooge

Animation



1er décembre

Robert Zemeckis signe son troisième film en « performance capture », une technologie entre l'animation et le film en prises de vues réelles. Il s'agit donc de capturer les mouvements et les performances des acteurs pour les réinjecter dans des personnages virtuels dans un environnement digital. Jim Carrey (Dumb and Dumber, The Truman Show) incarne pour cette adaptation du célèbre conte Un chant de Noël de Charles Dickens sept rôles différents. Pour la première fois, Disney sort ce film qui a totalisé près de 1,4 million d'entrées en salles en Blu-ray 3D.

MISE EN PLACE

150 000 exemplaires dont 125 000 DVD.

PLAN MARKETING

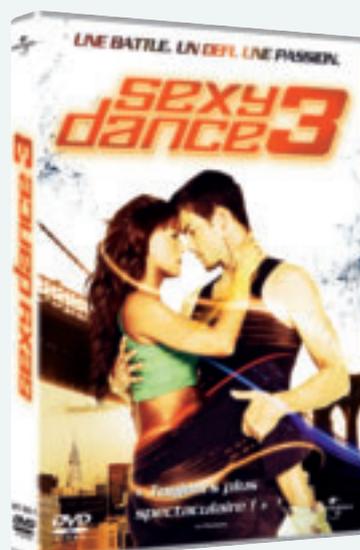
La campagne s'articule autour d'un plan media commun avec trois autres titres Disney, La Belle et la Bête 2 : le Noël Enchanté, Le Monde magique de la Belle et la Bête et La Mission de Chien Noël avec une campagne TV de 14 jours ciblant les ménagères avec enfants de moins de 15 ans et les enfants sur le hertzien (TF1, M6) et le numérique (W9, TMC, Gulli, Pwii, Canal J, Tiji, Direct 8, Cartoon Network, NRJ12), une campagne dans la presse enfants (2-14 ans) et une campagne Web sur les sites fréquentés par la cible fans de cinéma et d'animation.

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

Prix public conseillé **19,99€**

Saga hip-hop Sexy Dance 3

Comédie dramatique



18 décembre

Troisième épisode de la série, Sexy Dance : The Battle est le deuxième film de danse tourné en 3D après Street Dance 3D. Il a nécessité le recrutement de 250 danseurs pour les six grandes séquences musicales composant le film. Les chorégraphies signées Jamal Sims, collaborateur de Madonna et de Britney Spears, sont particulièrement réussies et pour la bande-son, la production a fait notamment appel à David Guetta, Trey Songz, Flo Rida et Laza Morgan. Sorti en France cet été, le film a totalisé 920 000 spectateurs.

MISE EN PLACE

105 000 exemplaires.

PLAN MARKETING

La promotion est assurée par un plan TV sur les chaînes de la TNT, de la presse et de la radio. Le tout est complété par du street marketing et du marketing viral via Facebook. De plus, AB1 et NRJ sont les partenaires média du titre.

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

Prix public conseillé **19,99€**

Les adieux de l'ogre vert Shrek 4 Il était une Fin

Animation



8 décembre

Sorti au cinéma le 30 juin, ce dernier volet des aventures de Shrek s'est imposé comme le meilleur démarrage d'un film DreamWorks en France et a attiré plus 4,5 millions de spectateurs au final. Loin d'être une simple suite, Shrek 4 se veut une histoire à part entière où les amis de l'ogre vert ne le connaissent plus et dans laquelle le méchant Tracassin est devenu le roi de Fort Fort Lointain. Cette programmation vidéo sur la fin de l'année devrait répondre aux attentes des consommateurs. En effet, plus de 850 000 DVD de Shrek 3 ont été vendus.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

PLAN MARKETING

Grosse campagne pour ce dernier opus avec deux millions d'euros investis en TV sur TF1, M6, W9, NRJ12, TMC, Virgin17, Gulli et Nickelodeon, un partenariat radio avec Europe 1, des pages dans la presse cinéma/DVD, enfants et féminine et des partenariats internet avec des sites Web ciblés enfants/familles (ados.fr, kid.fr, gulli, allocine, momes.net). Le titre sera également visible hors rayon DVD avec des partenariats avec Panzani, William Saurin et Yabon.

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

Prix publics conseillés **19,99€** (édition simple),
24,99€ (édition collector),

Duo de stars Night and Day

Action



1er décembre

Tom Cruise (Mission : Impossible) et Cameron Diaz (Charlie's Angels), c'est le couple glamour et sexy que réunit le réalisateur James Mangold (Copland, Une Vie volée, Walk The Line) pour son nouveau film qui oscille entre le film d'action et la comédie romantique sans oublier quelques pointes d'humour. Tom Cruise incarne un espion qui entraîne dans une folle course-poursuite Cameron Diaz, une jeune femme naïve. Ce film sans prétention n'a pas d'autre but que de divertir et il s'oublie très vite après l'avoir vu.

