Projet1:Mise en page 1 18/01/2011 11:31 Page 1

jDLi
Le Journal Des Loisirs Interactifs
www.jdli.com
N°188/ 21 janvier 2011

La Révolution sur Nintendo Wii™ !
4 mars 2011
THQ

PUB VOEUX2011 10/12/10 12:39 Page 1

SEVEN 7 SEPT

VOUS SOUHAITE UNE EXCELLENTE ANNÉE

PUB VOEUX2011 10/12/10 12:39 Page 2

2011

OUTRAGE
UN FILM DE TAKESHI KITANO

SEVEN 7 SEPT
116 BIS AV DES CHAMPS ELYSÉES - 75008 PARIS
Tél : 01 56 43 12 00 - Fax : 01 56 43 12 01
Mail : commercial@sevensept.com
www.sevensept.com

Intel encore en croissance

Décidemment la crise n'atteint pas Intel. Le fondeur américain a encore réalisé en 2010 une année record… la meilleure de son histoire selon son Directeur général, Paul Otellini. Le chiffre d'affaires s'est établi à 43,6 milliards de dollars, soit une hausse de la bagatelle de 24 %. Le bénéfice net a gagné 167 %, à 11,7 milliards de dollars, contre 4,4 milliards en 2009. Pour l'année en cours, Intel table sur une année 2011 encore meilleure avec une hausse de 10 % du CA. Intel bénéficie de la forte croissance dans les pays émergeants ainsi que de l'augmentation exponentielle du trafic Internet. Le CA de sa branche « serveur » a ainsi progressé de 35 %. Hausse des équipements dans le monde, apparition de nouveaux produits type tablettes, Internet plus que jamais en croissance : le fondeur peut se montrer très confiant. « *Dans les cinq années qui viennent, plus d'un milliard de personnes rejoindront la communauté en ligne, avec 15 milliards de nouveaux appareils connectés, y compris PC, smartphones, tablettes, appareils embarqués et téléviseurs connectés* ». Ainsi le « *trafic internet [atteindra] plus de 1 000 exaoctets : plus de gens, plus d'appareils, plus d'utilisation, ce qui exigera des serveurs haute performance d'Intel pour plusieurs années* », a assuré le Directeur général dans des propos rapportés par le journal Les Echos.

THQ devient THQ

L'éditeur américain vient d'adopter une nouvelle identité visuelle avec un logo aux formes bien différentes du précédent. « *Notre nouveau logo symbolise le changement, l'innovation et le développement créatif qui sont les pierres angulaires du nouveau THQ* », a souligné Brian Farrell, President et CEO du groupe à l'occasion de l'annonce. L'éditeur prévoit de faire figurer le logo dès les jeux à paraître à partir de février prochain. Rappelons que les prochains titres majeurs de THQ seront la tablette graphique uDraw pour Wii (4 mars) et le jeu d'action en vue subjective Homefront (8 mars), mais aussi Warhammer 40 000 : Dawn of War II Retribution sur PC (1er mars).

Edito

Pas de crise

Malgré la crise, malgré les incertitudes sur la situation économique, 2010 n'aura finalement pas été une « annus horribilis », loin s'en faut. Le marché du jeu est certes en léger recul, mais cette situation est une phase logique dans le cycle de vie des consoles actuelles. D'ailleurs les ventes de consoles de salon des trois constructeurs se sont révélées satisfaisantes, avec 915 000 Wii, 825 000 PS3 et 548 000 Xbox 360. Les marchés du hi-tech et de l'EGP, portés par l'innovation (smartphones, 3D, tablettes, etc.) affichent une santé que jalousent bien des secteurs de l'économie. L'année qui s'ouvre, avec une croissance attendue certes encore timorée mais néanmoins meilleure qu'en 2010, ne manque pas d'atouts pour que les trois marchés, du jeu vidéo, de l'informatique grand public et de l'EGP poursuivent leur croissance. A condition bien sûr de communiquer et de poursuivre la nécessaire modernisation des rayons.

Sébastien Anxolabéhère

Firefox leader européen

Si les Français semblent être attachés à Internet Explorer (IE) de Microsoft comme navigateur Internet, les Européens privilégient désormais Firefox de la Fondation Mozilla. Décembre 2010 a fait de Firefox le navigateur préféré des Européens. Selon le cabinet d'analyse StatCounter, 38,11 % des internautes du Vieux Continent utilisent le navigateur de la Mozilla Foundation, contre 37,52 % pour Internet Explorer. Chrome de Google progresse grandement, avec désormais 14,58 % contre 5,06 % de parts de marché l'année dernière ! En France, les choses sont un peu différentes avec le navigateur de Microsoft en tête avec 41,19 % devant Firefox mais là encore, le navigateur de Google grignote de belles parts de marché, passant de 4,16 % à 14,23 % d'une année à l'autre.

Sony incontesté en France

Si au niveau mondial la bataille fait rage entre Sony et Microsoft pour la domination sur le marché des consoles de salon HD, en France, le Japonais a désormais quelques longueurs d'avance. S'appuyant sur des chiffres de l'institut GfK, Sony Computer France annonce avoir vendu aux consommateurs de l'Hexagone 822 000 PlayStation 3 en 2010 tandis que s'écoulaient huit millions de jeux dédiés à la console, tous éditeurs confondus évidemment. Selon Sony, Microsoft aurait écoulé 548 000 Xbox 360 l'année dernière. Côté Move, le succès est au rendez-vous, avec 300 000 exemplaires vendus, soit un taux d'attachement supérieur à 10 % en quelques semaines seulement. En termes de revenus, l'écosystème PS3 (en gros, consoles + jeux + accessoires) a généré 750 millions d'euros de chiffre d'affaires dont 418 millions issus de la vente de jeux. Sur l'ensemble de l'écosystème, c'est 21 % de mieux qu'en 2009, et même 40 % pour les jeux seuls. En tout cas, c'est certainement une belle performance dans un marché 2010 dont GfK devrait prochainement nous dire qu'il a été en très léger recul. Désormais, SCE France annonce que le parc de PS3 dépassera trois millions d'unités à la fin de l'exercice fiscal, le 31 mars 2011.

JDLI_FR_30x23cm_SX58J3 18.01.2011 17:50 Seite 1

www.shuttle.eu

Shuttle® XPC Barebone SX58J3

Elégant, compact, puissant

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

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

Shuttle Reseller Services

Inscrivez-vous dès maintenant : *www.shuttle.eu/reseller*

Reseller Program
Offres et services exclusifs pour les revendeurs Shuttle

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

Les produits Shuttle sont disponibles chez nos grossistes officiels :

Tech Data www.techdata.fr
ECP www.europ-computer.com
EDOX www.edox.com

Pour prendre contact avec Shuttle :

Sales/Reseller Program
sales@shuttle.eu
+49 (0) 4121 476 834

Support
support@shuttle.eu
+49 (0) 4121 476 910

RMA
rma@shuttle.eu
+49 (0) 4121 476 920

Shuttle®

sommaire

JDLI n° 188 - 21 janvier 2011

14

Le Blu-ray prend le chemin du grand public

Le format Blu-ray s'installe progressivement comme un nouveau standard, notamment avec des lecteurs flirtant avec les 100 euros et la présence dans la nouvelle Freebox. Le point sur les tendances actuelles du marché et comment se dessine l'avenir avec en particulier l'émergence du Blu-ray 3D.

18

CES 2011 : Tablettes, 3D sans lunettes et cohue

Compte-rendu complet des temps forts et principales tendances observées lors de la dernière édition, en janvier, du salon mondial dédié à l'électronique grand public se tenant à Las Vegas aux Etats-Unis. Les produits-phares cette année auront sans conteste été le secteur de la tablette tactile dont l'offre va littéralement exploser mais aussi la TV connectée et offrant une représentation en 3D… sans lunettes, une technologie qui va arriver plus tôt que prévu.

34

Mobiles d'Or 2010 : Le contenu, un enjeu et des revenus

La Soirée des Mobiles d'Or a débuté par une table ronde réunissant les responsables France d'Orange, Samsung, Nokia, Microsoft, Gameloft et Media365. L'occasion d'aborder différentes problématiques liées au marché et notamment aux évolutions de l'écosystème OS-applications.

38

Panorama : Appareils photo reflex

S'il est attaqué par l'hybride, notamment dans sa déclinaison grand public, le reflex est en bonne partie responsable de la bonne tenue du marché de la photo. Les modèles à destination du grand public ont leur place sur le marché et peuvent lutter, d'autant que d'autres voies sont encore exploitables…

Marché

8 : News

12 : Interview : Banque Magnétique
Jorge Orellana, Responsable marketing

14 : Focus : Le Blu-ray prend le chemin du grand public
Le format haute définition en passe de devenir la nouvelle norme sur le marché

18 : Salon : CES 2011 de Las Vegas
Compte-rendu complet du salon mondial dédié à l'électronique grand public

Mobilité

32 : News

34 : Focus : Mobiles d'Or
Un compte-rendu de la table ronde qui ouvrait la Soirée des Mobiles d'Or

38 : Panorama : Appareils photo reflex
Focus sur ce segment haut de gamme du marché

Salon

42 : News

44 : Interview : Tron L'Heritage de Disney
Xavier Albert, Directeur marketing de Walt Disney Studios France et Marlène Masure, Responsable marketing de Disney Interactive Studios

46 : Reportage : Gameloft soutient la Revolution
Cyril Guilleminot, Directeur France et Luxembourg de Gameloft reçoit les équipes de Bouyaka

Guides

48 : Jeux vidéo

50 : DVD vidéo

Journal des Loisirs Interactifs

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

Directeur de la publication
Laurent Guerder

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

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

Ont collaboré à ce numéro :
Marie-Sylvie Maufus, Ariel Gomez et Thomas Pagbe

Publicité
Directeur de publicité
Miguel Mato : 01 41 58 58 23
miguel@microscoop.com
Directeur de clientèle
Pierre Bon : 01 41 58 59 21
pierre@microscoop.com
Directeur de clientèle
Florian Picard : 01 41 58 59 22
florian@microscoop.com

Maquette
Directrice Artistique
Anastasie Babic
anastasie@microscopp.com
Rédacteurs graphistes
Benoît Maurice
Christophe Monfort

Responsable diffusion :
Chrystèle Bono : 01 41 58 58 20
cbono@microscoop.com

Site Web : www.jdli.com
Le Journal des Loisirs Interactifs est édité par Microscoop, SARL au capital de 30 000 euros. Siège social : 66/72 rue Marceau - 93100 Montreuil-sous-Bois.
Principaux actionnaires : Stéphane Kauffmann et Laurent Guerder.
Imprimé par Iapca
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.

MARWARE
INNOVATIVE PRODUCTS FOR APPLE *

distribuée en France par
XTRIUM
La passion pour nos marques

CEO Hybrid l'étui qui attire tous les regards

Cet étui de protection est un véritable condensé d'ingéniosité pour de multiples usages.

Contours renforcés pour une protection optimale de l'iPad.

Son extérieur lisse à l'aspect très chic et moderne de fibre de carbone et son intérieur doux en suédine en font un produit d'exception.

Trois angles de vue différents possible.

Bientôt disponible

Un simple permettant une prise en main parfaite de l'iPad.

les accessoires pour iPad

* Innovative Products for Apple® : Produits innovants pour Apple®. Marware est une marque déposée de Marware Ltd. Pad, iPod & iPhone non inclus, marques déposées de Apple Inc.

XTRIUM c'est aussi...

BUILT Edifier innergie JAYS Magneat MARWARE SoundMAGIC

Edifier | image Esiena "IF360

Station d'accueil qui offre une multitude de fonctions...

Made for iPod iPhone

a-JAYS Four iPhone

Walk. Talk. Listen.

Casque intra-auriculaire à câble plat anti-noeuds.

Free frappe fort

Dans la bataille que se livrent les Fournisseurs d'Accès Internet (FAI), Free a marqué des points avec l'annonce en décembre de la Freebox V6, baptisée Revolution. Dessinée par Philippe Stark, elle se compose donc de deux boitiers, comme la précédente. L'une sert de serveur, l'autre de player. L'ambition de Free est de proposer une solution permettant de remplacer l'ensemble des périphériques du téléviseur. Et pour cela, il a donc équipé la nouvelle version de sa box d'un lecteur de disques Blu-ray (et donc de CD et DVD), de la possibilité de surfer sur Internet, de capacité de serveur domestique avec 250 Go de disque dur… et de jouer. Architecturée autour d'un processeur Intel Atom 4100, elle transforme le téléviseur en « smart TV » selon Intel, mais permet également de télécharger et de jouer à des jeux vidéo HD de qualité tout à fait honorable, largement au niveau de la première Xbox par exemple (voir pages 44-45). Évidemment, le jeu en ligne est possible. Elle est d'ailleurs livrée avec un véritable pad et une télécommande gyroscopique dotée d'un accéléromètre. Mais ce qui a marqué le plus les esprits est la gratuité des appels vers les mobiles en France métropolitaine. Une sacrée pierre dans le jardin non seulement des FAI concurrents, mais aussi des opérateurs télécoms. Dès le 18 janvier, SFR annonçait la gratuité vers les portables à son tour.

Kinect
Pari réussi pour Microsoft

À l'occasion du CES de Las Vegas, Steve Ballmer lui-même a dressé le premier bilan des ventes mondiales de Kinect, le récent accessoire de la Xbox 360 qui permet de jouer sans manette. Selon le CEO de Microsoft, en deux mois Microsoft a vendu huit millions d'exemplaires de son capteur. Un beau résultat sur un parc de machines qui atteint désormais 50 millions selon Microsoft. Le Xbox Live accueillerait aujourd'hui 30 millions de membres actifs. Microsoft commence à dévoiler les futures utilisations de Kinect comme interface pour l'utilisateur. *« Tous les services Canal + actuellement disponibles sur Xbox 360 seront prochainement compatibles avec Kinect »*, annonce-t-on en France. Autrement dit, l'utilisateur pourra naviguer à travers ces contenus d'un simple mouvement de la main. Enfin, la reconnaissance vocale est toujours attendue au printemps ainsi que Avatar Kinect, l'avatar de l'utilisateur qui saura reprendre ses expressions de visage.

White Birds : fin de partie

Sept ans. Fondé en 2003, le studio français vient de fermer ses portes. Créé par Michel Bams, Olivier Fontenay, Jean-Philippe Messian et Benoît Sokal, White Birds Productions a d'abord percé avec des jeux d'aventure sur PC tels Paradise, L'île Noyée ou encore Nikopol : la Foire aux Immortels. Ensuite vinrent quelques titres DS (comme Last King of Africa) avant que la société ne prenne le virage de l'iPhone, avec succès et Babel Rising en tête.

Nominations

McAfee

David Small vient d'être nommé en tant que Vice-président Channel et Commercial pour la région EMEA chez McAfee. Il en référera directement à Gert-Jan Schenk, Président EMEA de McAfee. Auparavant, David Small est passé par Juniper Networks comme Vice-président des Ventes Channel EMEA.

Atari

Jim Wilson vient d'être nommé au poste de Directeur général de la société Atari. Il succède à Jeff Lapin, qui quitte l'entreprise. Jim Wilson était auparavant Directeur général délégué d'Atari.

Nouvelle tête chez Facebook

Ce début d'année voit l'actualité de Facebook suivre la même cadence qu'en 2010. Avec sa levée de fonds de 500 millions de dollars (450 millions provenant de Goldman Sachs et 50 millions du fonds russe Digital Sky Technologies), la société de Mark Zuckerberg serait valorisée à 50 milliards de dollars. Le réseau social a également engagé Sean Ryan, jusque-là patron de la section des jeux online de New Corp, comme Directeur des partenariats jeux du réseau social. Anciennement DG de LiveJournal et Meez, il aura pour mission de gérer des partenariats entre Facebook et des studios de jeux tiers. Sean Ryan travaillera directement sous la houlette d'Ethan Beard, Directeur du Developer Network de Facebook.

Projet1:Mise en page 1 02/09/2010 10:52 Page 1

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*

Conçu pour
iPod iPhone iPad

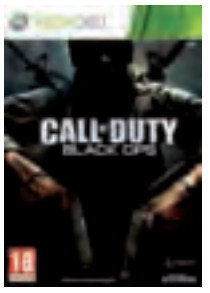
Copyright © 2010 Discovery Limited. Tous droits réservés. Toute reproduction totale ou partielle strictement interdite. UNIVERSAL et UnityRemote sont des marques de Discovery Limited. iPhone, iPod et iPod touch sont des marques de commerce d'Apple Inc., déposées aux États-Unis et dans d'autres pays. Elles ne sont pas marque de commerce d'Apple Inc." and "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 par l'auteur de l'enregistrement. Apple ne le distribuera.

gear4.com

2010 Les 10 meilleures ventes de jeux en Angleterre

Top 2010 des ventes de jeux, tous formats

1 Call of Duty: Black Ops (Activision)
2 FIFA 11 (EA)
3 Just Dance (Ubisoft)
4 Red Dead Redemption (Take-Two)
5 Wii Fit Plus (Nintendo)
6 Just Dance 2 (Ubisoft)
7 Assassin's Creed: Brotherhood (Ubisoft)
8 Wii Sports Resort (Nintendo)
9 Halo Reach (Microsoft)
10 Battlefield: Bad Company 2 (EA)



Le top 10 des ventes de jeux en Angleterre vient d'être désigné par Gfk et Chart Tracks. Le jeu d'action en vue subjective d'Activision, Call of Duty Black Ops, règne également en maître Outre-Manche, mais il faut souligner les performances d'Ubisoft qui voit trois de ses titres apparaître dans le classement (Just Dance 1 et 2, Assassin's Creed Brotherhood) ou encore de Nintendo (deux jeux tirant partie d'accessoires et sorti en 2009, Wii Fit Plus et Wii Sports Resort) sans oublier Electronic Arts qui caracole en tête avec FIFA 11 et voit Battlefield Bad Company 2 s'inscrire en dixième position. Difficile en revanche d'échapper dans ce top des ventes au syndrome de l'hégémonie de suites à succès, puisque même Red Dead Redemption de Take-Two, belle surprise de l'année passée et qui a apporté un peu de fraîcheur au genre du jeu d'action à la troisième personne, est un lointain descendant de Red Dead Revolver (2004). Rappelons que Chart-Track soulignait récemment que le marché anglais avait accusé une baisse de 6 % au cours de 2010.