MISE EN PLACE

170 000 exemplaires.

PLAN MARKETING

600 000 euros sont investis en TV (TF1, M6, W9, Virgin 17) et un partenariat avec TMC, 150 000 euros en catch-up TV sur TF1, 250 000 euros en presse (partenariat avec Télé Poche) avec un grand jeu concours pour gagner une soirée de rêve (voyage en jet privé et dîner en restaurant étoilé à Deauville).

Editeur **Twentieth Century Fox Home Entertainment**
Distributeur **Fox Pathé Europa**

Prix public conseillé **19,99€**

**17 & 18
Novembre**
Le Corum
Montpellier
France

32nd IDATE international conference

DigiWorld summit 2010

Qui finance l'Internet du Futur ?

Video Game
9th Executive
Seminar

The Internet's disruptive impact on the video game industry

En tant que partenaire de cet événement, nous avons le plaisir de vous présenter le **programme du DigiWorld Summit 2010** qui se tiendra les 17 et 18 novembre prochain à Montpellier sur le thème **"Qui finance l'Internet du futur?"** et pour lequel sont attendus plus de 1200 participants et une soixantaine d'exposants.

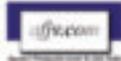
Le secteur des jeux vidéo, à la faveur des innovations technologiques, du déploiement d'Internet sur les terminaux fixes du foyer et sur les terminaux mobiles, continue de se segmenter, d'affiner son offre, de conquérir de nouveaux publics, d'enrichir les usages de nouvelles expériences immersives et d'enregistrer au final une croissance séculaire. Les évolutions intervenues ces dernières années ont été particulièrement nombreuses, ont, ou ont eu, un caractère disruptif patent et se sont répandues dans des délais particulièrement courts.

Le **18 Novembre 2010** les spécialistes des Jeux Vidéo s'exprimeront sur ces thèmes au travers de cinq table-ronde, de trois keynotes et de démonstrations de jeux.

- Quelle stratégie des pouvoirs publics pour accompagner les mutations du secteur des jeux vidéo ?

- Tablette et table tactile, TV connectée, 3D, réalité augmentée, quel futur technologique pour le jeu vidéo ?
- Les nouvelles formes de convergence entre le cinéma, l'animation et le jeu vidéo ?
- Les facteurs clés de succès d'un social game
- Les nouvelles expériences utilisateurs dans le jeu vidéo

Ces sujets seront discutés par des professionnels du secteur issus des entreprises : **SNJV, European Commission, CNC, EGDF, Accedo Broadband, Bulkypix, Orange, Darkworks, Robopolis, NX Publishing, Ubisoft, Aardman Animations, Microsoft Games Studios, CCP Games, Owlent, Weka Entertainment, Bigpoint, Redbedlam, Looki, Exkee, Mimesis republic.**

Sponsor	Partners		With the support of:	
				
				
				
				
				

Guest country:  Europe

www.digiworldsummit.com

IDATE
DigiWorld Programme

Contenu : Laurent Michaud, Head of Game and Digital Entertainment & Consumer Electronics Practice, IDATE
Contact: Johan Claire Tél: +33 (0) 467 144 449 - Mail : j.claire@idate.org / Ernie Jaulin Tél : +33 467 144 406 - Mail : e.jaulin@idate.org



Olympus μ-5010

Appareil photo compact

L'Olympus μ-5010 est un petit appareil très peu encombrant qui bénéficie des dernières évolutions mises en oeuvre par la marque. Pour le poids et l'encombrement, il se place dans la fourchette basse des compacts actuels. Ainsi, il se fera facilement oublier dans une poche ou un sac. Bon point, sa recharge s'effectue aussi bien sur l'USB que sur secteur, un détail très intéressant pour les voyageurs. Le zoom couvre du grand angle à un téléobjectif convenable, ce qui devrait satisfaire la majorité des utilisateurs. Les choses se gâtent côté capteur, car Olympus a choisi le petit 14 mégapixels désormais courant dans les modèles grand public mais pas meilleur pour autant. Le μ est également doté d'une mémoire interne de 1 Go qui permet de se passer de carte mémoire. En pratique, les images obtenues aux sensibilités de base sont de fort bonne qualité. Le grand nombre de pixels n'est pas trop pénalisant mais les limites apparaissent en montant en sensibilité ISO. Ce type de capteur amène rapidement une dégradation de l'image. Mieux vaut donc éviter de dépasser 400 ISO, du moins si on envisage d'utiliser l'image dans une grande taille.



Caractéristiques

Capteur 14 Mpx stabilisé, écran 2,7 pouces, optique (équivalent 24x36) 2,8-6,5/26-130 mm, vidéo 1280 x 720 à 30 i/s, mémoire SDHC & 1 Go interne, 94,7 x 55,8 x 19,9 mm, 129 grammes

Garantie 2 ans

Catégorie Milieu de gamme

Contact Olympus, tél. : 08 10 22 32 23

150€



Philips SHP8900

Casque domestique

Le Philips SHP8900 est d'aspect assez austère avec ses gros écouteurs à la face externe dotée de grilles mais ce modèle circumaural ouvert est clairement conçu pour l'écoute domestique, comme le montre son câble de quatre mètres. Bon résultat aux mesures, le SHP8900 couvre tout le spectre audio avec une belle linéarité et un très bon équilibre global. Avec toutefois un bas du spectre en léger retrait, contrairement à la mode suivie par de nombreux concurrents. À l'écoute, la revendication de Philips qui promet un « son d'une clarté exceptionnelle » se révèle conforme à la réalité avec des timbres très justes et un agrément d'écoute global assez remarquable. De quoi écouter certaines musiques (classique, voix) avec beaucoup de plaisir. Naturellement pour les musiques basées sur le grave, on peut trouver ce dernier un peu en retrait, bien qu'il descende très bas. Le Philips SHP8900 offre par ailleurs un excellent rapport prestations/prix.



Caractéristiques

Circumaural ouvert, réponse en fréquence 5 Hz - 30 kHz, impédance nominale 32 ohms, sensibilité 106 dB, longueur du cordon 4 mètres, prise jack 3,5 mm & adaptateur 6,35 mm

Garantie 2 ans

Catégorie Milieu de gamme

Contact Philips, tél. : 01 47 28 10 00

90€



Logitech Wireless Illuminated Keyboard K800

Clavier

Après le succès de son premier clavier rétro-éclairé, Logitech récidive ici avec une version sans fil. C'est un pari qui peut paraître osé car il faut bien alimenter le rétro-éclairage des touches. Logitech a donc intégré un détecteur de présence qui n'allume la lumière que lorsque l'on approche les mains des touches. De plus, l'effet est assez magique, il faut bien l'avouer. Pour autant, il est rechargeable très simplement par le câble USB fourni. Un témoin de charge à trois LED renseignera sur l'imminence d'un besoin d'énergie nécessaire. Si le design est réussi, il est tout de même moins percutant que celui de l'Illuminated. Les lignes sont moins tendues, on est plus dans l'arrondi. Pour autant, on garde l'idée de base d'un clavier noir entouré d'un liseré transparent. Sa forme légèrement courbe procure un excellent confort de placement pour les mains. Reste à signaler que le récepteur sans fil est microscopique et qu'il accepte aussi d'autres périphériques compatibles de Logitech.



Caractéristiques

Clavier sans fil (2,4 GHz), récepteur Unifying, touches de raccourcis multimédia, câble de recharge micro-USB, rétro-éclairage des touches, capteur de présence

Garantie 3 ans

Catégorie Haut de gamme

Contact Logitech, tél. : 01 43 62 34 13

100€



LG LEX8

TV LCD/LED

Le LEX8 est un téléviseur LED ultra-plat qui revendique haut et fort ses ambitions. C'est le premier téléviseur doté de la technologie « Nano LED ». Elle a permis au constructeur de proposer un écran de seulement 8,8 mm d'épaisseur, alors qu'il s'agit d'une dalle Full LED avec adaptation locale de l'éclairage. Peu d'informations précises sont fournies sur cette technologie, tout au plus sait-on que les LED sont agencés en losange et non plus en carré comme c'est le cas sur les rétro-éclairages actuels. Vu l'épaisseur de l'écran, toute l'électronique est de fait déportée dans le pied du téléviseur qui est raccordé à la dalle par une nappe de câbles. Le LEX8 est compatible 3D et affiche un bon rendu. Il y a peu d'images fantômes et les effets sont convaincants. La sensation de profondeur est appréciable aussi et le système « Nano LED » permet d'obtenir des blancs très intenses, ce qui est souvent problématique en 3D. De même, les noirs sont profonds et le contraste parfait. Au final, le LG LEX8 est un écran d'exception, la finition est magnifique et la qualité vidéo au rendez-vous en 2D comme en 3D. Reste le prix résolument haut de gamme aussi.