Ubisoft connait la chanson

L'éditeur rencontre le succès avec ses jeux de danse, notamment sur la console de salon Nintendo. Après la jolie carrière du premier volet sorti fin 2009, Just Dance 2 a fait encore plus fort puisque l'éditeur annonce plus de cinq millions d'exemplaires vendus en sell-through dans le monde pour ce titre paru en octobre dernier. Au total, cette franchise relativement récente enregistrerait déjà plus de 10 millions de ventes dans le monde… Sorti un peu plus tard, fin novembre dernier, Michael Jackson : The Experience affiche quant à lui deux millions de pièces vendues dans le monde en formats Wii, Nintendo DS et PSP. A noter que les versions Kinect (Xbox 360) et PlayStation Move (PS3) arriveront en avril prochain en apporteront un nouveau gameplay et d'autres nouveautés. Ubisoft souligne par ailleurs que le marché japonais, particulièrement sensible à Michael Jackson, verra le jeu publié dans le courant de cette année.

Warcraft en a toujours sous le pied

La barre des cinq millions d'unités vendues ne devrait être qu'une formalité pour Cataclysm, la troisième extension de World of Warcraft publiée en décembre dernier. Blizzard Entertainment annonce avoir vendu vendu 4,7 millions d'exemplaires de l'extension, estimant ainsi établir un record concernant les ventes d'un jeu PC en un mois. Mike Morhaime, Président et cofondateur de Blizzard Entertainment, s'est même déclaré *« surpris par à un tel enthousiasme de la part de notre communauté de joueurs, et nous tenons à les remercier pour leur passion et soutien à World of Warcraft, ainsi que d'avoir aidé Cataclysm à atteindre cet incroyable record. »* World of Warcraft compte aujourd'hui plus de 12 millions d'abonnés dans le monde.

Opération croissance pour BulkyPix

BulkyPix grandit. Le développeur de jeux et d'applications pour smartphones a repris début janvier les actifs du développeur Uacari, spécialisé dans les contenus ludiques pour consoles portables, le Web et les terminaux mobiles. Pour BulkyPix, l'objectif est clair : *« Ce rachat permet à BulkyPix de renforcer ses capacités de production et notamment d'acquérir une compétence en termes de développement sur les consoles portables de Nintendo et de Sony. »* commente Olivier Pierre, Président fondateur de BulkyPix. Les jeux déjà sortis du studio d'Uacari comme Tchoupi (Emme) et distribués pas des éditeurs tiers resteront à leur catalogue, tandis que les jeux mobiles rejoindront le catalogue Bulkypix.

UACARI

BulkyPix

Projet1:Mise en page 1 18/01/2011 14:18 Page 1

TRITTON™

IMMERSION. ISOLATION. CONTRÔLE.

Le vrai son Haute Définition pour Pro Gamers

Les **JOUEURS EXIGEANTS** le savent: une bonne **QUALITÉ DE SON** est aussi **IMPORTANTE** qu'une bonne qualité graphique. Avec les **CASQUES TRITTON**, le son gaming n'aura jamais été aussi **IMMERSIF**. Offrant des supports **AUDIO DE HAUTE FIDÉLITÉ** tels que le **DOLBY® DIGITAL** et le **TRUE 5.1**, les joueurs pourront enfin profiter d'un son HD et plonger directement au cœur de l'action. C'est réellement comme avoir un **SYSTÈME HOME CINÉMA SUR LA TÊTE!**

AX 180
PRECISION STEREO

AX 720
DOLBY® DIGITAL

AX Pro
TRUE 5.1 DOLBY® DIGITAL

POUR **Xbox 360®** & **PlayStation®3**

Ajustez **INDÉPENDAMMENT** les sons du **CHAT VOCAL** et **DU JEU.**

UN SEUL CASQUE POUR TOUTES LES PLATEFORMES:
Xbox 360, PlayStation 3, PC et Mac

- CONTRÔLES EN LIGNE MULTIFONCTIONS
- CONCEPTION DÉTACHABLE

TOUS MODÈLES

- PLUSIEURS MODES AUDIO
- CONNECTEZ DEUX CASQUES SIMULTANÉMENT

AX 720 ET AX PRO UNIQUEMENT

8 HAUT-PARLEURS DE PRÉCISION À SON 3D DIRECTIONNEL (4 POUR CHAQUE ÉCOUTEUR)

AX PRO UNIQUEMENT

MadCatz®

madcatz.com

Banque Magnétique

se dote d'une plate-forme d'information

Le grossiste Banque Magnétique vient de lancer sur Internet une plate-forme d'information. L'objectif : proposer un service de communication aux marques qu'il représente. Jorge Orellana, Responsable marketing, revient sur cette initiative et sur les avantages que pourront en tirer ses partenaires, constructeurs comme distributeurs. Par Caroline Mauduit

Entretien avec
Jorge Orellana
Responsable marketing

BANQUE magnétique UNE VALEUR SÛRE

JDLi : Pourquoi cette initiative, quels étaient vos besoins ?
Jorge Orellana : Pour pouvoir proposer à nos 45 marques une solution globale de communication autour du Web, il était indispensable de se doter d'un site dynamique et construit à l'image d'une base de données.

Les sorties de produits se succèdent à vive allure et les fournisseurs ont besoin de communiquer immédiatement. Nous sommes maintenant capables de recevoir une information et de la publier instantanément. En parallèle, nous voulions conserver une trace de toutes les actions marketing que nous faisons à la demande de fournisseurs et constituer ainsi un historique. Notre désir est qu'à terme, toutes les marques qui travaillent avec Banque Magnétique adhèrent à ce nouveau projet. Nous allons envoyer dès janvier 2011 une série de newsletters à notre base de clients pour leur présenter la nouvelle plate-forme d'information.

Que proposez-vous avec ce service ?
Très simplement, nous proposons à nos fournisseurs de souscrire à cette solution globale de communication et d'utiliser les moyens qu'Internet permet à l'heure actuelle pour mieux communiquer. Nous avons conçu ce site comme une véritable plate-forme d'information à plusieurs étages. Premièrement, nous pouvons publier des infos dans la rubrique « Info sur le fil… ». C'est très rapide et facile à mettre en place. Bientôt, chaque fournisseur, dans le cadre de son abonnement annuel, pourra « poster » en ligne lui-même ses informations. Mais le site propose trois autres niveaux d'information. Le premier comprend les Zoom produits avec ses points forts, une photo et le lien vers le site de la marque ainsi que la fiche produit. Le deuxième comprend en plus six Business Letter par an et enfin le troisième propose une vidéo pour mettre en avant un produit ou une gamme. Le coût de ce service va de 1 650 euros HT à 3 990 euros HT, pour un an, selon les options. C'est un challenge de vouloir créer et maintenir à jour un site d'information dans notre domaine. Mais un grossiste comme Banque Magnétique doit proposer des outils de communication à ses partenaires. C'est aussi un bon moyen de regrouper les informations produits pour les clients ainsi que pour nos commerciaux. Cette plate-forme nous donne enfin la possibilité de diffuser nos deux catalogues thématiques et le catalogue général dans ses différents déclinaisons : de la version interactive jusqu'à la version consultable à partir d'un smartphone.

Qu'est-ce qu'il apporte aux marques ?
Grâce à cette nouvelle plate-forme, nous proposons à nos fournisseurs d'utiliser plusieurs canaux - du plus classique au plus moderne - pour tenir informés nos clients. Cela signifie par exemple que leurs infos figurant déjà sur les supports papier auront une suite « multimédia » et on-line. Autre intérêt : tous ces moyens permettent aux fournisseurs de planifier et rythmer leur communication vers les clients de Banque Magnétique. Ils savent qu'ils auront une Business Letter tous les deux mois, une vidéo sur la boutique YouTube de Banque Magnétique, et surtout, ils savent que les infos sur le fil et les Zoom produits, toujours dans le cadre d'un abonnement annuel, sont illimités.

Et aux distributeurs ?
Si les distributeurs comprennent qu'ils peuvent retrouver dans notre plate-forme les informations qu'ils sont obligés actuellement de glaner à gauche et à droite… et qu'ils viennent chez nous les télécharger, alors nous aurons gagné notre défi !

Banque Magnétique en quelques mots

Banque Magnétique est un grossiste spécialisé en périphériques informatiques, produits réseaux de volume et multimédia. La société a été créée en janvier 1987 à Paris et emploie aujourd'hui 152 personnes. Son catalogue compte 43 marques et quelques 500 produits classés en neuf univers (accessoires, audio, GPS, multimédia, réseau, sécurité, stockage, téléphonie et TV-Photo Vidéo). Banque Magnétique fait partie du groupe irlandais DCC depuis novembre 2007.

ML_AP_ann_230x300_MaC_london_r_v - copie.pdf 13/09/10 19:09:29

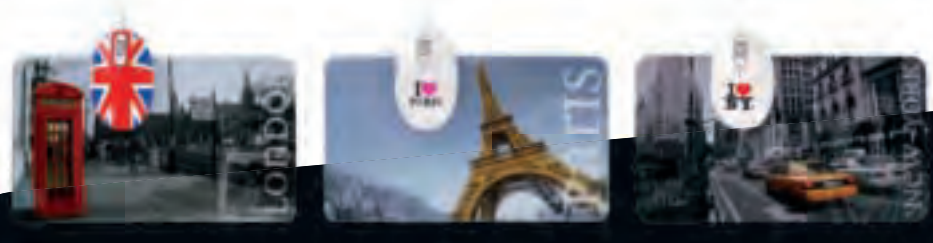
MOUSE AND THE CITY™

19,99 €*

Souris + Tapis

*Prix de vente publique conseillé.

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

MOBILITY LAB™

Be Mobile, Simply.

Création, réalisation et photos : www.graphoblique.fr

Le Blu-ray prend le ch

Le lecteur de disques Blu-ray est en train devenir la norme des lecteurs. Ce n'est pas encore pour cette nouvelle année, mais la tendance est claire. Avec un prix moyen flirtant avec les 100 euros, il remplace à grands pas le lecteur de DVD à côté du téléviseur. Par Sébastien Anxolabéhère

À cela, plusieurs raisons. Tout d'abord, l'offre de disques Blu-ray prend de l'importance et toutes les nouveautés vidéo ou presque sortent maintenant dans les deux formats, à des prix de plus en plus proches. L'obstacle que constituait le prix d'un film en Blu-ray est donc en train de disparaitre. Ensuite, tant pour les fabricants que pour les distributeurs, un lecteur Blu-ray génère davantage de revenus. En 2010 sur la période janvier-octobre, si les ventes de lecteurs Blu-ray n'ont représenté que 22 % des volumes, elles atteignaient déjà 53 % de la valeur des ventes cumulées de lecteur de DVD et de Blu-ray. Enfin, le parc de téléviseurs HD continue sa croissance : acheter un lecteur permettant une utilisation optimale de son nouvel équipement fait sens. On peut ajouter à ces arguments le rapide développement prévu de la télévision 3D. Dès 2015, il se vendra davantage de TV 3D que 2D. Hors, sans lecteur Blu-ray 3D, pas de lecture de Blu-ray 3D possible. Dès lors, à moins de souhaiter se contenter des chaînes de télé 3D (et de la VOD), le consommateur perd un usage central de son téléviseur. Les constructeurs généralisent d'ailleurs la lecture 3D Ready dans leurs lecteurs puisque GfK prévoit que les ventes de lecteurs 3D seront majoritaires dès cette année.

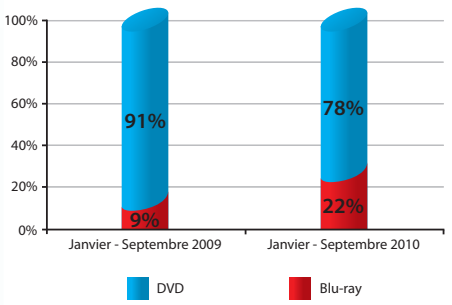
Le moteur de la vidéo

Parallèlement à l'accroissement du parc installé, les ventes de disques blu-ray continuent donc leur progression. Elles représentent fréquemment plus de 30 % des ventes en volumes sur les nouveautés en 2010. Évidemment, si personne n'envisage que les consommateurs refassent leur vidéothèque en Blu-ray comme ils avaient pu le faire en DVD lors du passage d'un format à l'autre, il est clair que le marché des nouveautés migre vers le Blu-ray. Les éditeurs n'hésitent d'ailleurs pas à commercialiser des packs comprenant le DVD et le Blu-ray à l'attention de ceux qui ne sont pas encore équipés, mais pensent le devenir à court ou moyen terme. Sur un marché de la vidéo en très forte dépression ces dernières années, le Blu-ray constitue plus qu'un coin de ciel bleu, il est une éclaircie durable qui permet au marché de renouer avec la croissance en valeur. Enfin, bonne nouvelle pour la distribution physique de vidéo, le marché des disques blu-ray demeure supérieur à celui de la VOD.
Enfin, la récente annonce du Fournisseur d'Accès Internet Free sur sa nouvelle Box, la Révolution, qui intégrera un lecteur Blu-ray, est évidemment une bonne nouvelle pour le marché du disque Blu-ray. La Revolution va apporter un coup de pouce non négligeable et inattendu à l'augmentation du parc et participer à la vulgarisation du format, surtout si d'autres FAI suivent le mouvement. Elle peut, en revanche, gêner les fabricants.

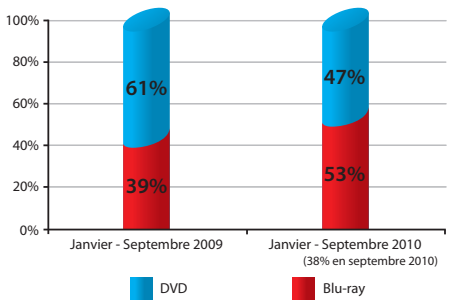
Evolution du marché Blu-ray 2010 : 600 000 pièces
soit plus de 165 % en 1 an

GfK

Poids du lecteur BD en volume en France

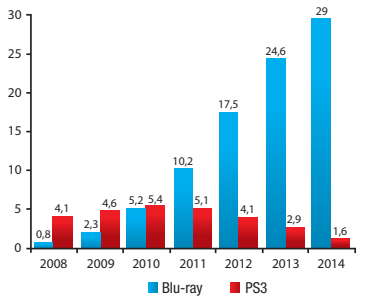


Poids du lecteur BD en valeur en France

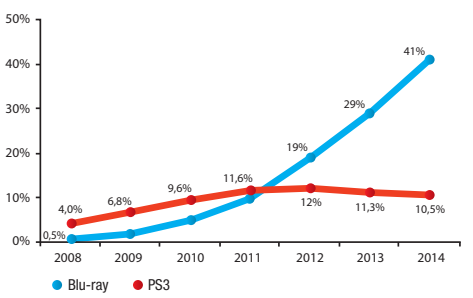


Le Blu-ray continue sa croissance en Europe

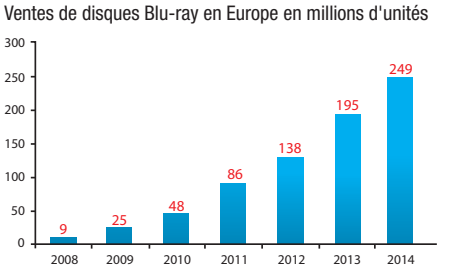
Ventes de lecteurs Blu-ray en Europe en millions d'unités



Lecteurs Blu-ray : taux de pénétration en Europe



Ventes de disques Blu-ray en Europe en millions d'unités



Source : future source

chemin du grand public

free

La Free Revolution vient perturber le marché

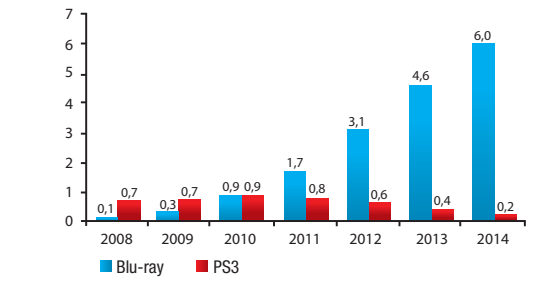
Le 16 décembre 2010, le fournisseur d'accès Internet Free a pris tout le monde de court en annonçant le lancement de sa nouvelle box, la Révolution. Parmi ses fonctionnalités inédites, on trouve… la présence d'un lecteur de disques Blu-ray. Une très bonne nouvelle pour les éditeurs de vidéo qui voient là une nouvelle opportunité d'augmentation de la taille du parc de lecteurs, mais aussi un nouveau concurrent pour les fabricants de lecteurs. Avec plus de 20 millions d'abonnements Internet en France, si tous les FAI venaient à mettre leurs pas dans ceux de Free, les constructeurs seraient face à un vrai problème.