Caractéristiques

47 pouces, Full-HD, 3D active, 2 paires de lunettes fournies, latence 2 ms (CTG), connectiques 4 HDMI, YUV, 2 USB host, cinch, DLNA, Pétitel

Garantie 2 ans

Catégorie Haut de gamme

Contact LG, tél. : 01 49 89 89 49

5 000€

Logitech HD Webcam C510

Webcam

Cette webcam Logitech permet de réaliser des vidéoconférences sur Internet en HD (720p). Compacte, elle est livrée avec une housse de transport et un pied intégré qui s'adapte aussi bien à un moniteur qu'à un bureau. La caméra est non seulement inclinable en hauteur, mais également sur les côtés tandis que le micro intégré bénéficie de la technologie RightSound. Le logiciel identifie l'onde sonore de la voix du correspondant afin d'empêcher tout phénomène d'écho durant les conversations. Pour la vidéo, Logitech propose la technologie Rightlight afin de compenser un éclairage difficile comme le contrejour par exemple. En revanche, les zones claires sont souvent surexposées. Globalement, les vidéos sont de bonne qualité mais on constate des déformations sur les sujets rapides. Enfin, les photos sont satisfaisantes même si la compression est parfois visible. Au-delà de la vidéoconférence en HD, cette webcam permet aussi de réaliser des photos et vidéos de qualité suffisante pour le partage par le Web.



Caractéristiques

Capture vidéo HD 720p, Appels vidéo 720p, photos jusqu'à 8 Mpixels avec interpolation logicielle, micros intégrés avec la technologie Logitech RightSound, clip universel

Garantie	3 ans
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	Logitech France SA, tél : 01 44 58 98 98

50€

Canon HF-M32

Caméscope

Ce caméscope est doté d'une mémoire flash de 64 Go doublée d'un lecteur de cartes SDXC. Canon reste une valeur sûre pour la qualité d'image et les vidéos sont d'excellente facture avec des couleurs réalistes. On retrouve aussi le mode 25p pour donner un rendu plus cinéma aux vidéos. Le stabilisateur est efficace pour gommer le bougé de la main. Les choses se gâtent toutefois en basse luminosité avec un bruit très présent. De leur côté, les photos sont dignes d'un bon compact. L'écran de contrôle affiche des couleurs assez naturelles. Tactile, il bénéficie en outre d'un menu très réussi visuellement. Ce dernier est suffisamment explicite, mais la sensibilité tactile a parfois des ratés. La prise en main est excellente, tous les boutons tombent parfaitement sous les doigts. Enfin, la connectique est dissimulée derrière des trappes et s'avère particulièrement riche avec notamment une broche porte-accessoires et des prises micro et casque.

Caractéristiques

Format AVCHD, mémoire flash 64 Go & cartes mémoire SDXC, capteur CMOS 3,89 Mpixels, zoom optique 15x, écran LCD 2,7 pouces, Entrées/sorties : mini HDMI, AV, composante, USB, micro et casque, 68 x 60 x 123 mm, 320 grammes

Garantie	1 an
Catégorie	Haut de gamme
Contact	Canon, tél. : 01 41 99 77 77

1 100€

MSI GE700

Ordinateur portable

Ce notebook 17 pouces arbore un châssis classique avec une jolie finition laquée aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur. Le constructeur propose en outre des boutons tactiles au-dessus du clavier pour régler le volume en un clin d'œil, de contrôler le lecteur multimédia ou encore d'activer les outils d'optimisation pour privilégier l'autonomie de la batterie ou les performances. Le GE700 ne manque pas de muscles. En effet, si le processeur n'est pas le plus puissant qui soit, il est épaulé efficacement par une carte graphique certes ancienne mais qui fait encore des étincelles. Il sera donc aisé de jouer à la résolution native de l'écran, sans pour autant baisser le niveau de détail pour garder une bonne fluidité. Mieux, tout cela ne se fait pas au détriment de l'autonomie qui bien que très modeste se situe dans la moyenne de la catégorie. MSI n'est pas resté sourd aux critiques et adopte enfin le clavier chiclet. Les touches sont bien dimensionnées et suffisamment espacées pour une saisie agréable. À signaler enfin que pour un ordinateur aussi performant, le poids reste contenu.

Caractéristiques

Processeur Intel Core i5 430M (2,26 GHz), mémoire 4 Go, écran 17,3 pouces (1600 x 900), puce graphique ATI Mobility Radeon HD 5730, disque dur 500 Go, lecteur DVD±R/RW, WiFi n, Poids 3,2 kg

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

850€

HTC Wildfire

Téléphone mobile

Sous Android étonne par ses dimensions réduites. La finition est particulièrement soignée et rien ou presque ne donne à penser qu'il s'agit d'un modèle entrée de gamme. Toutefois, dès l'allumage, l'écran tactile de 3,2 pouces ne fait pas illusion. La résolution est faible au regard de sa taille et les pixels sont bien visibles, notamment sur le texte. La navigation sur Internet requiert le zoom et la lecture est pratiquement impossible en plein soleil. En revanche, la sensibilité est vraiment bonne. Tout cela est à mettre en relation avec le prix exigé. Côté équipement, le Wildfire a tout d'un grand. 3G, WiFi, Bluetooth, tout y est. Le processeur Qualcomm cadencé à 528 MHz semble à son aise et le terminal est suffisamment réactif. Si le baladeur est identique à celui du Desire, l'appareil photo peut mieux faire avec des images qui manquent de détails et des couleurs mal réglées. Enfin, l'autonomie est un peu juste en cas d'utilisation intensive des connexions sans fil. Au final, le Wildfire offre tout de même beaucoup à ce niveau de prix et avec cette compacité.