Pour Dominique Masseran, Directeur Général Fox Pathé Europa, *« C'est une très bonne chose et nous saluons cette initiative. Inévitablement cela va faciliter la transition au format Blu Ray qui est le format de la haute définition. En particulier pour des consommateurs qui n'envisageaient pas de remplacer leur lecteur DVD à court terme. Il faut maintenant espérer que d'autres fournisseurs de « box » fassent la même chose ».* Eric Legay, Directeur marketing France Benelux d'Universal Pictures Video, ne dit pas autre chose : *« C'est une bonne nouvelle et cela va booster rapidement le nombre de players en France. Cela va, bien évidemment, pousser les autres FAI à s'équiper de lecteurs Blu-ray. »*

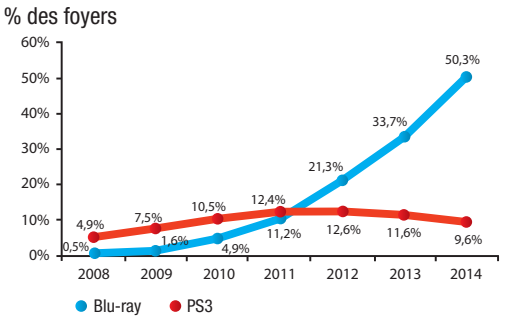
Prévisions Blu-ray pour la France

GfK

Ventes de lecteurs Blu-ray



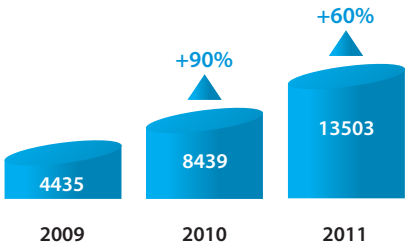
Taux de pénétration dans les foyers



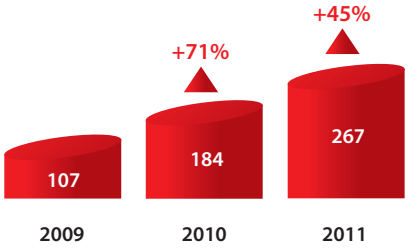
Evolution du marché software
perspectives 2010/2011

GfK

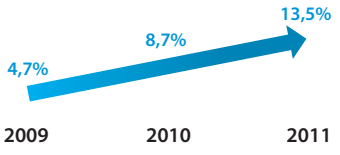
Ventes de Blu-ray Disc - en volume (en milliers)



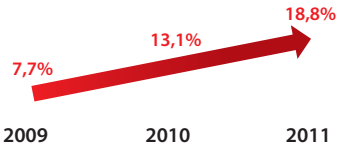
Ventes de Blu-ray Disc - en valeur (M euros)



% BRD sur total vidéo - en volume



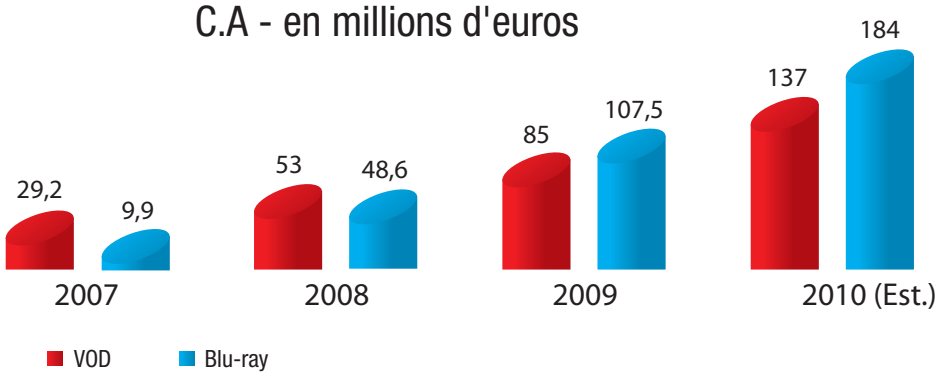
% BRD sur total vidéo - en valeur



Le Blu-ray, moteur de croissance de la vidéo, continue de superformer la VOD en 2010

GfK

C.A - en millions d'euros

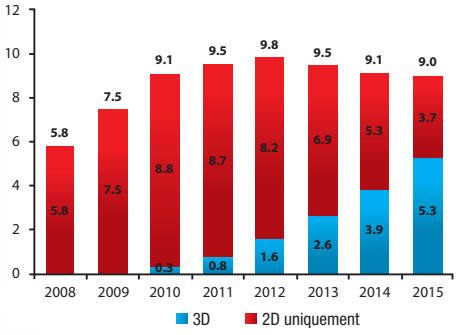


Le Blu-ray

2010 : L'arrivée des TV 3D

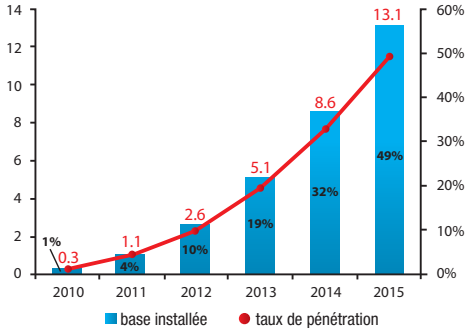
GfK

Ventes annuelles de téléviseurs en millions (France)



3D TV

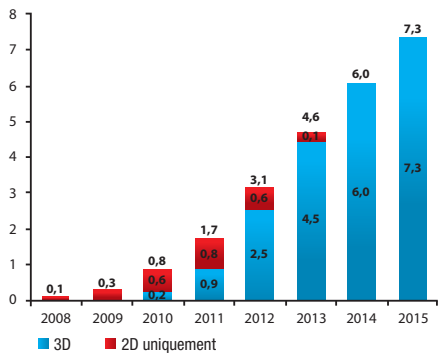
en millions



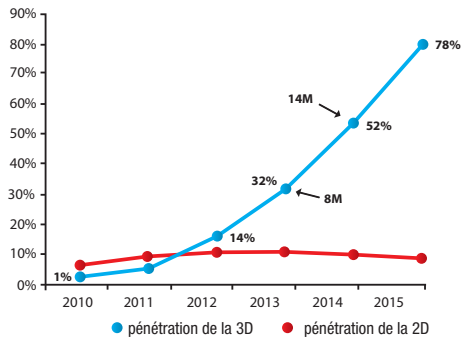
Lecteurs Blu-ray : la 3D majoritaire dès 2011

GfK

Ventes annuelles de lecteurs Blu-ray en France



Taux de pénétration
de lecteurs Blu-ray compatibles 3D



La PS3, premier lecteur Blu-ray

Lancée en France en mars 2007, la PlayStation 3, si elle est d'abord une console de jeux, embarque un lecteur de disques Blu-ray de qualité très satisfaisante. Elle se trouve donc être de loin le lecteur de Blu-ray le plus répandu en France, avec 2,9 millions de pièces dans les foyers. Si l'acmé des ventes a été atteinte en 2010, avec près de 900 000 pièces écoulées, 2011 s'annonce également sous de très bons auspices, assure Sony Computer France. Le parc mondial atteindrait début 2011 près de 50 millions de pièces.
Vendue 299 euros prix public conseillé, la PlayStation 3 peut se targuer de nombreux attraits pour qui cherche un lecteur Blu-ray qui saura faire beaucoup, beaucoup d'autres choses.

LG prône la qualité

Julien Geffrotin, Media & Car Audio Manager, répond à l'arrivée d'un lecteur Blu-ray dans la Freebox V6

« En intégrant un lecteur Blu-ray mais également la fonction NAS ou bien encore un disque dur, les nouvelles générations d'IPTV Box se rapprochent de plus en plus des marchés traditionnels Vidéo et IT. En ce sens, cela s'apparente à une forme de concurrence indirecte avec les marchés historiques adressés notamment par LG. Sous un autre angle, l'arrivée du Blu-ray sur les Box internet va permettre d'ancrer définitivement la démocratisation du format Blu-ray en France qui bénéficie d'ailleurs d'une année 2010 extrêmement dynamique. Néanmoins, de nombreux facteurs permettent aujourd'hui de parfaitement dissocier ces deux marchés. En premier lieu, notre savoir-faire technologique assure aux consommateurs des produits qui bénéficient d'un traitement d'image et d'une gestion sonore de haute performance. De plus, le renouvellement des gammes de produits (deux fois par an) nous permet d'intégrer plus rapidement les dernières innovations alors que le rythme générationnel des Box internet est trois à quatre fois plus lent. De plus, les FAI ont aujourd'hui un taux de couverture limité qui n'excède pas 30 % des foyers en France. Et pour ceux qui ont opté pour un abonnement « triple play », il est également nécessaire de mettre la main à la poche pour bénéficier des nouvelles générations de Box et notamment du lecteur Blu-ray (aux alentours de cinq euros supplémentaires par mois en sus du coût fixe variable). Enfin, avec l'arrivée de la Smart TV mais également de l'HBBTV sur le second semestre, LG sera en mesure de proposer dès 2011 des platines Blu-ray associant une qualité d'image 3D haute définition à une interactivité et des applications uniques jamais vues sur un téléviseur. Tout cela nous permet de rester particulièrement confiants sur la position de leader que LG devra tenir dans les années à venir sur les marchés hi-tech. »

EXE AP PEACE 230x300:Mise en page 1 14/01/11 11:11 Page 1

T'nB

Peace

design performant engagé

XtremBass

MULTIMEDIA | AUDIO-VIDEO | PHOTO-VIDEO | RANGEMENT | CONNECTIQUE

T'nB INTELLiGENT accessories

www.t-nb.com

▼ www.agence-talisman.com

JDLI188-P18-31-News-BAT:JDLI 18/01/2011 11:47 Page 18

CES 2011

Tablettes, 3D sans lunettes et cohue

Le CES, qui s'est tenu comme tous les ans à Las Vegas début janvier, a mis en évidence deux phénomènes, le second découlant du premier.

Premier constat : il y avait la foule des grands jours, rien à voir avec les années précédentes. Il était quasi impossible de se déplacer sur les grands stands le premier jour et même les halls secondaires, dont les allées étaient quasi vides les éditions précédentes, ont connu une affluence record. Si c'est d'un inconfort certain pour le reporter au temps compté, espérons que ce soit de bon augure pour notre industrie en 2011 ! On se plait à le croire et in fine cela permet de se plonger dans un bain d'optimise absolument nécessaire. Car on ne le répétera jamais assez, la crise du hi-tech est plus liée à l'industrie elle-même qu'au pouvoir d'achat d'un consommateur dont l'amour pour ce secteur ne se dément pas.

Conséquence de cette affluence, tous les visiteurs professionnels ont vécu un véritable cauchemar dans une Amérique de plus en plus psycho-rigide et caricaturale d'elle-même qui peine à s'adapter au moindre changement, au moindre grain de sable qui enraye la mécanique. Situation d'autant plus usante que Las Vegas semble devenu en quelques années de moins en moins la ville de la folie douce et du glam, et de plus en plus celle du tourisme tendance bétail que l'on traite comme tel. C'était notre digression touristique mais ceux qui y étaient et qui nous lisent apprécieront. Place maintenant à la nouveauté produit et aux tendances 2011 !

JDLI188-P18-31-News-BAT:JDLI 18/01/2011 11:48 Page 19

L'invasion des tablettes

Une tablette, deux tablettes, 10 tablettes, 100 tablettes… L'invasion des tablettes a commencé. Dans cette catégorie réellement initiée par l'iPad, les autres constructeurs avaient été jusqu'alors timides, en dehors de quelques précurseurs comme Archos, Samsung ou Toshiba. L'offre en magasin était limitée fin 2010 et les ventes d'iPad étaient largement en-dessous des attentes en France. Sans parler du fiasco des offres subventionnées, avec il est vrai des abonnements à 30 euros qui freinent même le plus motivé des technophiles. Mais même si elles sont en demi-teinte, ces ventes ont donné des ailes à tous les autres fabricants. Tous sont désormais convaincus du potentiel de ce marché. À tel point qu'ils sont très nombreux à avoir annoncé une ou plusieurs tablettes lors de ce CES. C'est un peu caractéristique de l'industrie du hi-tech. Après une période attentiste, place à l'avalanche de produits. À tel point que l'on peut se demander si cet enthousiasme n'est pas un peu démesuré et si toutes ces tablettes plus ou moins identiques trouveront leur place en rayon. À la croisée des chemins de plusieurs familles de produits, les tablettes sont désormais présentes tant chez les généralistes comme Panasonic, Samsung ou LG, que chez les spécialistes des télécoms comme Motorola ou Blackberry, les acteurs de la TV comme Sharp et Hanspree, des fabricants IT comme Asus, MSI, Acer ou Dell et même le spécialiste de l'audio Creative. Les grands vainqueurs pour l'équipement sont Nvidia et son Tegra 2 surpuissant que l'on retrouve dans de nombreux modèles, tout comme Android en version 3.0 spécifiquement adaptée aux tablettes. Certains essaient donc de suivre des voies originales avec des hybrides notebook/tablette, des claviers coulissants ou encore un système d'exploitation propriétaire. Il se dessine également que les tailles d'écran iront du cinq au 12 pouces avec une majorité de 10,1 et de sept pouces.

Samsung : l'hybride tablette/PC

Après avoir lancé une première tablette sept pouces, Samsung passe à la taille supérieure avec une 10,1 pouces qui ne se contente pas de copier l'iPad. En effet, le Sliding PC Série 7 est un peu un croisement entre une tablette et un netbook. Lorsque le besoin se fait sentir, un clavier coulissant avec de vraies touches apparait ce qui permet de saisir du texte plus efficacement. Du coup, Samsung a opté pour Windows 7, sans doute un bon choix en mode clavier, moins en mode tablette. À l'intérieur aussi, on est plus proche du PC que de la tablette avec un processeur Intel Atom et un disque dur SSD. Pour une fois, le design peut prêter à discussion avec un clavier bleu qui ne plaira sans doute pas à tout le monde.

Creative, les tablettes audiophiles

La folie de la tablette a également touché le spécialiste du son qui en fait naturellement l'orientation principale de sa gamme baptisée Ziio. Un premier modèle utilise un écran sept pouces et fonctionne sous Android 2.2. Cette tablette est animée par un processeur maison Z-Labs cadencé à 1 GHz. À voir s'il soutient la comparaison avec les ténors du genre, notamment le Tegra 2 de Nvidia. Elle disposera du WiFi et du Bluetooth amélioré aptx pour le son. Elle intègre d'ailleurs aussi la technologie X-Fi de Creative qui donne du volume aux musiques compressées. La tablette est dotée de deux haut-parleurs pour un rendu stéréo. Il y aura une version 8 Go et une autre en 16 Go. La Ziio est également dotée d'une serie HDMI capable de sortir des vidéos en 1080p ainsi que d'un lecteur micro-SD. Les prix sont très compétitifs avec 249 euros pour la version 8 Go. Nous avons pu l'essayer rapidement et l'écran semblait un peu pâle, alors que la réactivité tactile était satisfaisante. Sinon, la finition est honorable, surtout au regard du prix. Elle sera suivie d'une version 10 pouces qui devrait coûter 300 euros seulement. Creative montrait aussi des enceintes 2.1 originales qui sont justement pensées comme le complément idéal des tablettes avec lesquelles elles peuvent communiquer sans fils en Bluetooth aptx. Les Zii Sound T6 se distinguent aussi par des satellites très originaux qui sont en fait constitués de deux enceintes cubiques superposées, dont les supérieures sont orientables pour un son plus enveloppant. La technologie repose sur les T3 qui nous avaient vraiment convaincus. Le prix s'élève à 400 euros.

Lenovo

PC tablette Transformer

Lenovo avait présenté au CES de l'an dernier un concept très intéressant qui n'a pas vu le jour. Il s'agissait d'une tablette sous Android qui servait au besoin d'écran à un notebook. Cette année, Lenovo montrait un produit similaire qui doit être commercialisé sous peu en Asie et sans doute un peu plus tard chez nous. Cet hybride baptisé U1 est donc déjà constitué d'une tablette 10,1 pouces animée par un processeur Qualcomm double cœur cadencé à 1,3 GHz. Elle fonctionne sous Android et dispose de 32 Go de mémoire flash. Elle se clipse dans le support en plastique du notebook et fait alors office d'écran. Tel un robot Transformer, l'ordinateur portable qui résulte de cette métamorphose fonctionne sous Windows 7 et dispose d'un processeur Intel Core i5 ainsi que d'un disque dur de 320 Go. Le prix sera à la hauteur des performances avec 1 300 dollars pour l'ensemble et 499 dollars la tablette seule. Une rapide prise en main nous a montré que l'ordinateur ne faisait vraiment pas de compromis et en configuration tablette, la réactivité semblait excellente.

L'Hannspad

Il n'y a pas de raison, comme tout le monde fait de la tablette, Hannspree s'y met aussi. C'est ainsi que le constructeur a présenté pas moins de trois tablettes lors du CES. Elles sont toutes en 10 pouces de diagonale et seront compatibles WiFi. La différence réside principalement dans le choix de l'OS et dans la qualité de l'écran. Ainsi, en entrée de gamme, on trouve la SN10T2 intégrant un processeur TI sous Android 2.2. À l'essai, la navigation s'est révélée particulièrement lourde et l'écran de 1024 x 600 fait triste mine. Signalons d'ailleurs qu'elle ne supporte pas le flash ! La SN10T1 intégre un processeur Nvidia Tegra 2 et nous a déjà beaucoup plus convaincus. C'est bien plus fluide, même si l'écran est toujours aussi pâle. Enfin, nous avons pu essayer la version HD, dotée d'un écran 1366 x 768, actuellement en cours de finalisation mais dont le rendu semble déjà très satisfaisant. De plus, cette version est équipée d'un capteur 2 Mpixels en façade pour la visioconférence, et d'un 5 Mpixels à l'arrière pour la photo et la vidéo. Aucun prix n'a pour l'instant été communiqué mais on annonce une commercialisation d'ici la fin du trimestre pour les SN10T2 et SN10T2.

Acer entre tablettes et notebooks innovants

L'Iconia Tab affiche un bel écran de 10,1 pouces et une finition également de qualité avec une façade vitrée d'un seul tenant et un dos en aluminium brossé. La tablette est animée par un processeur Nvidia Tegra 2 que l'on retrouve dans de nombreuses tablettes désormais. Il est très performant et doué pour la vidéo comme pour les jeux 3D. L'Iconia Tab fonctionnera sous Android en version 3.0.

Elle dispose d'une sortie HDMI qui permet de transmettre un signal vidéo en 1080p vers n'importe quel téléviseur HD. L'écran affiche de belles couleurs et la réactivité tactile nous a également convaincus lors d'une courte prise en main. À signaler aussi la présence de deux webcams, une en face avant, l'autre à l'arrière. Cette dernière disposant d'un capteur cinq mégapixels. À la sortie prévue en avril, l'Iconia Tab ne sera disponible qu'en WiFi, une version 3G devrait suivre. Acer va décliner cette tablette dans une version sept pouces. Il devrait y avoir deux modèles avec des finitions différentes. Acer montrait aussi un notebook 14 pouces doté de deux écrans. Celui qui est à la place du clavier peut étendre l'affichage ou bien entendu servir de clavier virtuel. Nous avons essayé de taper quelques lignes et la réactivité était suffisante pour ne pas faire d'erreurs de frappe.

Blackberry fait bande à part

Blackberry sort du lot en présentant une tablette sept pouces qui fonctionne sous Tablet OS, un système d'exploitation propriétaire développé par QNX acquis récemment par RIM, propriétaire de Blackberry. D'une diagonale de sept pouces, elle pèse 400 grammes et se voit animée par un processeur de 1 GHz double-cœur. Elle dispose d'une sortie HDMI qui sort de la vidéo jusqu'au 1080p, elle est WiFi et 4G aux Etats-Unis. Elle intègre aussi deux capteurs, un en façade de 3 Mpixels et un autre au dos de 5 Mpixels. L'OS semble très réactif et il est compatible Open GL et flash. Le navigateur Internet est Torch. On peut tout de même se demander comment une telle tablette sous OS propriétaire et donc sans marché applicatif conséquent pourra exister face à l'avalanche sous Android.

Tablettes connectées chez Panasonic

Chez Panasonic, on trouvait pas moins de trois tablettes en quatre, sept et dix pouces, sans surprise nommées Viera Tablet. Loin de jouer la mobilité à tout prix, le constructeur conçoit l'usage de sa tablette comme une extension de sa nouvelle gamme de téléviseurs. Ainsi, elles font l'impasse sur la 3G au profit du WiFi. La tablette servira de centre de contrôle du téléviseur. On pourra y lire des vidéos que l'on renverra sur le téléviseur. L'opération inverse sera en revanche impossible : il ne sera pas possible de streamer les émissions TV sur la tablette, *« pour des questions de droit »* nous dit-on alors que d'autres proposent déjà ce type de service comme Free sur l'iPad par exemple. Pour le reste, elle est bien évidemment basée sur Android 3.0, elle donnera accès aux services de VOD/ catch-up TV déjà mis en place par le constructeur et on pourra naviguer sur Internet. La finition est réussie avec une épaisseur très faible et des bords chromés de toute beauté. La commercialisation devrait avoir lieu au cours du troisième trimestre.