Caractéristiques

Quadri-bande, 3G+, Android 2.1, écran 3,2 pouces, résolution photo 5 Mpixels, connexions A-GPS, Bluetooth 2.1 A2DP, WiFi g, micro USB 2.0, mémoire 384 Mo & lecteur de cartes micro-SD, 106,8 x 60,4 x 12 mm, 118 grammes

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

299€

Jeux



Jeu massivement multijoueurs

World of Warcraft: Cataclysm



Le 7 décembre

Peu après avoir communiqué sur le cap des 12 millions d'abonnés enregistrés dans le monde, Blizzard prépare le lancement de la nouvelle extension pour le plus fameux jeu de rôle massivement multijoueurs. Dans ce troisième disque additionnel pour World of Warcraft, la surface d'Azeroth est complètement bouleversée par le retour de l'Aspect dragon corrompu Aile de mort. Voilà qui va donner l'occasion aux joueurs d'explorer de nouvelles zones autrefois familières, de découvrir de nouvelles missions mais aussi de rencontrer deux nouvelles races jouables (worgens et gobelins). Les personnages pourront désormais progresser jusqu'au niveau 85. Disponible en magasins ou en téléchargement.

PLAN MARKETING

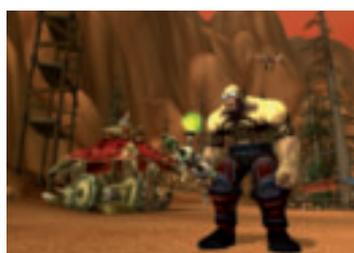
Non communiquée.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

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

Prix publics conseillés
34,99 € (standard)
69,99 € (collector)



Jeu de danse

Michael Jackson The Experience



Le 25 novembre

Après plusieurs apparitions dans l'univers du jeu vidéo, le Roi de la Pop profite enfin d'un jeu de danse lui étant spécialement dédié. Reprenant le concept de Just Dance du même éditeur, ce titre invite un à quatre joueurs à reprendre les célèbres chorégraphies de Michael Jackson et ses danseurs. Sur Wii, il s'agit de reproduire les mouvements indiqués via la Wiimote et le Nunchuck. Une trentaine de tubes tirés des albums solos de l'artiste répondent présents. Plusieurs modes de jeu sont au programme (un contre un, deux contre deux...). A noter que des versions compatibles Kinect et PlayStation Move seront proposées début 2011. Un jeu déconseillé aux moins de 12 ans.

PLAN MARKETING

Ubisoft va pousser le jeu via une campagne massive en TV (chaînes hertziennes et cabsat), en presse et sur Internet (Facebook, portails grand public). Le jeu a profité d'une belle mise en avant sur le Paris Games Week.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

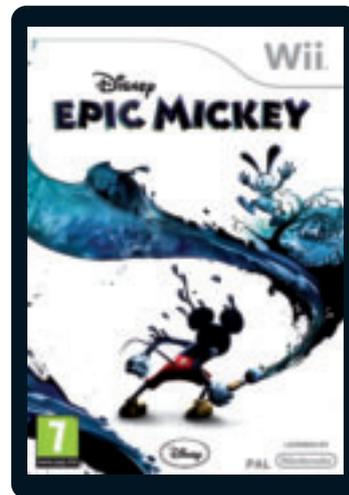
Développeur	Ubisoft
Éditeur	Ubisoft
Distributeur	Ubisoft
Nombre de joueurs	1 à 4
Jeu en ligne	Non

Prix public conseillé 45€ environ (Wii)



Action/aventure

Disney Epic Mickey



Le 25 novembre

Warren Spector (Deus Ex) signe ce nouveau jeu mettant en scène le personnage de Mickey Mouse. Jeu d'action et de plate-forme, Disney Epic Mickey invite le joueur à incarner la célèbre souris et à partir à l'exploration du monde de Wasteland où vivent les personnages oubliés de Disney. Mickey pourra compter sur un pinceau magique, permettant d'interagir et modifier le décor, pour explorer cet univers où les choix et actions du joueur auront des conséquences sur le déroulement de l'histoire. L'éditeur vise un public très large pour ce titre.