JDLI188-P18-31-News-BAT:JDLI 18/01/2011 11:48 Page 21

Sharp
Tablettes cinéma

Sharp présentait sur son stand son point de vue sur la tablette, ou plutôt ses points de vues, pour être exact. En effet, le constructeur lancera d'ici la fin d'année en Europe deux tablettes, une cinq pouces et une huit pouces, dont la particularité est d'adopter un format 16 :9 idéal pour la vidéo. Peu d'informations ont filtré sur la partie technique, mais on sait que Sharp se basera sur son propre magasin en ligne d'applications, en mettant l'accent sur le commerce de livres électroniques, une décision surprenante à l'heure actuelle dans la mesure où les tablettes rétro-éclairées sont loin d'être idéales pour la lecture d'un livre. À terme, la tablette devrait également faire office de télécommande pour les téléviseurs de la marque et le partage de contenu multimédia entre la tablette et le téléviseur est à l'ordre du jour.

Asus investit la tablette

Asus présentait toute une série de tablettes qui se distinguent déjà de la concurrence par un design et une finition remarquables, ce dont le constructeur taïwanais est coutumier. La plus grande affiche une diagonale de 12 pouces et se nomme Eee Slate EP121. C'est un peu la Rolls-Royce des tablettes. Elle est animée par un processeur Intel Core i5. La mémoire est généreuse avec 4 Go et un disque SSD de 64 Go. Pour faire fonctionner cette débauche de performances, Asus a eu recours à Windows 7 dont on connait aussi les limites en tactile. Néanmoins, on pourra ajouter un clavier optionnel. La finition est magnifique et pour autant que nous ayons pu en juger dans la suite bondée d'Asus, l'écran affiche aussi une très belle image. Ensuite vient la tablette Eee Pad Transformer avec un écran d'une diagonale de 10,1 pouces. Comme son nom l'indique, ce n'est pas qu'une simple tablette. Elle se connecte à un clavier pour se transformer en netbook. Pour autant, c'est Android 3.0 qui a été retenu et le processeur est un Nvidia Tegra 2 que l'on retrouve décidemment dans de nombreuses tablettes. La finition est là encore de toute beauté et l'écran nous a semblé très réactif.
L'Eee Pad Slider est une autre tablette 10 pouces (toujours sous Android) et équipée du Tegra 2 mais qui intègre directement le clavier. Il se déploie en coulissant si bien qu'il ne gêne pas en utilisation nomade. Si la frappe n'est pas aussi naturelle que sur un clavier d'ordinateur, le compromis nous a paru satisfaisant. Les deux tablettes 10 pouces disposent par ailleurs d'un capteur 1,2 Mpixels en façade et d'un second de 5 Mpixels à l'arrière. Une sortie HDMI permet de les connecter à un téléviseur pour une restitution vidéo jusqu'au 1080p. Enfin, l'Eee Pad Memo est une tablette sept pouces sous Android cette fois animée par un processeur Qualcomm double-cœur 1,26 GHz. Comme les autres, sa finition est très séduisante. Asus arrive donc avec une gamme très complète, originale, performante et surtout au design réussi.

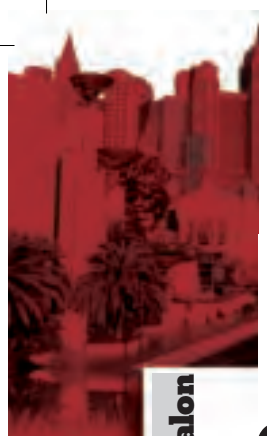
Motorola
zoom sur la Xoom

Motorola sortira une tablette 10,1 pouces nommée Xoom. Sans grande surprise, la tablette s'articule autour d'un processeur Tegra 2 et tourne sous Android 3.0. Elle sera dotée de deux caméras, une sur la face arrière de 5 MPixels pour la photo et la vidéo, et une plus simple de 2 MPixels en frontal pour la visioconférence. Le reste est somme toute classique : port USB, HDMI capable de sortir du 1080p et lecteur de cartes SD. La finition n'a pas grand-chose à voir avec celle de l'iPad malheureusement… Ainsi, l'ensemble est en plastique soft-touch. C'est agréable au touché mais on n'a pas franchement une impression de durabilité. Par contre, l'interface tactile fonctionne particulièrement bien. Reste une inconnue : le prix. Le constructeur discute en effet de l'opportunité d'une offre 3G couplée avec un opérateur ou non. Les États-Unis pourront en profiter courant du premier trimestre.

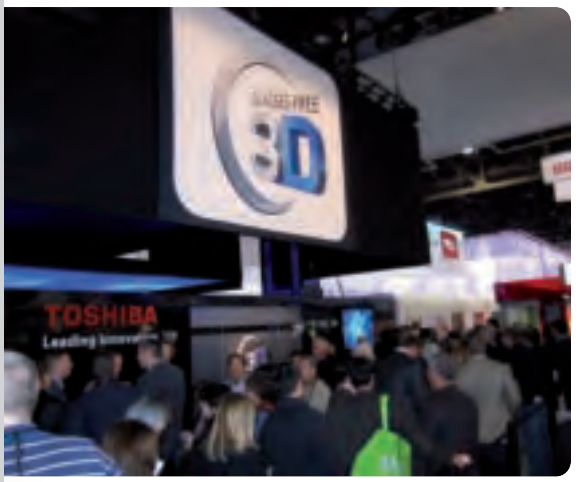
MSI, des tablettes dans le vent

MSI présentait les prototypes de deux tablettes pour une gamme qui devrait compter sept modèles à termes. La WindPad 100W est une tablette 10 pouces qui fonctionne sous Windows 7 et intègre un processeur Intel Menlow Z530 (dont on ne connait pas encore les performances en comparaison par exemple à un Tegra 2). Elle est aussi équipée d'un disque SSD de 32 Go, un équipement très haut de gamme avec des prix qui devraient démarrer à 500 euros. La tablette Windpad 100A est comme son nom l'indique animée par Android et un processeur Tegra 2 de Nvidia. Elle dispose de 1 Go de mémoire et peut recevoir un disque SSD jusqu'à 64 Go. La prise en main s'avère agréable avec une finition convaincante et un bel écran. Plus tard, MSI devrait lancer des déclinaisons sept pouces.

JDLI188-P18-31-News-BAT:JDLI 18/01/2011 11:48 Page 22



TV sans lunettes, sans Google et sans bord



La TV 3D n'a pas connu le succès escompté jusqu'à maintenant. Les raisons sont sans doute à chercher dans une offre de contenu quasi inexistante et dans une méfiance à l'égard des lunettes qu'il faut porter, sans compter sans doute une certaine lassitude à devoir se rééquiper encore et encore, surtout en ces temps de crise. Pour autant, les constructeurs investissent la 3D plus que jamais, conscients aussi qu'à terme ce sera une évidence si on en croit l'évolution de l'industrie du cinéma. Nous avons une petite suggestion pour améliorer les choses : convaincre même moyennant finance les éditeurs de vidéo d'être un peu moins timides et arrêter les accords exclusifs profitables à une marque à court terme mais totalement contre-productifs pour l'évolution du marché. Se pose aussi le problème des lunettes, mais qui est en passe de se régler. Déjà pour les versions actives, de grands efforts sont faits pour les rendre plus légères et plus confortables. Il y a aussi la voie passive que suit LG. Et surtout, la 3D sans lunettes sur grand écran était présentée chez Sony et Toshiba. Ce dernier a pris tout le monde de court en annonçant une commercialisation au plus tard dans 15 mois ! Autre sujet brûlant : la TV connectée. Là aussi, on travaille d'arrache-pied à des interfaces plus appropriés et surtout à des moyens de pilotage plus adaptés que la télécommande traditionnelle. Mais là encore, c'est le contenu qui pose problème. D'un côté les Apps vraiment adaptées tardent à arriver et de l'autre, les broadcaster freinent des quatre fers. Pour autant, des services de VOD enfin regardables et fournis arrivent chez tout le monde en ce début d'année. Pour le reste, on peut noter que le plasma effectue un retour en grâce et que la tendance du design est à l'élimination de tout bord, ce à quoi Samsung est presque parvenu !

Toshiba Le Cevo arrive

L'attente fut longue, mais la fin semble proche ! Courant premier semestre 2011, les téléviseurs Cevo, basés sur une évolution du processeur Cell de la PS3, devraient arriver en rayon. Il s'agira dans un premier temps de maîtriser l'impressionnant rétro-éclairage Mega LED doté de 512 zones, ainsi que de proposer une conversion 2D-3D à la volée enfin digne de ce nom. C'est naturellement le haut de gamme qui en profitera, avec notamment un téléviseur 55 pouces, le 55ZL1, doté entre autre d'une dalle Full-HD 400 Hz. Il sera également compatible HbbTV, la nouvelle norme de TV interactive. L'esthétique est signée Jacob Jensen, et le moins que l'on puisse dire, c'est que c'est vraiment réussi. Le prix de vente exact n'est pas encore fixé ; mais on parle d'environ 5 000 euros.

Sony : tout LED, tout connecté, tout 3D

Sony a profité du CES pour annoncer quelques changements importants dans la gamme actuelle de téléviseurs Bravia. Tout d'abord, sachez que désormais 80 % des téléviseurs de la marque seront LED. Ensuite, 80 % de la gamme sera connectée (en fait, tous les téléviseurs à LED sont connectés, CQFD) et enfin 80 % des téléviseurs de plus de 40 pouces seront 3D. Autrement dit, il restera quelques rares modèles exclusivement 2D en LED. On retiendra notamment l'arrivée d'une gamme EX320, disponible de 22 à 26 pouces. Ces petits téléviseurs d'appoint seront connectés, LED et WiFi. Sur la gamme NX720, on passe sur un rétro-éclairage dynamique sur les bords, à cheval entre le local dimming et le edge-fit. L'esthétique monolithe ne surprendra personne, mais l'émetteur 3D est enfin intégré ! Dans le très haut de gamme, on trouve les X920, dotés d'un vrai rétro-éclairage local dimming et d'une compensation de mouvement Flow XR 800 Hz. Autre annonce de taille, Sony a travaillé sur un nouveau processeur, le X-reality, qui permet d'améliorer le rendu des images en basse définition ! Nous sommes vraiment ravis de cette annonce, car il faut dire que les DVD passent de plus en plus mal de nos jours sur les téléviseurs HD. Ce processeur devrait améliorer le lissage des films assez crénelés. Il sera activé aussi bien sur les sources en définition standard que sur les contenus dérivés d'internet. Côté qualité d'image, Sony a présenté également une démonstration de matrice « Peak LED » qui permet de pulser les LED du rétro-éclairage pour un blanc plus éclatant. Les teintes claires étaient un peu brûlées sur la démonstration, d'autant que le niveau de noir du téléviseur mis en face était exagérément élevé pour augmenter l'effet « Wahou » chez le badaud. Côté connectivité, le service Qriocity de la marque devrait être enfin pleinement fonctionnel d'ici le mois de février. On devrait donc profiter de la VOD et de la musique en illimité via un abonnement au service. Et Skype devrait également être disponible en option. Pas de tablette chez Sony, mais nous avons pu essayer une application iPad permettant de contrôler le téléviseur en WiFi.

Projet1:Mise en page 1 19/01/2011 12:08 Page 1

Misez Sur Le Confort !

Nouveau Padstand® Bluestork.

Support orientable pour iPad et tablettes tactiles.

Ce support orientable de bureau en acier permet de tenir dans toutes les positions souhaitées un e-book Reader, une tablette tactile ou un iPad. Ses bras munis de patins antidérapants confèrent à votre tablette une stabilité quelques soient les positions utilisées.

Regardez des vidéos ou naviguez sur Internet, consultez vos mails sans fatigue, ou transformez votre tablette en cadre photo.

Support orientable réglable en hauteur et en largeur

INDUSTRY BLUESTORK®
Easy technology®

300 rue du Président Salvador Allende 92700 Colombes
Tél : + 33 (0)1 47 86 98 88 • www.bluestork.eu

LG investit dans la 3D passive

LG était le premier à mettre sur le marché un écran 3D à lunettes passives, le 47LD950 dont nous disions le plus grand bien. Il est vrai que les lunettes ultra-légères et dépourvues de clignotement sont d'un confort incomparable, même si on perd la moitié de la résolution verticale. En tous les cas, LG y croit et annonce que pour 2011, les deux tiers de ses écrans 3D seront passifs. Baptisée « Cinéma 3D », tout simplement parce que ce sont des lunettes similaires à celles portées au cinéma, cette technologie d'affichage sera au cœur des gammes LW6500 et LW5600. La fonction Smart TV est bien sûr de la partie, de même que la télécommande Magic Control. Disponibles dès 47 pouces et jusqu'à 65 pouces, ces téléviseurs seront livrées avec quatre paires de lunettes. À l'essai, c'est toujours aussi plaisant de retrouver le confort d'une image parfaitement stable, sans aucun clignotement parasite dans le champ de vision.

TV 3D sans lu
Plus tôt que prévu

Sans doute aussi pour ne pas cannibaliser les ventes de téléviseurs 3D actuels, l'industrie clamait jusqu'ici haut et fort qu'un écran d'un mètre sans lunettes ne serait pas commercialisable avant au moins cinq ans. Puis Toshiba a lancé au Japon à la fin de l'année dernière un premier modèle 20 pouces qui fut d'ailleurs montré à nouveau au CES 2011. Certes, il coûte l'équivalent de 5 000 euros mais il est en vente et la 3D fonctionne plutôt bien. La qualité d'image est bonne et les effets sont réels, bien que peu spectaculaires. Bien entendu, l'angle de vision possible est limité mais on se situe tout de même aux alentours de 20 degrés. Toshiba montrait aussi pour la première fois des téléviseurs de grande taille qui se passent de lunettes et surtout le Japonais annonce une commercialisation dans 15 mois. Cela change les données du problème, même si le prix sera sans doute très élevé au lancement. Il faut dire aussi que la technologie employée est très sophistiquée, bien plus que les simples barrières à parallaxe ou les colonnes lenticulaires déjà vues. Toute la difficulté réside dans la nécessité d'envoyer deux images distinctes à chaque œil du spectateur, là où il se trouve et cela se complexifie d'autant qu'il y a de personnes qui regardent en même temps. Toshiba a donc développé une nouvelle méthode qui utilise des groupes de neufs pixels par dessus lesquels des lentilles dirigent la lumière émise dans des directions différentes. Avec plusieurs matrices et une grosse puissance de calcul, l'écran est en mesure d'envoyer les deux images distinctes dans plusieurs directions créant ainsi jusqu'à huit points de vue possibles. Sur un téléviseur de grande taille, il faut une très haute résolution native pour que chaque image en garde une qui soit suffisante. En l'occurrence, il s'agit de dalles 4k (4000 x 2000 pixels) avec une résolution 720p pour chaque image. Toutes ces informations nous ont été transmises par les ingénieurs de Toshiba qui nous ont aussi expliqué qu'ils travaillaient sur le remplacement de la lentille de dispersion par une deuxième dalle LCD, ce qui permettrait d'orienter en temps réel le faisceau de chaque pixel. Quoi qu'il en soit, on pouvait voir sur le salon un écran de 56 et un autre de 65 pouces. Nous avons vraiment été surpris par la qualité de la 3D. Certes, on voit un peu la trame et l'effet est plus marqué sur la profondeur que sur le jaillissement, mais c'est propre sans images fantômes et on peut réellement changer de position. L'angle possible est de 15 degrés environ, mais les ingénieurs affirment viser 20 voire 30 degrés ce qui permet effectivement à plusieurs personnes sur un canapé de regarder en même temps. En revanche, parfois il faut décaler légèrement la tête pour être dans l'axe d'un des

TV Samsung, tout en finesse

Samsung n'a pas fait dans la dentelle pour cette édition du CES en annonçant un renouvellement quasi complet de la gamme pour cette année. Dans le milieu de gamme, les D7000 remplaceront les C7000 actuels. Ils profitent d'un bord de dalle ultra-fin de 5mm d'épaisseur à peine. Bien qu'en plexiglas, la qualité de fabrication est impressionnante. Ils sont bien sûr compatible 3D et disposent d'un rétro-éclairage LED. Sans grande surprise, on retrouve la technologie « Peak » également au programme chez Sony, mais cela nous a semblé mieux contrôlé chez le constructeur coréen. En très haut de gamme, on trouve la série D8000, dont le cadre est ici tellement fin qu'il n'y a plus la place pour le logo de la marque. C'est très impressionnant à voir, le cadre s'efface littéralement face au contenu de l'écran. Le rétro-éclairage est une version avancée du local dimming, baptisée « micro-dimming ». Côté plasma, Samsung a fait une annonce amusante. La grande nouveauté, c'est en effet que les écrans plasma prennent un pouce de plus par rapport aux diagonales courantes. Ainsi, le 50 pouces passe au 51, le 55 pouces devient un 56, etc. Samsung attribue cette percée technologique à la nouvelle finesse du cadre, qui sans être aussi fin que sur les LED, a effectivement subi une cure d'amaigrissement. Le gain est mineur car sur de telles tailles, la différence ne sera guère visible (2 %). En revanche, cette finesse de bord rend le plasma désormais tout aussi attractif que le LCD du point de vue esthétique pour un meilleur rapport qualité/prix en grande taille.

JDLI188-P18-31-News-BAT:JDLI 18/01/2011 11:49 Page 25

unettes

points de vue, ce qui ne sera guère pratique une fois confortablement installé dans le canapé. Mais pour une première présentation sur grand écran, c'est tout de même convaincant et surtout l'horizon moins de deux ans pour enfin se passer de lunettes concrétise la chose. Sony montrait également deux téléviseurs prototypes de grande taille en 3D sans lunettes, un 46 pouces Full-HD et un 55 pouces 4k mais sans rien révéler de la technologie. Le résultat est là encore assez convaincant, avec notamment des points de vue plus nombreux et une 3D correcte bien que moins prononcée que chez Toshiba. Par ailleurs, l'effet de trame est très peu visible sur les deux modèles. En revanche, Sony n'annonce aucun calendrier. Chez LG, il y avait aussi un écran 55 pouces sans lunettes mais le résultat est moins convaincant que chez la concurrence. L'angle annoncé est de 15 degrés mais dès que l'on bouge un peu, on perd la 3D qui par ailleurs n'est guère prononcée avec en plus un effet de trame très visible. Que faut-il en conclure ? Si on en croit les annonces de Toshiba, la 3D sans lunettes serait sur le marché dans moins de deux ans avec certes des contraintes d'angles de vision mais aussi avec un effet sans doute convaincant quand on voit ce qu'ils montrent déjà aujourd'hui. Que d'autres constructeurs commencent à montrer des prototypes est aussi un signe que les choses bougent. Pour autant, les procédés de fabrication sont très coûteux et il y a fort à parier que pendant au moins un an ou deux après la sortie, ces téléviseurs seront extrêmement chers. Il serait donc un peu prématuré de déclarer la 3D avec lunettes mort née !