PLAN MARKETING

Ce jeu stratégique pour le groupe Disney va profiter de synergies entre les divisions (chaînes TV avec Disney Channel, presse avec Le Journal de Mickey...). Le jeu profitera aussi d'une campagne TV (chaînes hertziennes et cabsat) et sur Internet (Facebook, MSN) et sera aussi visible en presse (spécialisée et gratuite au lancement). Côté événementiel, une bâche devrait être déployée au moment du lancement du jeu.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Junction Point Studios
Éditeur	Disney Interactive Studios
Distributeur	Disney Interactive Studios
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non

Prix public conseillé NC

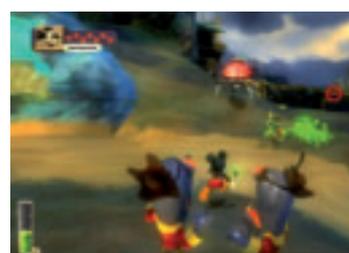


Plate-forme

Donkey Kong Country Returns



Le 3 décembre

L'une des figures emblématiques de l'écure Nintendo fait son retour avec un titre s'inscrivant dans la continuité de la série Donkey Kong Country, particulièrement marquante de la génération Super Nintendo. Deux joueurs peuvent ici jouer en coopération en dirigeant Donkey Kong et son compère Diddy Kong, partis à la recherche de la précieuse collection de bananes. Tout en adoptant une réalisation moderne, le jeu reprend tous les éléments qui avaient fait de l'original un succès (musiques, graphismes colorés, bonus cachés à foison, séquences en chariots...). Le jeu prend par ailleurs en compte les mouvements de la Wiimote, par exemple lorsqu'il s'agit de frapper violemment le sol.

PLAN MARKETING

Non communiquée.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Nintendo/ Retro Studios
Éditeur	Nintendo
Distributeur	Nintendo
Nombre de joueurs	1 à 2
Jeu en ligne	Non

Prix public conseillé 40€ environ





Jeu musical

Def Jam Rapstar



Le 24 novembre

Ce jeu de rythme et de karaoké se distingue par son positionnement « culture hip hop et rap ». Des dizaines de chansons peuvent être reprises par les joueurs, signées par des artistes comme 50 Cent, DMX, Ice Cube ou Public Enemy. Des artistes français sont également de la partie dont La Fouine, Disiz La Peste, NTM... Au total, les versions next-gen embarqueront 45 chansons et la version Wii 35, d'autres titres pourront ensuite être téléchargés. Le jeu propose par ailleurs une importante dimension communautaire.

PLAN MARKETING

Le jeu va être fortement soutenu par Konami, qui annonce une campagne en presse (musique, jeux vidéo, trade), de l'affichage, du street marketing, du Web (sites de jeux, chaînes musicales, sport) mais aussi des partenariats en TV (groupe MTV) et radio (Skyrock, Générations). Un grand concours est lancé pour trouver le meilleur chanteur avec, à la clé, un contrat avec une major pour publier un single. Un fil rouge qui devrait s'étendre jusque mars 2011.

MISE EN PLACE

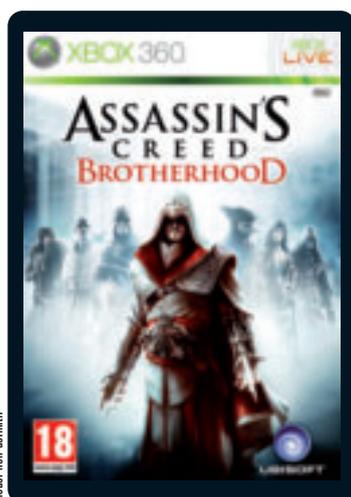
Entre 45 et 50 000 exemplaires en day one.

Développeur	4mm Games
Editeur	Konami
Distributeur	Konami
Nombre de joueurs	NC
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	NC



Action/aventure

Assassin's Creed Brotherhood



Le 18 novembre

Après deux premiers volets à succès (19 millions d'exemplaires dans le monde selon Ubisoft), ce qui s'est imposé très vite comme l'une des séries phares de l'éditeur revient pour un nouvel opus. Prenant place dans la ville de Rome où le héros de Assassin's Creed 2 poursuit sa lutte contre les templiers et peut diriger une équipe d'assassins, le jeu embarque désormais des modes multijoueurs à pratiquer en ligne. Une grande première pour la série qui devrait contribuer encore à développer sa popularité et toucher de nouveaux publics. La version PC arrivera en mars 2011.

PLAN MARKETING

Attendu comme l'un des titres forts de la fin d'année, le jeu profitera d'une campagne en TV (budget de 1,5 million d'euros), en presse (20 Minutes), en radio (NRJ) sans oublier un important dispositif sur Internet (portails grands publics). De nombreux outils de PLV sont également au programme.

MISE EN PLACE

500 000 exemplaires

Développeur	Ubisoft
Editeur	Ubisoft
Distributeur	Ubisoft
Nombre de joueurs	1 à 8
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	60€ environ



Simulation sportive

Winter Sports 2011 Go For Gold



Fin novembre

Les sports d'hiver sont à nouveau à l'honneur dans cette nouvelle édition du jeu multi-épreuves Winter Sports. Neuf disciplines différentes sont cette fois au programme (snowboard cross, ski alpin, patinage de vitesse, bobsleigh, motoneige, saut à ski...) ainsi que plusieurs modes de jeu (Carrière, en écran divisé ou en ligne). Quatre personnes peuvent ainsi s'affronter sur les principales disciplines. La version Wii sera compatible avec l'accessoire Wii Balance Board pour proposer une jouabilité adaptée.