Des lunettes qui changent tout

Un des problèmes majeurs de la 3D est de devoir supporter des lunettes pendant plusieurs heures. Et les modèles actifs contiennent de l'électronique, ce qui les rend plus lourds et souvent pas très confortables. Le premier modèle de Samsung se distinguait déjà par un poids plus réduit et un meilleur confort de port mais au bout des deux heures quarante d'Avatar, le nez est écrasé et la migraine guette. Le Coréen a donc développé des lunettes qui intègrent l'électronique dans le bout des branches au-dessus des oreilles. Cela a permis non seulement d'alléger mais aussi d'équilibrer le poids. Un premier modèle standard ne pèse que 35 grammes et s'avère très confortable à l'essai. On oublie carrément que l'on porte des lunettes. Elles remplaceront progressivement les actuelles. Un deuxième modèle baptisé silhouette va encore plus loin. Ces lunettes très fines ne pèsent plus que 24 grammes et elles se rechargent par induction en les posant simplement sur un socle relié au port USB du téléviseur. Le confort est exceptionnel et pourrait bien faire passer la pilule du port obligatoire de lunettes en 3D.

Les téléviseurs Panasonic se refont une beauté

Panasonic profite du CES pour renouveler sa gamme de téléviseurs. Les VT30 et GT30 remplaceront donc en 2011 les VT20 et GT20 et on voit apparaître une nouvelle série ST30. Pas de jaloux, tous ces téléviseurs sont 3D ! Disponibles en 55 et 65 pouces, le VT30 constitue le haut de gamme du constructeur. Techniquement, les spécifications sont assez proches de celles du VT20 avec un adressage 600 Hz, quatre ports HDMI et le DLNA. La dalle dispose d'un traitement Infinite Black Pro 2. Le GT20 disponible dès 50 pouces offre des caractéristiques similaires, hormis la dalle qui perd sa dénomination Pro. La série ST30 est similaire au GT30 avec une connectique moins étendue, voilà tout. Mais surtout, elle sera disponible dès 42 pouces. Ceux qui n'ont pas la place pour un 50 pouces pourront donc tout de même disposer d'un plasma dans le salon ! Panasonic a beaucoup travaillé sur le design de ses nouveaux écrans qui sont désormais bien plus au goût du jour.

LG Smart TV mise à jour

LG continue sur sa lancée de téléviseurs ultra-plats basés sur la technologie Nano-LED et hérités de la série LEX8 actuelle. Le LW9500 sera le nouveau modèle-phare, intégrant évidemment 3D, 200 Hz et local dimming. Mais c'est surtout la partie connectique qui a retenu notre attention. Cette série intègre en effet la technologie Smart TV, permettant d'accéder à une offre de films en VOD, de surfer sur le Net grâce à un navigateur travaillé pour la TV et d'accéder à une multitude d'applications à télécharger et à installer sur son téléviseur. Bon, évidemment pour l'instant, il n'y a pas grand-chose mais le constructeur y croit. D'ailleurs, la navigation dans les menus a lieu grâce à la Magic Motion Control, une télécommande à reconnaissance de mouvements qui fonctionne sur un principe similaire à celui de la console de jeu Wii. Si vous préférez le plasma, pas de souci, le PZ950 sera également lancé avec la fonction Smart TV. Côté technique, on retrouve une dalle 50 pouces doté d'une électronique 600 Hz et d'un filtre optique TruBlack censé améliorer le contraste. La finition est tout aussi exceptionnelle que sur le LED. Pour autant, le constructeur n'oublie pas ceux qui possèdent déjà un téléviseur non connecté. Ainsi, le Smart TV upgrader ST600 est un petit boîtier doté d'une prise HDMI à brancher sur la télé. Il est connecté au Web grâce au WiFi ou à un câble Ethernet. Le prix de vente de ce petit boîtier devrait tourner autour des 100 euros, mais la date de commercialisation n'est pas encore connue.

Xpand Lunettes 3D personnalisables

Xpand, fabricant de lunettes 3D actives universelles, présentait sur son stand ses nouveaux modèles de lunettes actives. Outre un design qui nous change des lunettes façon « sécurité sociale », ces nouveaux modèles offrent une réactivité améliorée censée minimiser les images fantômes. Elles sont de plus rechargeables par l'USB. Côté compatibilité, le constructeur qui fournit déjà la gamme actuelle de lunettes Philips couvre toutes les marques de téléviseurs utilisant l'infrarouge, mais aussi les vidéoprojecteurs supportant le protocole DLP-Link. Elles sont compatibles RF et Bluetooth au cas où. Sachez enfin qu'elles sont entièrement paramétrables via une application pour smartphone. On pourra régler leur luminosité globale, leur taux d'ouverture et de fermeture pour obtenir une image 3D la mieux possible. Le prix de vente devrait tourner autour de 200 euros.

Vade Retro Googleas

Le CES a été l'occasion pour tous les constructeurs d'annoncer combien la TV connectée est essentielle. Android dans la télé ? Indispensable. Comment a-t-on pu vivre sans jusqu'ici ? La catch-up TV, la VOD, la musique en ligne et la navigation sur Internet dans le salon ? Primordiale, tout simplement. Bref, la TV connectée, surtout avec des vrais morceaux de Google dedans, c'est génial. Tellement génial d'ailleurs que pour l'instant, on va encore s'en passer pendant un bon bout de temps en Europe, le temps déjà que les consommateurs américains cessent de s'en prendre aux constructeurs et que les chaînes de télévision arrêtent de poursuivre Google dans la droite lignée au passage des maisons d'éditions suite à la numérisation bibliothécaire « Made in Google » à une certaine époque. Le fait est que Google n'a pas bonne presse, à force de rediffuser gratuitement un contenu produit ou acheté à prix d'or par les chaînes de télévision. Comme souvent, le géant californien est passé outre la problématique des droits de diffusion, estimant au final que tout contenu disponible sur Internet pouvait être redistribué. Et si ça pose problème aux États-Unis, un pays qui a su accueillir le livre numérique à bras ouverts, c'est peu dire qu'au pays d'Hadopi, l'affaire s'annonce compliquée. Bref, au CES, tout le monde a mis sur pause la commercialisation des Google TV dans les autres régions du monde, en attendant sans doute que Google fasse l'effort de discuter en amont avec les diffuseurs de contenus. Autre problème de la TV ultra-connectée, il semble que les constructeurs n'aient pas encore bien intégré le fait qu'un téléviseur n'est pas un PC. Un navigateur Iinternet complet sur le téléviseur, c'est bien, mais comment fait-on pour taper une adresse ou simplement renseigner un champ de recherche ? Chez Samsung, on compte sur une nouvelle mouture de la télécommande tactile qui laisse apparaître un clavier tactile complet. Pas de compromis chez Logitech, le boîtier Google TV de la marque baptisé Revue est simplement vendu avec un clavier complet. C'est clairement ce qu'il y a de plus adapté. Chez Sony, on a préféré confier le design du contrôleur à un poulpe. Il faut dire qu'avec son design en L et ses multiples roues tactiles, il faut avoir les doigts qui ne plient pas dans le bon sens pour pouvoir s'en servir. Bref, la TV ultra-connectée est là, il ne manque plus finalement qu'à trouver les consommateurs qui accepteront d'investir dans une technologie ne donnant pas accès au contenu promis via un contrôleur qui donne des crampes ou alors résoudre ces problèmes en amont, ce qui paraît être plus raisonnable.

Du jeu en ligne sur TV

Panasonic a décidé d'enrichir sa plate-forme de TV connectée Viera Cast par des jeux en ligne. Tout téléviseur connecté de la marque pourra y accéder. Pour que l'expérience ludique soit plus probante, Panasonic a certifié des manettes de jeu USB chez plusieurs fabricants. Il suffira d'en brancher une sur le port du téléviseur pour s'amuser dans de meilleures conditions. Panasonic annonce que les jeux ont été adaptés pour un meilleur rendu sur grand écran. Mais il ne faut pas non plus en attendre des miracles avec des jeux stockés sur des serveurs et les performances d'un téléviseur connecté. Nous avons pu essayer Asphalt 5 de Gameloft et effectivement ce n'est pas trop mal. On est évidemment à des années-lumière d'une console HD, mais c'est beaucoup mieux que les jeux 2D des téléviseurs connectés actuels. Avec l'arrivée de la fibre optiques et de processeurs de plus en plus puissants dans les TV, on aura peut-être à terme une expérience similaire à une console de jeux dédiée.

La télécommande mue

Il y avait une tendance de fond sur ce CES 2011, celle de trouver un remplaçant à la télécommande pour que la TV connectée soit réellement utilisable dans le canapé. Il y a des approches originales comme par exemple la Magic Motion de LG. Déjà fournie avec les écrans les plus haut de gamme, elle propose de piloter la TV par les gestes, un peu à l'image des contrôleurs de la Wii de Nintendo. Elle est plutôt efficace et sera désormais disponible en accessoire séparément. Une tendance plus générale est de créer des applications pour les smartphones et les tablettes, le plus souvent pour systèmes iPhone/iPad et Android. C'est un moyen très efficace car le tactile est idéal pour piloter et permet aussi de faire apparaitre un clavier virtuel s'il s'agit d'entrer des informations ou de faire une recherche Web. Du coup, cela a donné une idée à Samsung qui a déjà expérimenté une télécommande dotée d'un écran tactile même si le résultat n'est pas très probant. Le Coréen revoit donc sa copie pour une télécommande à écran tactile qui ressemble à s'y méprendre à un iPhone, avec même des mensurations très proches.

TV Panasonic, le LED version luxe

Chez Panasonic, le plasma tient le haut du pavé. Pour autant, le Japonais annonçait sur le salon une nouvelle série de téléviseur LED… et 3D ! La série DT30 remplace en effet les modèles D25 et D28 que nous connaissons. Les tailles sont de 32 et 37 pouces. Loin d'être des écrans au rabais, la gamme comporte le DLNA, l'USB et même le Viera Connect, qui les rend compatibles avec la Viera Tablet. À l'essai, le rendu des couleurs est impressionnant, tout comme la 3D, dont pourtant nous n'attendions pas grand-chose dans ces petites diagonales. C'est précis, avec notamment une grande finesse dans le découpage des plans. Avec une ligne très fine et des matériaux de grande qualité, le design n'est pas non plus en reste.

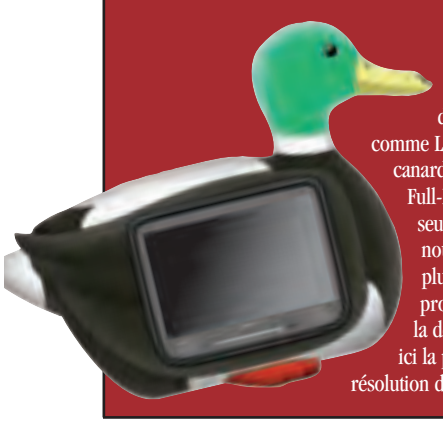
Sharp persiste sur le Quattron

Sharp continue sur sa lancée avec de nouvelles dalles Quattron. Cette technologie originale développée par le constructeur japonais consiste à inclure en plus des couleurs rouge, vert et bleu une quatrième couleur, le jaune, au sein de chaque pixel. L'intérêt est d'enrichir la palette du téléviseur afin d'améliorer le rendu dans les tons jaunes-oranges. C'est effectivement le cas sur le stand avec de nombreuses scènes d'explosions entrecoupées de tournesols. Reste à voir ce que cette nouvelle gamme donnera sur des images plus subtiles. En attendant, le constructeur a revu sa copie selon ses dires. De la nouvelle gamme, nous retiendrons surtout la série LE830, Full-HD 3D bien évidemment. Elle intègre un nouveau cristal liquide qui permet au téléviseur d'être 20 % plus rapide, un avantage crucial pour le rendu des Blu-ray 3D. Le contrôle des sous-pixels Quattron a été revu également. Désormais, il est individuel, ce qui permet en théorie d'éviter les problèmes de crénelage qui grèvent encore les performances des écrans de grande diagonale, même avec un Blu-ray. Ces modèles seront bien sûr connectés, avec le WiFi disponible par défaut. Sharp continue de travailler en partenariat avec Philips sur le sujet de la TV connectée. En revanche, la nouvelle gamme perd la mémoire de 8 Go intégrée dans la gamme actuelle. Mais il sera toujours possible de faire du timeshift via un disque dur USB ou une carte mémoire SD. Le design a également été revu avec un nouveau cadre baptisé 1 pouce, car les bords affichent cette mention en largeur comme et aussi parce que le téléviseur est épais d'un pouce.

Clap, clap Je parle à ma télé

Les fabricants de téléviseurs se rendent bien compte qu'avec la multiplication des services et des chaînes, la bonne vieille télécommande vit ses dernières heures. Toshiba explore une voie originale dont on peut se demander pourquoi elle n'est pas davantage suivie : la commande vocale. Sur le prototype montré, un microphone se fixe en haut de l'écran et se connecte en USB. Il serait évidemment aisé de l'intégrer ou d'utiliser celui d'une webcam. Pour que la TV ne devienne pas folle lorsque l'on parle dans le salon, la commande se déclenche en frappant deux fois dans ses mains. Ensuite, on entre une des commandes reconnues et le téléviseur obéit. Ici, on pouvait changer de chaîne, d'entrée HDMI, modifier le volume et quelques autres fonctions. Il n'y a pas d'apprentissage nécessaire et nous avons réussi à donner des commandes en anglais qui ont fonctionné du premier coup (malgré notre accent…). Cette commande vocale ne suffira pas à remplacer la télécommande, mais peut s'avérer pratique pour éviter de passer sa vie à chercher la zappeuse. Il y a quand même un côté américain et Disney à frapper dans ses mains dans le salon, le spectateur européen s'en accommodera-t-il ?

TV Hannspree, par ici mon canard



Chez Hannspree, on est habitué aux téléviseurs avec un look surprenant. Inutile de vous présenter ici les écrans en peluche destinés aux enfants. Tout le monde connaît. Mais c'est avec une émotion non-dissimulée que nous vous présentons ce que l'on nous a annoncé comme LA grande nouveauté TV de ce début d'année : la télévision en forme de canard… Évidemment, ce petit téléviseur de 19 pouces de diagonale n'est pas Full-HD. Il n'est pas 3D ni connecté non plus. Mais on regrette surtout que seule la livrée Col Vert soit disponible pour l'instant... Plus sérieusement, nous avons pu découvrir sur le stand de la marque un écran beaucoup plus intéressant puisque Hannspree est le second constructeur au monde à proposer un téléviseur 21 :9ème. Il s'agit du SV58LMUB, basé d'ailleurs sur la dernière dalle Philips 3D de 58 pouces de diagonale ! Les plumes cèdent ici la place à une finition en métal brossé. La résolution de la dalle affiche une résolution de 2560 x 1080 pixels.

Audio, vidéo, IT et mobilité

Il y avait tout de même une vie en marge de la TV et des tablettes sur ce salon. Pour l'audio/vidéo, on retiendra surtout la piste du design et une exploitation du concept 3D. Il est vrai que se renouveler techniquement devient difficile. La station d'accueil iPod passe à son tour au sans fils en adoptant le fameux Airplay d'Apple. L'informatique se lance aussi à corps perdu dans la 3D et Toshiba présentait un premier concept de PC 3D sans lunettes. Sinon, l'IT travaille aussi beaucoup les matières et le design, faute d'innovations technologiques marquantes. On peut aussi noter un retour en grâce du fondeur AMD. La vidéo personnelle s'enrichit enfin d'un véritable caméscope 3D chez Sony. Enfin, la téléphonie mobile n'était certes pas au cœur du salon mais on pouvait noter une certaine effervescence chez LG avec un prototype 3D et l'Optimus X2 surpuissant qui est le premier à intégrer le fameux processeur Tegra 2 de Nvidia.

Razer entre manettes et consoles de jeu

Le spécialiste des périphériques de jeux Razer présentait enfin la version finale de sa manette Xbox 360 très prometteuse : la Onza. Elle offre la particularité de pouvoir régler les deux mini-joysticks par une roue crantée qui les rend plus ou moins résistants pour s'adapter aux différents types de jeux. Elle offre aussi deux boutons supplémentaires sur le devant qui peuvent dupliquer chaque commande du pad très simplement par un réglage matériel au dos du pad. Sortie prévue début février à un prix de 49 euros. Razer montrait aussi les manettes Hydra, des contrôleurs à détection de mouvement fonctionnant sous PC. Comme pour les contrôleurs de la Wii, il s'agit de piloter par les mouvements sauf que les manettes de Razer utilisent un système magnétique ultra-précis qui répercute un mouvement d'un millimètre et un angle d'un degré. À voir la démonstration, c'est effectivement très impressionnant mais il faut aussi que le jeu soit fait pour ce qui pour l'heure n'est le cas que pour Portal 2 et Left for Dead 2. Mais le plus étonnant, c'est l'arrivée de Razer dans le domaine de la console de jeu portable. Le prototype présenté de la Switchblade est animé par un processeur Intel mais Razer affirme surtout avoir apporté le confort et la précision du PC à une console portable. Pour cela, elle est équipée de deux écrans, un supérieur tactile et un inférieur sur lequel est superposé un clavier dynamique qui peut donc changer du tout au tout selon le jeu. Pour l'heure, aucune date de sortie n'est annoncée.

Edifier, l'OVNI du son

Spécialiste de l'audio et notamment des stations d'accueil, Edifier rivalise d'ingéniosité quant au design de ses produits. Les idées sont de plus en plus originales et on se demande jusqu'où le fabricant ira. Les Sail sont des enceintes multimédia 2.0 pour le moins originales. Les deux satellites sont en forme de corne de rhinocéros et intègrent à leur base deux subwoofers qui pointent vers le bas. Ainsi, les basses sont bien rendues au regard de la taille du système. Autre originalité, une télécommande rotative sans fils qui communique sur la bande des 400 Hz permettra de contrôler le volume de loin, même si un objet se situe entre les deux. Le Canon est une enceinte unique et cylindrique dotée de technologies réflexives pour créer un environnement sonore enveloppant. Résistante aux intempéries, elle peut s'utiliser en extérieur. Elle est aussi dotée d'une batterie et pour la recharger, il suffit de la poser à la verticale sur son socle. Enfin, Edifier joue sur le côté rétro avec deux radioréveils qui rappellent les modèles à deux cloches sur le dessus. Un premier modèle intègre un dock iPod et un tuner FM, un second se passe de fil et permet de relier l'iPod en Bluetooth. Les deux devraient coûter 69 euros.