PLAN MARKETING

Tradewest annonce un dispositif de communication en magasins et sur les réseaux sociaux. Une campagne RP en presse généralisée et généraliste est menée et des opérations spéciales sont prévues (jeux concours, offres spécifiques...). Le jeu a par ailleurs été mis en avant à l'occasion de Paris Games Week.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	49 Games
Editeur	DTP Entertainment
Distributeur	Tradewest Games
Nombre de joueurs	1 à 4
Jeu en ligne	Oui
Prix publics conseillés	39,99€ environ (PC) 49,99 € environ (Wii) 59,99 € environ (X360/PSS)



Action

Splatterhouse



Le 26 novembre

Plus d'une vingtaine d'années après sa première apparition en arcade, le très gore Splatterhouse est ressuscité aujourd'hui par les bons soins de Namco Bandai. Alors que sa fiancée disparaît aux alentours du domaine du Dr West, Rick se lance dans une quête sanglante pour sauver la belle. Jeu d'action et combat à progression, le jeu invite à trucider de la manière la plus gore possible des hordes de monstres démoniques. Réactualisant une série qui avait fait parler d'elle à l'époque, ce titre n'en oublie pas pour autant ses racines puisque la galette comprendra en bonus les trois premiers titres de la saga. Histoire de réviser ses classiques.

PLAN MARKETING

Non communiqué.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Namco Bandai Games
Editeur	Namco Bandai Games
Distributeur	Namco Bandai Games
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	NC

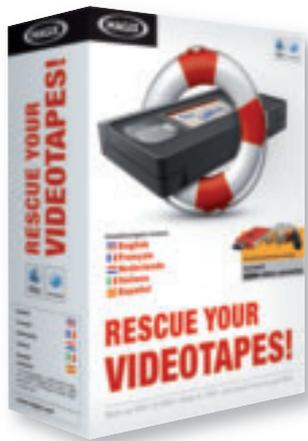




Utilitaire

L'un des logiciels vedettes de Magix est aussi proposé en version Mac. Via un convertisseur USB livré, le logiciel propose de convertir les films sur formats anciens (VHS ou Hi8 par exemple) et de les stocker sur le PC après numérisation voire optimisation de l'image. Il est ensuite possible de les exporter sur iPhone, Apple TV ou sur iMovie. Ce système est tout indiqué pour conserver films de famille et autres documents précieux qui risquent de disparaître pour cause de supports vieillissants. Tous les câbles nécessaires sont fournis (RCA, S-Video et Péritel).

PLAN MARKETING
Non communiqué.



Disponible



Développeur Magix
Éditeur Magix
Distributeur Magix

Prix public conseillé

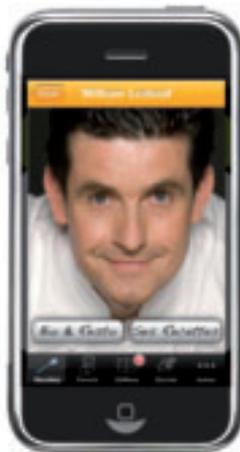
69,99€



Vie pratique

Cette application propose de nombreuses recettes de cuisine proposées par 11 Chefs réputés, ayant chacun leurs spécialités. Les différentes recettes profitent de présentations en vidéo mais aussi d'outils pratiques comme la génération d'un planning de tâches optimisé, histoire de gagner du temps, mais aussi la possibilité d'adapter les ingrédients en fonction du nombre d'invités ou encore de préférences alimentaires (végétarien, halal, casher...). L'application peut se synchroniser avec le site Zechef.com afin d'imprimer planning et menu. Des suggestions de vins sont proposées en fonction des plats préparés.

PLAN MARKETING
Non communiqué.



Disponible



Développeur ZeChef.com
Éditeur ZeChef.com
Distributeur AppStore

Prix public conseillé

3,99€



Fitness

Ce programme d'entraînement a été conçu en partenariat avec Mel B, ex-Spice Girl désormais reconvertie dans l'univers fitness. Les exercices s'adaptent aux caractéristiques et objectifs de l'utilisateur. Ils piochent pour cela parmi les 199 exercices disponibles abordant diverses disciplines (cardio, pump and tone, step, combat fitness...). Un chapitre est dédié nutritionnel avec 140 recettes recommandées. Orienté vers les nouvelles technologies, le titre est compatible avec Kinect (Xbox 360), PlayStation Move et Wii Motion Plus. Il prend également en compte lors des séances une ligne d'accessoires également disponibles pour l'entraînement (ballon de fitness, élastique de résistance, poids...).