Klipsch étend sa gamme de casques

Les casques intra-auriculaires de Klipsch se caractérisent par une excellente musicalité et un port très confortable. Les S3 viennent s'insérer en milieu de gamme et reprennent pour l'essentiel les caractéristiques des S4, avec pour différence principale un driver à simple aimant. Les S3 seront déclinés en de nombreux coloris et leur prix devrait se situer autour des 50 euros. De leur côté, les S5i reprennent exactement les caractéristiques des S4 mais y ajoutent la robustesse pour un emploi en extérieur. Ainsi, ils résistent aux intempéries et également aux chocs. Les S5i intègrent un microphone et une télécommande, dont les boutons ont été grossis pour être manipulables avec des gants. Le prix devrait avoisiner les 130 euros. Klipsch annonçait aussi son premier casque supra-aural nomade. Très élégant, il offre un port confortable grâce à des coussinets en cuir et un rembourrage à mémoire de forme. Klipsch annonce aussi une réduction de bruit passive particulièrement efficace. L'Image One inclut aussi un micro et une télécommande trois boutons pour l'utilisation avec un téléphone mobile. Le prix annoncé est de 150 euros.

JDLI188-P18-31-News-BAT2:JDLI 19/01/2011 12:11 Page 29

Altec Lansing sans fil

Altec Lansing lance une enceinte stéréo portable sans fil alimentée par batterie rechargeable avec une autonomie de sept heures. Le design rappelle une station d'accueil classique mais sans dock. Appelée In Motion Air, cette enceinte communique en Bluetooth avec tout appareil compatible. Elle inclut aussi le protocole Bluetooth aptx qui améliore le rendu audio de la transmission. Néanmoins, un dongle USB est fourni aussi. Il permet d'étendre la portée à 100 mètres pour restituer les fichiers audio d'un ordinateur. Le prix annoncé est de 200 euros.

Philips, la batterie sangsue

En termes d'accessoires, Philips a souvent des idées assez géniales il faut bien l'avouer. En témoigne une nouvelle fois cette batterie Charge On qui permet de recharger l'iPhone quand il est à court d'alimentation (ce qui lui arrive souvent). On branche le connecteur qui se courbe et la batterie se fixe ensuite au dos du téléphone par des ventouses. Aussi curieux que cela puisse paraître, ces ventouses font parfaitement tenir la batterie, même sur une coque en revêtement soft touch. C'est pratique et le look de l'engin est ravageur. La batterie se recharge par l'USB et redonne une charge complète à l'iPhone. Il existe aussi des versions pour d'autres téléphones mobiles, mais avec un câble moins pratique.

Sennheiser réduit le bruit dans l'oreille

Les CXC 700 sont de nouveaux intra-auriculaires qui ont la particularité d'être à réduction de bruit active. Ce type de casque isole déjà de l'extérieur mais certaines fréquences passent tout de même. Un microphone situé sur chaque écouteur permet de les annuler. Un tel système nécessite une alimentation avec une pile AAA logée dans un petit boitier de télécommande. Sennheiser annonce une autonomie de 16 heures, mais même sans pile le casque continue à être fonctionnel. Il est possible de régler la réduction de bruit avec trois modes en fonction de la nature du bruit ambiant. Les microphones peuvent également au besoin laisser passer les bruits extérieurs pour percevoir le monde ambiant sans voile. Le prix devrait se situer autour de 250 euros.

La voiture sans fil

Une des innovations les plus intéressantes de ce salon n'était finalement pas vraiment liée à l'informatique ou à l'électronique grand public. La start-up Ecoupled présentait sur le salon un système de chargement de véhicule électrique sans fil. L'idée est on ne peut plus simple. Pour charger sa voiture, la garer dans son garage suffit. Le système de chargement par induction, similaire par ailleurs à ce qui se fait pour les téléphone portables, s'assure alors de recharger votre véhicule. La pénalité en temps de charge par rapport à la prise électrique est de 10 %, et le surpoids pour le véhicule n'excède pas la dizaine de kilos.

La Karaoké docking station

Le karaoké a ses adeptes et Gear 4 les soigne en le faisant entrer dans le 21ème siècle. Cette station autonome Lucky Voice est dotée d'un dock iPad qui accueille l'application karaoké et les paroles défilent à l'écran de la tablette. C'est à la fois pratique et ingénieux. L'appareil fait ainsi l'économie d'un écran. Du coup, Gear 4 a pu investir dans une enceinte de bonne taille et la sonorisation d'une pièce est garantie. Sur le côté est accroché un microphone sans fils qui fait également très sérieux, si ce n'est sa couleur rose. La station devrait sortir à l'été et coûter dans les 200 euros.

LG met l'audio à la 3D

Les derniers ensembles home cinéma de LG nous avaient surpris par leur qualité musicale et le HX996TS devrait aller encore plus loin. Système 5.2 qui intègre bien entendu un lecteur Blu-ray 3D et connecté, il est livré avec deux caissons de basse sans fil, une voie centrale et surtout cinq satellites colonne originaux. En effet, un haut-parleur sur le dessus qui pointe vers le haut est sensé propager le son vers le plafond pour aboutir à un rendu 3D.

Un PC 3D sans lunettes

En plus des téléviseurs, Toshiba présentait aussi un PC 3D sans lunettes. C'est évidemment bien plus simple de gérer les points de vue sur un écran de plus petite taille et avec une seule personne devant. En fait, il suffit d'un seul point de vue qui s'adapte à la position de celui qui est devant. Pour ce faire, une caméra en haut de l'écran détecte le visage de la personne puis suit ses mouvements. Ces informations sont transmises à la matrice active de l'écran qui adapte la direction en fonction. Tout d'abord, on se présente devant l'ordinateur et la forme du visage apparaît dans une fenêtre. La caméra signale qu'elle vous a reconnu par un contour jaune. De là, vous pouvez regarder une vidéo en 3D et à chaque fois que vous bougez, l'écran s'adapte. L'effet 3D est plutôt convaincant, même s'il est plus dans la profondeur que dans le jaillissement comme pour les téléviseurs auto-stéréoscopiques. Sur ce prototype par contre, la trame était assez visible. En revanche, la gestion du déplacement fonctionne plutôt bien avec un temps d'adaptation très faible. Cette démonstration technologique plutôt convaincante laisse augurer une amélioration très nette des écrans 3D sans lunettes destinés à un usage personnel. On imagine bien les applications sur un ordinateur portable, mais aussi sur une tablette ou une console de jeux.

LG téléphone en 3D

LG présentait au CES un prototype de téléphone 3D doté d'un écran de quatre pouces apparemment équipé d'une barrière de parallaxe pour un rendu en relief sans lunettes. Le résultat est assez convaincant avec un effet 3D assez prononcé, pas d'images fantômes et surtout sans grille apparente. Évidemment comme pour les écrans de ce type, il faut prendre garde à bien rester en face. LG démontrait l'effet 3D avec des vidéos plutôt convaincantes, mais on peut quand même se demander quel intérêt il peut y avoir à disposer du relief sur un téléphone ! Au-delà de la vidéo, il y a aussi la photo avec deux capteurs en façade qui permettent de réaliser des clichés stéréoscopiques. On peut aussi penser que si ce type de téléphone se multiplie sous des OS répandus comme Android, il y aura sans doute des jeux et applications en 3D.

B&W Le Zeppelin ne manque pas d'Air

Le constructeur haut de gamme Bowers et Wilkins présentait au CES sa nouvelle version du Zeppelin. La mise à jour de la fameuse station d'accueil reste somme toute mineure, avec un léger remaniement accoustique et surtout la compatibilité Airplay avec les produits Apple. Il n'est désormais plus nécessaire de brancher son appareil sur la station pour profiter de sa musique. Tout passe par le WiFi, de façon totalement transparente pour l'utilisateur. À l'écoute, c'est tout aussi bien, évidemment. Cette nouvelle fonction n'a pas entamé la musicalité. Le Zeppelin Air devrait être disponible dans le courant du premier trimestre.

LG Optimus X2 Le smartphone surdoué

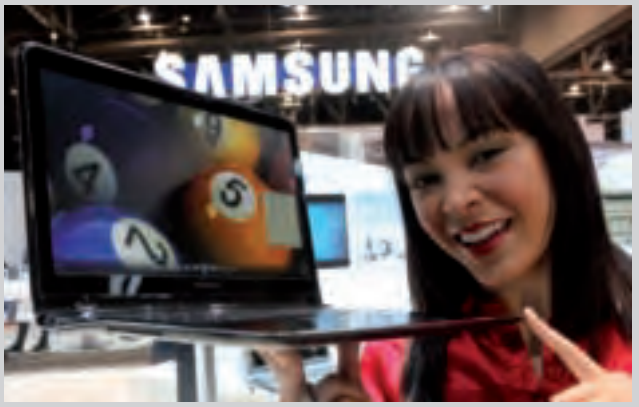
Il en aura fallu du temps à Nvidia pour convaincre les fabricants de téléphones mobiles d'intégrer leur processeur Tegra 2. Et pourtant, il ne manque pas d'arguments avec son architecture double-cœur, sa gestion des flux HD et surtout ses capacités graphiques qui vont bien au-delà des capacités des téléphones actuels. LG est donc le premier à franchir le pas avec l'Optimus X2, un smartphone surpuissant qui tire son nom justement des deux cœurs du processeur Tegra 2 qui l'anime. D'abord, c'est déjà un bel objet. Il est ultra-fin et sa façade se résume pour l'essentiel au très bel écran de quatre pouces. Il dispose d'une sortie HDMI par laquelle il restitue des vidéos en Full-HD sur n'importe quel téléviseur. Et sur une vidéo en 1080p, aucun ralentissement n'est à déplorer. L'Optimus 2x fonctionne sous Android 2.2 et sera donc aussi une superbe plate-forme de jeux. Les performances graphiques sont telles que l'on est au niveau d'un PC pour joueurs d'il y a trois/quatre ans. Nous avons notamment pu voir chez Nvidia des titres basés sur le moteur d'Unreal et il faut bien avouer que l'on n'est pas très loin d'une console de jeux actuelle. On attend donc avec impatience ce smartphone de compétition.

JDLI188-P18-31-News-BAT2:JDLI 19/01/2011 12:13 Page 31

Un caméscope 3D sans restriction

Le premier caméscope 3D de Panasonic ne nous a pas vraiment convaincus avec son optique double optionnelle et l'absence de zoom. Sony s'apprête à lancer un caméscope 3D avec deux optiques, deux capteurs et un zoom optique 10x qui fonctionne en relief. Pour cela, la distance entre les deux objectifs est variable de 20 à 35 mm selon l'amplitude du zoom. Le HDR-TD10 est également doté d'un écran 3,5 pouces 3D sans lunettes qui fonctionne avec une barrière de parallaxe. Démontré sur le salon, il faut avouer que le résultat semble probant avec un effet 3D prononcé et peu d'images fantômes. À signaler aussi que la vidéo 3D produite est en Full-HD. Il faudra cependant être plutôt fortuné, car le caméscope 3D coûtera tout de même 1 600 euros. Pour les budgets plus modestes, Sony renouvelle son Bloogie et le dote de deux objectifs. Il est capable de filmer en 3D et en 1080p pour 280 euros seulement. Évidemment, le résultat n'est pas aussi impressionnant qu'avec le caméscope haut de gamme mais ça fonctionne.

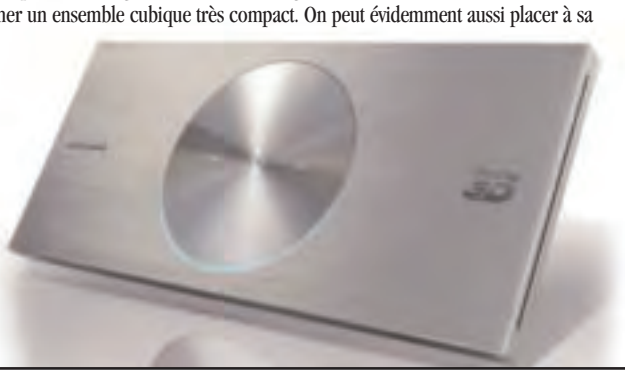
Un ultraportable ultra-séduisant



Samsung étoffe de plus en plus sa gamme de notebooks et affiche clairement des grosses ambitions sur ce marché. Et le constructeur utilise ses atouts traditionnels pour y parvenir. Ce 13 pouces ultra-mobile de la série 9 en est un bon exemple puisque Samsung affirme qu'il s'agit du modèle le plus fin au monde (avec seulement 16 mm d'épaisseur). Nous n'avons pas vérifié mais il faut reconnaître que l'objet est vraiment séduisant et aussi très léger. Samsung a eu recours à des matières nobles comme le Duraluminium, ce qui non seulement permet d'économiser du poids mais le rend aussi plus solide et surtout très beau. Il sera équipé de processeurs Intel Core i et d'un disque dur SSD de 128 Go.

Le Blu-ray avec style

Difficile de se renouveler en matière de lecteur Blu-ray, car on ne voit pas bien ce qu'il est possible d'ajouter une fois l'appareil compatible 3D et connecté au Web. Samsung joue donc la carte du design comme il sait si bien le faire. Ainsi le BD-D7500 serait le lecteur le plus fin du marché avec 23 mm d'épaisseur seulement. Avec un look métal brossé, l'objet est vraiment magnifique et peut s'accrocher au mur. Le Blu-ray se glisse par une fente sur le côté, ce qui nécessite tout de même une certaine accessibilité côté droit. Côté technologique, il y a aussi du nouveau avec l'intégration du procédé de conversion 2D-3D et un démarrage ultra-rapide en trois secondes seulement. Le BD-D700 de son côté tranche radicalement avec les productions actuelles. Tout petit bloc carré, il est extrêmement compact et le CD se charge d'une manière très originale. Le capot supérieur se lève pour que l'on puisse y insérer le disque. Comme son grand frère, il intègre la conversion 2D-3D et le démarrage ultra-rapide. Samsung décline aussi ce design en home cinéma avec l'ensemble 2.1 HT-D7100. Tous les éléments sont assemblables pour former un ensemble cubique très compact. On peut évidemment aussi placer à sa guise les deux enceintes, le lecteur et le caisson.



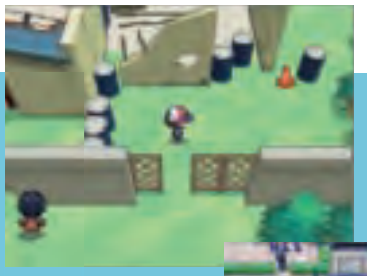
Sharp Un projecteur Full-HD 3D

Sharp revient sur le segment de la projection et par la grande porte qui plus est, avec ce vidéoprojecteur Full-HD 3D. Basé sur une technologie DLP, il offre un contraste correct de 40 000 :1 mais surtout une luminosité de 1 600 Lumens, bien nécessaire pour compenser les pertes de luminosité liées à la 3D. Malgré un format ultra-compact qui fait passer les modèles concurrents pour des camions bennes, le projecteur est annoncé avec un niveau de bruit de 23 dB seulement. Il sera disponible vers le milieu d'année à 5 000 euros environ.

iHome adopte l'Airplay

Le monde du dock iPhone/iPod est en train se convertir au sans fils depuis qu'Airplay est disponible. iHome en présentait trois au CES. Le vaisseau amiral sera le W1, une station d'accueil déjà assez imposante qui promet un son conséquent. Elle est équipée d'une batterie et pour la recharger, il suffira de la poser sur un socle de recharge. Être autonome est évidemment un atout car avec la communication sans fils Airplay, on pourra l'utiliser à loisir dans plusieurs pièces. La technologie Airplay a pour avantage d'être très simple à mettre en œuvre et de pouvoir adresser plusieurs appareils simultanément. Le prix annoncé est d'environ 300 euros. iHome présentait aussi un radio-réveil iPhone original qui peut être mis en position portrait ou paysage en appuyant sur la télécommande grâce à un petit moteur.

Pokemon
bientôt en noir et blanc

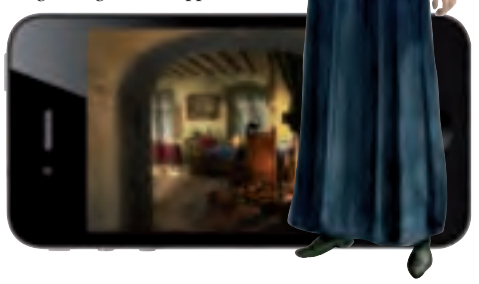


La livraison des prochains Pokémon sur Nintendo DS est prévue pour le 4 mars prochain d'après Nintendo. Comme le veut la tradition, deux cartouches différentes et communicantes seront publiées simultanément, en l'occurrence Pokémon Version Noire et Pokémon Version Blanche. Ces nouveaux opus permettront aux joueurs d'explorer les contrées de la nouvelle province d'Unys. Un univers recouvert de végétation, de quelques villes modernes… mais surtout de nombreuses espèces de Pokémon inédites !

Football Manager
se met à jour

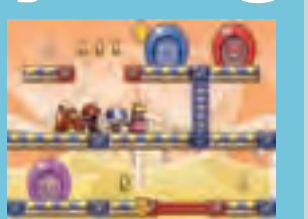
Sega propose une nouvelle version de Football Manager à destination des possesseurs d'iPhone, iPod Touch et iPad. Cette édition du fameux jeu de gestion de clubs de football bien connu des possesseurs de PC permet désormais de donner des rôles spécifiques aux joueurs au cours des matchs… Tactiques de jeu comme transferts des sportifs incombent également au joueur, qui pourra ici sélectionner son équipe parmi 29 ligues issues de 11 pays différents. *« L'édition 2011 de Football Manager Handheld place encore plus haute la barre des applications de management de football disponibles sur l'App Store »*, estime Miles Jacobson, Directeur du studio Sports Interactive. L'application peut être téléchargée au prix de 9,99 euros via App Store.

Nostradamus
fait à nouveau parler de lui



Après Dracula, Egypt ou encore Retour sur l'île mystérieuse, un autre jeu d'aventure « point and click » en provenance du PC et du Mac rejoint le catalogue du genre sur App Store. Les possesseurs d'iPhone peuvent donc désormais se lancer à leur tout dans Nostradamus : The Last Prophecy, un jeu d'aventure dans lequel la fille du célèbre prédicateur doit tenter de déjouer une prophétie menaçant la reine Catherine de Medicis. Manigances politiques et complots meurtriers sont au programme, ainsi que des énigmes et puzzles basés sur l'alchimie ou l'astrologie. Comme la plupart des jeux d'aventure Anuman, le titre est divisé en plusieurs parties. La première est actuellement proposée au prix de 2,99 euros.