PLAN MARKETING
Non communiqué.



Visuel non définitif

Disponible



Développeur Lighting Fish
Éditeur Black Bean Games
Distributeur Warner Bros Interactive Entertainment

Prix public conseillé

NC

Get Fit with Mel B



Educatif

Simple mais efficace, Geomaster se propose de réviser ses fondamentaux de géographie. L'utilisateur dispose en effet de 10 secondes pour placer sur une carte du monde les villes citées par le logiciel. L'application repose sur une quarantaine de niveaux de difficulté croissante et aborde diverses thématiques comme les capitales du monde, les principales villes des Etats-Unis, les départements français, les pays européens... Le jeu offre un système de sauvegarde automatique, est compatible avec Facebook Connect et permet l'accès à la musique de l'iPod pendant la partie.

PLAN MARKETING
Non communiqué.



Disponible



Développeur Visualmobile
Éditeur Visualmobile
Distributeur App Store

Prix public conseillé

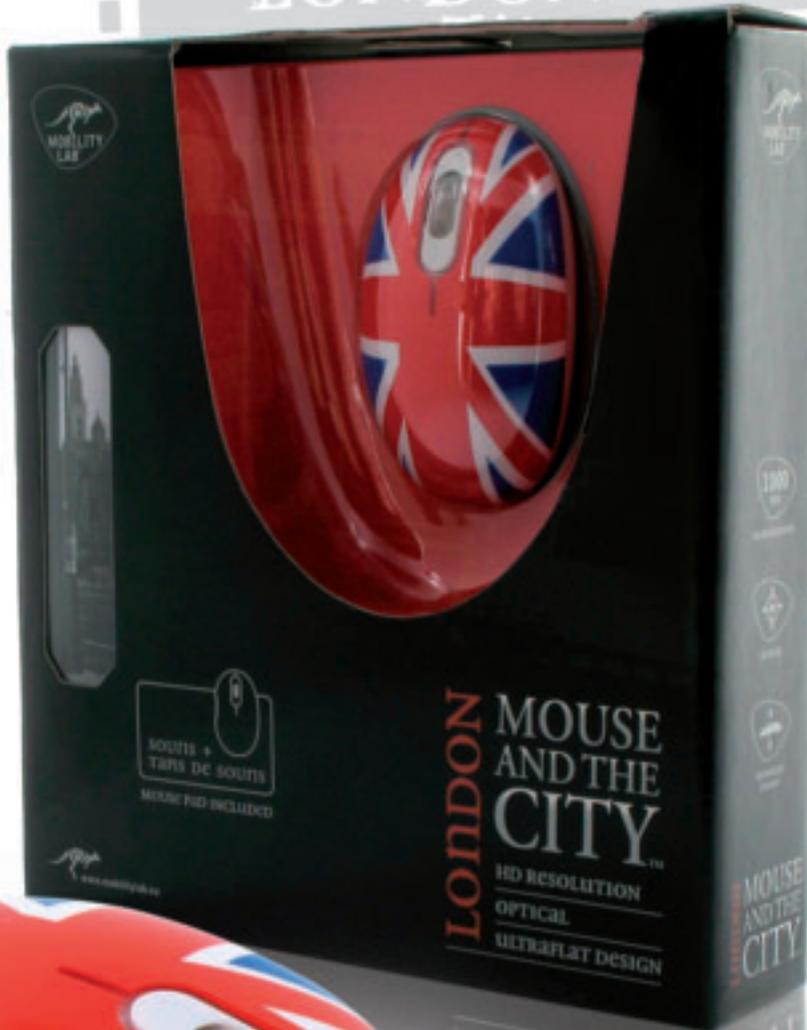
0,79€

Magix SOS Cassettes Vidéo pour Mac

Cuisine de Chefs pour tous : ZeChef Premium

Geomaster

MOUSE
AND THE
CITY™



19,99€*

Souris + Tapis

Découvrez la nouvelle collection de souris
Mouse and The City™ par Mobility Lab™



MOUSE AND THE CITY BY MOBILITY LAB

www.mobilitylab.eu www.mouseandthecity.com



Be Mobile, Simply.

*Prix de vente publique conseillé.

Création, réalisation et photos : www.graphoblique.fr

KINECTIMALS



agence-cargo.com



Le capteur Kinect te permet de **jouer sans manette**. Branché sur ta Xbox 360, **il reconnaît les mouvements de ton corps**.

Adopte un bébé tigre dans Kinectimals. Joue avec lui ou un des 10 autres animaux sauvages. Il reproduira tous tes mouvements et deviendra **ton nouvel ami**.



© 2010 Microsoft

KINECT
pour  **XBOX 360**

 **XBOX 360**

KINECT