Mario et Donkey Kong
déterrent la hache de guerre

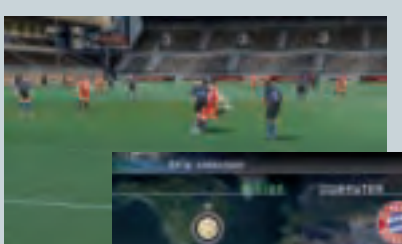


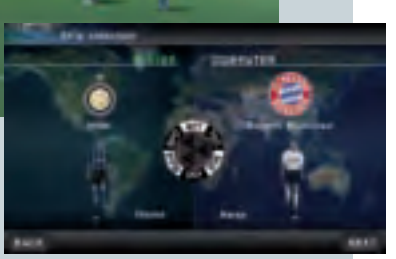
Cela fait maintenant trois décennies que les deux icônes de l'écurie Nintendo s'affrontent régulièrement, notamment dans la série pour consoles portables Mario vs Donkey Kong. Le 4 février prochain, l'éditeur japonais en proposera un nouvel opus, sous-titré Pagaille à Mini-Land. Alors que Mario ouvre un parc d'attraction, Donkey Kong profite à nouveau d'un prétexte pour enlever Pauline, petite amie du plombier. Cette fois encore, les Mini Mario, des petits automates, vont prêter main forte au héros à casquette. Ce sont ici plus de 200 tableaux différents qui sont au programme, au sein desquels il s'agit de mener tous les Mini Mario à la sortie en activant échelles, tapis roulants, canons mobiles… Des mini-jeux bonus peuvent être débloqués. La possibilité est offerte aux joueurs de créer leurs propres labyrinthes puis de les enregistrer pour participer à des concours en ligne.

Ubisoft
La communauté sur iPhone

L'éditeur français publiait fin décembre dernier une application Uplay à destination de l'iPhone. Distribuée gratuitement, l'application permet de retrouver son compte Uplay, d'accéder à des aides de jeu, à des contenus supplémentaires… Cette plate-forme communautaire, à l'accès gratuit, est proposée aux possesseurs de jeux de la marque depuis quelques temps déjà et leur permet de gagner des points en progressant dans les jeux pour profiter de goodies et autres contenus. Des sections sont encore en développement comme Uplay Share, permettant d'échanger et communiquer avec ses amis ou encore Uplay Shop, une boutique en ligne qui devrait proposer des *« offres exclusives »*.

PES foule
un nouveau terrain





Konami vient d'annoncer que Pro Evolution Soccer allait être publié au format Windows Phone 7 dans le courant du mois de janvier. L'éditeur japonais annonce pour l'occasion *« une version sur-mesure spécialement créée pour la nouvelle gamme de téléphones mobiles »*. Différentes compétitions et tournois répondent présents ici, comme l'UEFA Champions League et l'Europa League tandis que le titre ambitionne de parler aussi bien aux joueurs avertis qu'aux néophytes en permettant de sélectionner le niveau de contrôle des sportifs (plus ou moins gérés par l'intelligence artificielle).

Projet1:Mise en page 1 18/01/2011 16:56 Page 1

NETGEAR®
Connect with Innovation™

Découvrez toutes les astuces
pour profiter un max
de votre box ADSL !
www.lanetfamily.fr

CPL 500 Mbits/s

Votre réseau électrique devient un réseau multimédia

Envie
de jouer en ligne
sans lag,
besoin de connecter
la Télé à votre Box ou
votre PC à Internet...
Optez pour
le CPL 500 NETGEAR

NOUVEAU!

▲ **XAVB5501** Prise filtrée intégrée
▼ **XAVB5001** Compact et ultra-performant

3 bonnes raisons de choisir le CPL 500 Mbits/s NETGEAR

- La gamme CPL la plus rapide du marché
- Compatible avec tous les boîtiers CPL HomePlug AV* du marché, y compris le 200 Mbits/s
- Connexion en Gigabit à votre réseau (compatible 100 Mbits/s)

- Mise en veille automatique en cas de non utilisation
- Désactivation des voyants pour économiser de l'énergie
- Packaging fabriqué à partir de 80% minimum de matières recyclées

Compatible avec **toutes les Box**

www.netgear.fr

Mobiles d

Le contenu, un enjeu

La Soirée des Mobiles d'Or a commencé par une table ronde au cours de laquelle les responsables France d'Orange, Samsung, Nokia, Microsoft, Gameloft, et Media 365, ont échangé autour de différentes problématiques liées aux évolutions de l'écosystème OS-applications, comme à la recherche d'un partage de la valeur plus équilibré. Un échange instructif dans un environnement qui évolue à vitesse grand V.

Par Thomas Pagbe et Ariel Gomez (Le Journal des Télécoms)

Mobiles d'Or 2010

Le MedPi, le Journal des Télécoms (JdT) et le JDLI ont organisé le 14 décembre la première soirée des Mobiles d'Or à la Maison des Polytechniciens, à Paris. Débutée par une table-ronde animée par Ariel Gomez, Rédacteur en Chef du JdT, et Stéphane Kauffmann, Directeur des rédactions de Microscoop (JDLI, Ere Numérique…) la soirée des Mobiles d'Or s'est poursuivie par un dîner au cours duquel 11 prix ont été remis suite aux votes de 80 éminents représentants de la distribution en France. Présentée par Bertrand Amar, la remise des prix a consacré notamment Samsung et Bouygues Telecom. *« Le MedPi, en tant que salon, est orienté à 99 % vers la relation d'affaires et réunit les acteurs de différents univers. Avec les Mobiles d'Or, nous avons voulu créer un moment plus informel, qui apporte un enrichissement au travers d'une table ronde thématique animée par des spécialistes du secteur et qui mette en valeur les sociétés, les produits et les hommes dans un univers, celui des télécoms. Les Mobiles d'Or, comme l'événement que nous organisons dans l'univers de l'image, constituent un moment privilégié pour une profession. J'espère que nous pourrons reproduire la concept sur d'autres familles de produits »*, a commenté Laurent Eydieu, Directeur du MedPi.

JDLI188-P34-36-Mobiles d'or-BAT2:JDLI 19/01/2011 12:16 Page 35

d'Or et des revenus

Services et contenus mobiles : quels acteurs et quel partage des revenus pour quel écosystème gagnant ? » ; c'est autour de ce thème que se sont retrouvés, en ouverture de la Soirée des Mobiles d'Or, Alice Holzmann, Directrice adjointe Grand Public, en charge du marketing chez Orange-FT, François Bornibus, Directeur général de Nokia France, David Eberlé, Directeur de la division télécom chez Samsung France, Olivier Ribet, tout nouveau Directeur de la division Mobile chez Microsoft France, Cyril Guilleminot, Directeur de Gameloft pour la France et le Benelux et Laurent David, Directeur général de Media 365, société du groupe Sportever. Apple, l'initiateur de cette dynamique de marché à grande échelle de l'écosystème OS-contenus, et Google, dont la plate-forme mobile Android en est le challenger le plus dynamique, n'avaient pas souhaité participer.

Les smartphones en pleine croissance

La discussion a démarré sur un constat chiffré, présenté par Mathieu Cortesse de GfK. « *Au cours de l'année 2010, les smartphones ont représenté 30 % des ventes de téléphones mobiles en France. L'année 2012 devrait être celle du basculement : les smartphones devraient représenter, à eux seuls, 60 % des ventes de terminaux* ». Dans le paysage mobile actuel, composé, selon l'institut d'étude de près de 10 millions de smartphones, Apple conserve la plus grosse part de marché avec 45 % du parc, les combinés sous Android, Symbian, Windows et RIM affichent chacun des parts de marché comprises entre et 12 et 14 %.

Pour autant, rappelle Alice Holzman, Directrice adjointe en charge du grand public chez Orange, la propension des acteurs du secteur à diviser le marché en fonction des systèmes d'exploitation des combinés ne correspond en rien à celle de l'acheteur. « *Vu du client, l'OS n'est pas connu. Le choix d'un combiné s'effectue davantage sur une forme, un écran et un prix. Plus de 40 % des combinés commercialisés par Orange en fin d'année sont des smartphones* », assure la responsable d'Orange. Elle reconnait toutefois que « *la richesse de l'environnement est importante* ». Du point de vue de l'opérateur historique, il apparait, pour le moment, impossible d'établir une relation entre le système d'exploitation et le choix de l'acheteur.

Course à l'application

L'attrait qu'exerce l'univers applicatif sur les acheteurs et les utilisateurs de smartphone est quant à lui bien établi. Qu'il s'agisse d'Apple, fort d'un catalogue de 300 000 applications, d'Android, qui en revendique plus de 100 000 et de Nokia, dont la plate-forme Ovi Store affiche un total de 35 000 logiciels, l'application s'est affirmée, puis imposée comme un élément indispensable, certes, mais également incontournable. « *Aujourd'hui, tous les OS doivent se lancer dans une course à l'application* », affirme Mathieu Cortesse. Une course à laquelle Microsoft se refuse - pour le moment ? - de prendre part. Sa nouvelle plate-forme, Windows Phone 7, constitue un nouveau départ pour l'éditeur. La firme de Redmond, consciente de son retard dans la téléphonie mobile et dans le monde des applications, exclut d'entrer dans une course effrénée au nombre. « *Nous comptons à ce jour un peu plus de 3 000 applications sur Microsoft Market Place* », indique Olivier Ribet, Directeur de la division mobile chez Microsoft France. « *À travers le lancement de nouveaux terminaux, nous avons surtout voulu redéfinir une plate-forme pour que les développeurs issus de l'univers Xbox et ceux issus du PC puissent travailler* ». Les jeux devraient être une pièce maitresse de la stratégie de Microsoft.

Les jeux omniprésents

Parmi les petits logiciels destinés aux téléphones mobiles, les jeux occupent une place une place à part. L'un des logiciels les plus téléchargés du moment, Angry Birds, du développeur finlandais Rovio, affiche 42 millions de téléchargements dont 12 millions payants. Le développeur français Gameloft rencontre également le succès grâce à sa très large gamme de jeux et à un positionnement astucieux sur iPhone. « *Ce modèle d'affaires vertueux et un bon canal de distribution donnent de la puissance* » explique Cyril Guilleminot, Directeur de la division mobile chez Gameloft. « *Aujourd'hui, le jeu est devenu le contenu leader. Avant, il était compliqué de parler du jeu sur téléphone mobile. Maintenant, avec les smartphones, la qualité de jeu peut être pareille voire meilleure que sur console [portable] (…). Il existe*

Mobiles d'Or

également une diversité de contenus qui n'était pas envisageable avant. Nous sommes sur ce secteur depuis 10 ans maintenant. Notre partenariat [avec certains acteurs] va plus loin que le volume d'applications écoulées. Quand un Samsung choisit de faire la publicité [de la Galaxy Tab] avec Nova, cela permet de dire que le jeu sur mobile est devenu un marché solide ».Cette dominance du jeu sur les autres applications se confirme, notamment sur le smartphone de la firme de Cupertino. « *Sur l'iPhone, les jeux représentent 18 % de l'offre* », précise Mathieu Cortesse.

Quel modèle économique ?

Dans les contenus pour mobile, les modèles du gratuit et du payant s'opposent. Sur l'App Store, le modèle payant, avec plus de 60 % des téléchargements, s'impose face au gratuit tandis que sur Android Market, gratuit et payant se trouvent presque à égalité. Prenant l'exemple de la navigation GPS, « *en matière d'usages,* explique François Bornibus, *le modèle gratuit a tendance à faire progresser très fortement les usages. En mai 2010, Nokia a rendu la navigation GPS gratuite au niveau mondial. Quand ce service était payant, entre 10 et 15 % des gens payait pour l'utiliser. Aujourd'hui, 90 % des gens le téléchargent. Cette offre de gratuité a permis de prendre des parts de marché* », assure le responsable de chez Nokia. D'autres modèles se sont imposés, mélangeant gratuit et payant. Laurent David, Directeur général de Media365 (société du groupe Sportever, créée par Patrick Chêne, spécialisée dans la production de contenus multimédia liés au sport), revendique « *un double modèle d'affaires* ». « *Nous réalisons la production des contenus vidéo sportifs (tournage des manifestations sportives). Sur ces contenus, nous facturons notre prestation à Orange pour différents sports comme le foot ou le basket. Pour les contenus dépourvus de vidéo, nous sommes dans un système beaucoup plus concurrentiel, il existe de fait beaucoup plus de contenus gratuits. [Sur ces contenus], nous avons intégré des produits publicitaires* ».

Le rôle central des développeurs

Les différents participants s'entendent, logiquement, sur le rôle essentiel des développeurs dans l'écosystème applicatif. Pour les opérateurs comme pour les fabricants, la multiplication des OS pousse les créateurs d'applications à développer plusieurs fois la même application pour les différentes plates-formes. Cet état de fait ne semble pas vraiment préoccuper Gameloft. « *Lorsque nous développions sur Java, nous avions l'habitude de travailler sur 1 000 téléphones différents,* explique Cyril Guilleminot. *C'est le métier des développeurs : ils élaborent des jeux et les portent sur différentes plates-formes. Même si les OS sont différents, il existe des similitudes. On peut par exemple exploiter nos connaissances sur les set-top box pour les tablettes. (…) Au-delà de la plate-forme, c'est davantage une problématique industrielle. Si Renault doit faire des fourgonnettes, il adaptera ses usines en conséquence. C'est pareil pour nous* ». Bien au fait de l'importance prise par la « communauté » des développeurs pour décoller d'une part, puis pour faire vivre un écosystème, Samsung compte sur sa force de frappe pour attirer les créateurs d'applications et les pousser à proposer des logiciels sur sa plate-forme, Bada. « *Pour les attirer, nous leur disons que le parc de produits sous Bada est important. En cinq mois, le marché français s'est étoffé de 700 000 utilisateurs de Bada actifs et de huit millions de téléchargement* », explique David Eberlé. Pour parvenir à ce résultat, le constructeur coréen a notamment joui du très fort support des opérateurs. L'arrivée des tablettes numériques ne rebat pas vraiment les cartes. L'essor attendu de ces nouveaux supports devrait fournir aux différents acteurs de l'industrie une espace supplémentaire pour promouvoir leur stratégie multi-écrans. Selon Alice Holzman, « *le monde des applications devrait entrer dans une phase de foisonnement. Plus tard, ça se rationnalisera. On peut penser que trois grands systèmes d'applications vont s'imposer* ». Ce qui ne devrait pas vraiment faire de différence pour Gameloft qui vient de proposer ses applications sur le Free Store, le kiosque d'applications du FAI. « *[Pour nous], il apparait difficile de prédire la victoire d'un seul système ou de plusieurs. Même si un seul OS devait s'imposer, les facteurs de forme seraient différents, et les écrans aussi. C'est le marché qui veut ça.* »

Palmarès

Au cours du diner, 11 prix ont été remis suite aux votes de 80 éminents représentants de la distribution en France. Présentée par Bertrand Amar, la remise des prix a consacré notamment Samsung et Bouygues Telecom.

Meilleur smartphone
Samsung Galaxy S

Meilleur tablette/ordinateur connecté
Samsung Galaxy Tab

Meilleur téléphone multimédia
Sony Ericsson Vivaz

Produit le plus innovant
Samsung Galaxy Tab

Meilleur forfait illimité
Bouygues Telecom Neo 24 sur 24

Meilleure offre compte bloqué
Universal Mobile bloqué SMS et internet illimités

Meilleure offre prépayée
Bouygues Telecom deux fois plus

Meilleur design
Apple iPad

Meilleure communication
ex-aequo : Apple et Samsung

Constructeur le plus dynamique
Samsung 70%

Manager de l'année
David Eberlé, Directeur de la division Télécom Samsung France

Ceci n'arriverait jamais avec...
IRIScan™ Anywhere 2

IT Partners

retrouvez-nous
stand C54

Ne perdez plus vos documents. Adoptez IRIScan™ Anywhere.

La numérisation toujours à portée de main et sans ordinateur !

• Alimentation par batterie • Mémoire interne, carte SD gratuite, port USB
• PC / Mac® / Linux® / Unix® • Suite logicielle incluse

IRIS
Document to Knowledge

www.irislink.com/scananywhere

T110113-03

IRIScanAnywhere2-Microscoop-pub-fr-230x300.indd 1 13/01/11 17:32

JDLI188-P38-40-Pano APN Reflex-BAT:JDLI 17/01/2011 16:42 Page 38

Appareils p

L'élargissement est de mise

Le reflex est attaqué par l'hybride, surtout dans sa déclinaison grand public. Pour autant, il est en bonne partie responsable de la bonne tenue du marché de la photo. Si l'élargissement vers l'appareil expert - qui séduit un nombre croissant de passionnés - est évident, les modèles grand public ont leur place et peuvent lutter. D'autant que d'autres voies sont encore exploitables. par Stéphane Kauffmann et Jean-Pierre Roche

Nikon D7000

L'expert cossu

Généralement présenté comme le remplaçant du D90, ce nouveau boîtier Nikon marque un nouveau bond vers le haut en offrant des prestations qu'on avait du mal à trouver à ce niveau de gamme. Pas de surprise dans la présentation, le D7000 est très similaire aux autres boîtiers de la marque, plutôt compact pour ce niveau de gamme mais assez lourd. La chose s'explique par l'emploi d'un châssis en magnésium et la recherche manifeste de robustesse avec des joints d'étanchéité. Naturellement, on retrouve les éléments qui signent un modèle expert comme les deux roues de commande et l'écran supérieur. Il s'y ajoute un viseur 100 % avec un grossissement important facilitant les emplois pointus. Côté technique, on trouve un capteur haute résolution à faible bruit mais aussi l'adoption d'un système autofocus très élaboré à 39 zones. De quoi bien exploiter la rafale à six images par seconde pour les sujets en mouvement. Plus inattendu sans doute, on découvre deux emplacements pour cartes SD permettant la sauvegarde ou un emploi différencié. Naturellement, la vidéo Full-HD est au programme et Nikon a mis à jour son autofocus par détection de contraste qui est plus rapide et fonctionne en continu. Comme il se doit pour un modèle qui entend offrir plus que les modèles grand public, le D7000 propose une quantité impressionnante de réglages plus ou moins sophistiqués permettant d'adapter l'appareil à ses besoins ou ses habitudes. Même s'il est utilisable simplement, ce modèle est clairement destiné à des utilisateurs techniquement compétents. En pratique, le D7000 est un appareil agréable d'emploi avec une réactivité impressionnante et un autofocus véloce. Le déclenchement surprend par sa douceur qui facilitera les prises de vue aux vitesses lentes. Les résultats sont vraiment bons avec des images bien exposées et détaillées. Du côté des hautes sensibilités, le comportement est remarquable puisqu'on peut monter jusqu'à 12 800 ISO avec une qualité encore très acceptable.

- Capteur : CMOS 16 Mpixels
- Facteur de conversion : 1,5
- Vidéo : 1920 x 1080, 24 i/s, AVI, H264/MPEG-4, sonore
- Supports mémoire : 2 SD/SDHC/SDXC
- Ecran : 3 pouces, 920 kpixels
- Dimensions : 132 × 105 × 77 mm
- Poids : 780 grammes (complet, sans optique)

1 150 €

Canon EOS 60D

L'expert pro

Nouveau modèle expert proposé par Canon, le 60D reprend nombre d'éléments de son modèle semi-professionnel 7D. Il devrait donc attirer les amateurs qui les ont enviées sans pouvoir en payer le prix ! Au premier abord, il est plutôt imposant mais en fait son volume n'est pas vraiment plus important que celui de ses concurrents. Une impression renforcée par la largeur du boîtier plus importante mais son poids reste dans la norme de la catégorie. Destiné à des utilisateurs exigeants, il offre une ergonomie proche d'un modèle professionnel avec deux roues de commande et un écran supérieur permettant de vérifier ou d'effectuer des réglages. Naturellement, les principaux paramètres disposent de commandes directes, évitant le passage par les menus. Parmi les caractéristiques intéressantes du 60D, il faut aussi souligner la présence d'un écran orientable en tous sens qui permet des prises de vues originales ou difficiles autrement. Le viseur est également bien meilleur que celui des modèles grand public. Le capteur offre la définition de 18 mégapixels mais si Canon a augmenté la résolution, il a aussi retravaillé la conception afin d'améliorer son rendement pour obtenir de meilleures performances en faible lumière. Parmi les caractéristiques qui peuvent chagriner certains utilisateurs, les performances en mode rafale sont plutôt inférieures à la moyenne, la faute au nombre de pixels enregistrés et donc à la taille des fichiers. Comme ses concurrents, le 60D offre la vidéo Full-HD et le choix de la fréquence jusqu'à 30 images par seconde. En revanche, l'autofocus pendant la prise de vue n'est pas très véloce. Côté montée en sensibilité ISO, le 60D se montre performant et sa résolution élevée n'est pas un handicap.

- Capteur : CMOS 18 Mpixels
- Vidéo : 1920 x 1080, 24/25/30 i/s, MOV H264, sonore
- Facteur de conversion : 1,6
- Support mémoire : SD/SDHC/SDXC
- Écran : 3 pouces orientable, 1040 kpixels
- Dimensions/poids : 144,5 x 105,8 x 78,6 mm/755 g (complet)

1 100 €

Le reflex continue à assurer la bonne tenue du marché de la photo numérique, même s'il est remis en question par les constructeurs eux-mêmes qui d'un côté misent de plus en plus sur l'hybride et de l'autre développent aussi des compacts experts en mesure de rivaliser avec les reflex sous certains aspects. Et comme si cela ne suffisait pas, Sony brouille encore les pistes en lançant un intermédiaire entre l'hybride et le reflex qui lui fait perdre son appellation avec une visée électronique. Pour autant, les ventes de reflex ont continué à augmenter nettement en 2010 alors que le marché dans son ensemble ne progresse que très légèrement. En effet, GfK estime un volume de vente de 577 000 reflex pour 2010, soit une augmentation de 12 % par rapport à l'année précédente alors que le total marché représente environ 5,6 millions d'appareils photo, soit une progression de 7 % par rapport à 2009. Si le reflex ne représente que 10 % des ventes d'appareils photo, il assure en revanche 27 % du chiffre d'affaires. On peut en tirer quelques enseignements. Certes l'hybride est en marche mais pour l'heure son poids reste encore très faible en France. En attendant de confirmer le raz-de-marée annoncé de l'hybride, le reflex reste le moyen le plus sûr de valoriser le marché de la photo.

Un public plus large

Avec désormais 10 % de parts de marché, le reflex n'est plus un produit réservé à l'amateur éclairé mais s'adresse à tous ceux que la photo intéresse, qu'ils soient experts ou non. Ces deux dernières années, il a d'ailleurs évolué radicalement avec désormais une vraie logique de gamme qui lui permet aussi de s'adresser au grand public. Pour autant, la baisse du prix moyen reste très contenue et il s'élève à 600 euros tout de même. Ce serait donc sans doute une erreur de ne plus miser sur le reflex entrée de gamme en pensant que ce segment sera cannibalisé par l'hybride. Ce dernier représente une alternative qui doit encore faire ses preuves et il vaut mieux élargir que restreindre. Évidemment pour les constructeurs, les questions ne se posent pas en ces termes. D'un côté, nous avons les historiques du reflex (Canon, Nikon et Pentax) qui trustent le marché ce qui a d'ailleurs conduit les autres

Reflex, hybride : ce qui les différencie

Tout comme l'hybride, le reflex est un appareil à objectifs interchangeables. Sa particularité est de posséder un miroir qui permet de viser directement à travers l'objectif. L'utilisateur voit donc la même chose que le capteur. La visée reflex permet de cadrer très précisément et d'avoir une bonne idée du résultat. L'hybride vise par l'écran arrière, ce qui est avantageux dans certaines situations mais moins confortable en général et d'ailleurs le reflex propose cette option quasi systématiquement aussi. L'hybride peut y ajouter un viseur électronique qui même de qualité reste en retrait d'une visée reflex. L'inconvénient de cette dernière réside dans la partie mécanique qui engendre un certaine encombrement. Le reflex autorise aussi l'autofocus par détection de phase plus performant que celui de l'hybride emprunté au compact. Revers de la médaille, la mise au point en vidéo est moins performante que sur l'hybride. Sony brouille encore les cartes avec les modèles SLT. Ils reprennent la technique reflex mais remplacent le miroir basculant par un fixe semi-transparent. Du coup, le viseur est électronique mais l'autofocus utilise la technologie des reflex. Les performances de mise au point en vidéo et en photo sont excellentes, mais la visée est moins performante.

Nikon D3100

L'entrée de gamme redéfinie

Nouveau modèle d'entrée de gamme, le D3100 redéfinit un peu ce qu'est devenu ce type d'appareil qui est vraiment loin d'être pauvre, en performances comme en fonctions ! Si son aspect général est identique à celui de précédents modèles, le D3100 est pourtant bien un nouveau boîtier qui gagne encore un peu en compacité. Les éléments essentiels (viseur, autofocus, obturateur et commandes) semblent très similaires. En revanche si l'écran est un peu plus grand que sur le D5000, il n'est pas orientable. La nouveauté essentielle réside dans l'utilisation d'un capteur CMOS 14 mégapixels qui promet à la fois définition et faible bruit. Plus novateur en entrée de gamme, le D3100 ajoute la visée par l'écran arrière et surtout la vidéo en Full-HD. Mieux encore, il est capable de faire la mise au point en continu pendant la réalisation d'une vidéo. À l'usage, on retrouve la très bonne prise en main des reflex Nikon et des commandes que l'on peut souvent adapter à ses besoins, ce qui est très efficace. La réactivité est vraiment bonne, avec toutefois des limites vite atteintes si vous voulez faire de la vidéo. L'autofocus fonctionne bien en continu mais sa rapidité est facile à prendre en défaut. Le comportement aux sensibilités élevées est tout à fait bon. Jusqu'à 6 400 ISO, la diminution de qualité reste très acceptable pour la plupart des usages.

Capteur : CMOS 14 Mpixels	Ecran : 3 pouces, 230 kpixels
Facteur de conversion : 1,5	Dimensions : 124 x 96 x 74,5 mm
Vidéo : 1920 x 1080, 24 i/s, AVI, H264/MPEG-4, sonore	Poids : 500 grammes (complet, sans optique)
Support mémoire : SD/SDHC/SDXC	580 €

Appareils photo reflex

à s'investir dans l'hybride. De l'autre côté, nous avons justement ceux qui cherchent une alternative pour créer de la valeur et de l'image (Panasonic, Samsung). Ensuite, il y a celui qui court les deux lièvres à la fois en s'investissant à parité (Sony) et celui qui propose les deux mais privilégie l'hybride (Olympus). Enfin, Fujifilm continue à miser sur le bridge et lance un compact expert très haut de gamme. Difficile de s'y retrouver dans tout cela !

Des arguments grand public aussi

Quelles que soient les raisons produit ou marketing des uns et des autres, le reflex est une catégorie à part entière qui garantit une forte valeur ajoutée. En entrée de gamme, cette catégorie d'appareil sera évidemment le plus souvent comparée à l'hybride, qui rappelons-le associe objectifs interchangeables à une conception compacte mais avec un capteur plus performant. Le premier argument généralement avancé par les promoteurs de l'hybride est son faible poids et son faible encombrement. Ce n'est que partiellement vrai. Pour le poids, le reflex entrée de gamme s'est beaucoup allégé et il n'y a guère qu'une centaine de grammes qui le sépare d'un boîtier hybride. Pour les mensurations, il est vrai que l'hybride sera moins encombrant tant que l'on utilise un objectif fixe ou un petit zoom mais dès que l'amplitude s'agrandit ou que l'on passe du côté téléobjectif, cet avantage s'annule. Certes, au final l'hybride est un peu moins encombrant mais sans que cela soit flagrant. Deuxième argument généralement avancé par l'hybride : la simplicité. Pour la photo, ce n'est pas exact. Le mode vert sur le reflex est tout aussi automatique et assisté que sur un hybride. En gros, on appuie sur le déclencheur et la photo est réussie. La visée peut aussi se faire par l'écran arrière le plus souvent et on bénéficie d'une vraie visée optique par l'objectif, ce qui fait évidemment défaut à l'hybride qui peut éventuellement compenser par un viseur électronique. L'agrément d'usage du reflex pour composer une photo et saisir sur le vif est incomparablement meilleur que sur un hybride et sera l'argument à avancer. L'hybride reprend l'avantage pour la vidéo généralement plus efficace. Quant à la qualité d'image, ce sera équivalent pour un usage grand public.

L'expert se professionnalise

Si le reflex peut redouter l'hybride en entrée de gamme, il s'impose comme seul choix dès que les exigences montent et que l'on s'approche de l'appareil expert. C'est d'ailleurs le créneau qui semble actuellement le plus prisé par les ténors du marché. Non seulement, il promet une forte valeur ajoutée avec des volumes conséquents mais de surcroit, il engendre la vente d'accessoires et notamment d'optiques très rentables. Ce n'est donc pas un hasard si Nikon et Canon viennent de renouveler leurs appareils experts, avec respectivement le D7000 et le 60D auxquels ils ont concédés pas mal de composants et de fonctions issus des appareils professionnels. Avec de plus en plus de photographes amateurs éclairés qui émanent logiquement d'un engouement croissant pour la photo numérique en général, ce segment de l'appareil reflex expert est devenu crucial et surtout permet de vendre à un prix élevé accepté par l'enthousiaste, ce qui devient de plus en plus rare dans le secteur du hi-tech. Il y a sans doute aussi un élargissement du canal de vente, car le spécialiste traditionnellement le mieux armé à vendre ce genre d'appareils n'est plus seul car les nouveaux passionnés iront sans doute tout autant chez le multi-spécialiste et sur le Web, voire prochainement en grande surface. Toujours est-il que tout rayon photo qui se respecte devra proposer un large choix en reflex, de l'entrée de gamme à l'expert en passant par les intermédiaires et sans négliger les optiques.

Sony SLT Alpha 33 & 55

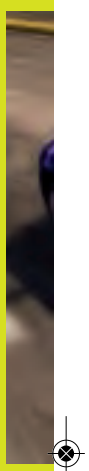
Une autre voie

Ayant l'aspect d'un reflex, les Alpha 55 & Alpha 33 sont pourtant plutôt à ranger dans la catégorie des appareils hybrides puisqu'ils utilisent un viseur électronique, du moins si on respecte l'étymologie. Toutefois, pour le reste, ils sont très proches du reflex. Disons immédiatement que les Alpha 33 et 55 sont des modèles identiques dans leur aspect général, leurs commandes et leur technologie. Ils se différencient avant tout par leur capteur (14 Mpixels dans un cas, 16 dans l'autre) et par leur vélocité pour la prise de vue en rafale. De plus, le 55 intègre un GPS pour la géo-localisation. Dessinés de façon classique, les boîtiers sont similaires à celui d'un reflex grand public. En revanche, sa conception est totalement différente puisque ces SLT utilisent un viseur électronique et un miroir semi-transparent. Le but de l'opération est de concilier la technique de mise au point d'un reflex aux possibilités offertes par l'absence de miroir mobile. On pense évidemment à la vidéo et aussi à la possibilité de rafales très rapides. Dans la pratique, la comparaison avec des boîtiers professionnels haut de gamme montre qu'on ne joue pas pour autant dans la même catégorie. La rafale en 10 images par seconde de l'Alpha 55 n'est obtenue qu'avec beaucoup de limitations et l'absence d'autofocus continu. Ce n'est qu'en vidéo que l'absence de miroir mobile en conservant l'autofocus par détection de phase montre une nette supériorité sur la concurrence. En revanche, et bien qu'il soit de très bonne qualité, le viseur électronique reste un inconvénient majeur pour le pur photographe car il ne permet pas d'apprécier correctement contraste et couleurs pendant la prise de vue et se montre limité dans les situations difficiles. Pour le reste, ces modèles offrent des prestations de très bon niveau et utilisent des composants et techniques connues comme le capteur Exmor 14 megapixels et un écran trois pouces orientable. En pratique, les performances sont vraiment très bonnes aussi bien pour les prises de vue courantes que si on monte en sensibilité ISO où la dégradation ne devient évidente que si on dépasse 3 200 ISO.

Capteur : CMOS 16 Mpixels stabilisé (Alpha 33 : 14 Mpixels)
Facteur de conversion : 1,5
Support mémoire : SD/SDHC/SDXC + MS Duo
Écran : 3 pouces orientable, 921 kpixels
Dimensions : 124 x 92 x 85 mm
Poids : 500 grammes (complet)
700 € (Alpha 33) 750 € (Alpha 55)

Test Drive Unlimited 2 repousse les limites

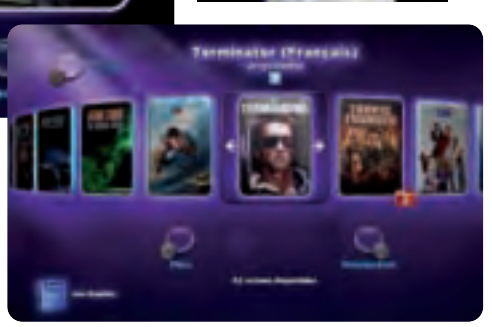
Apparue sur le marché dans la deuxième moitié des années 80 (sous le label Accolade à l'époque), la licence Test Drive a connu un renouveau fin 2006 avec Test Drive Unlimited sur Xbox 360, un jeu innovant car reposant sur un univers massivement multijoueurs. Le 11 février, Atari donnera une suite à ce titre pionnier avec Test Drive Unlimited 2, un nouvel opus aux ambitions revues pour répondre aux attentes d'aujourd'hui. *« Plus qu'un simple jeu de course automobile, Test Drive Unlimited 2 est un véritable environnement massivement multijoueurs, vrai réseau social avec par exemple ses clubs de joueurs »*, situe Olivier Réocreux, Chef de produits chez Namco Bandai Partners, distributeur du titre en France. Sur deux îles différentes (Ibiza s'ajoute ici à Hawai, qui offre désormais en plus des pistes off-road), les joueurs connectés peuvent se rencontrer sur les routes, se lancer des défis. Aucun abonnement n'est exigé pour profiter du jeu en ligne. *« Les demandes de la communauté ont été prises en compte, le nouveau Test Drive affiche désormais des cycles jour/nuit, des effets météo mais aussi une représentation des dommages infligés aux voitures. Un mode solo offline avec scénario est aussi désormais proposé »*. Voitures de prestiges sous licences officielles (Ferrari, Mercedes, Aston Martin…), décors de cartes postales et compétition féroce : la formule Test Drive a toujours misé sur le rêve. *« C'est un univers où par exemple l'achat d'une nouvelle voiture est valorisé et passe par une visite chez le concessionnaire où on pourra la tester… le réalisme va jusqu'à la possibilité de baisser les vitres pour communiquer avec les autres pilotes ! »*. Le chapitre personnalisation, encore développé ici, concourt à l'immersion, concernant le look de son avatar jusqu'à l'habillage des bolides en passant par la décoration de l'habitation du joueur, sans oublier que les joueurs peuvent désormais sortir de leurs véhicules pour mieux communiquer entre eux. *« Ce ne sont pas de simples à-côtés, cela fait partie intégrante de l'expérience de jeu »*. Après plus de 120 000 exemplaires vendus du premier opus (X360, PC et PS2), l'éditeur entend confirmer le succès de cette franchise remise au goût du jour. *« Le premier volet est toujours actif et joué en ligne »*, rappelle Olivier Réocreux. *« Il a été soutenu sur la durée avec la parution d'éléments à télécharger comme des motos, des voitures supplémentaires… »*. La sortie de Test Drive Unlimited 2 sera soutenue par une campagne sur Internet, en presse mais aussi des partenariats (voir guide jeux). Distribué en France par Namco Bandai Partners, le titre sera proposé en versions Xbox 360, PS3 et PC.

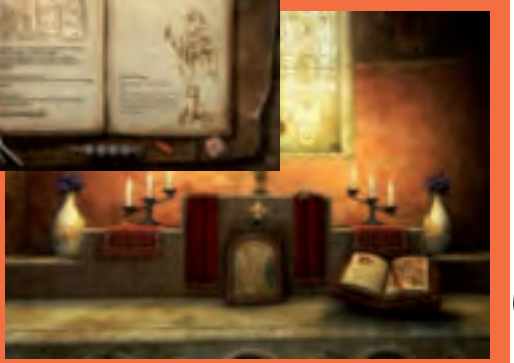


Un distributeur pour Yoostar 2

Yoostar 2, le jeu permettant de rejouer des scènes de films et séries cultes en remplaçant les acteurs à l'image (voir JDLI 184) vient de trouver un distributeur pour l'Europe. C'est Namco Bandai Partners qui se chargera de la distribution de ce titre tirant parti de Kinect sur Xbox 360 et de PlayStation Eye pour PlayStation 3. Prévu pour *« le premier trimestre 2011 »*, le jeu embarquera des fonctions communautaires avancées pour échanger et partager ses performances entre joueurs. *« Ce produit marquera sans doute l'esprit de ceux qui le voient »*, promet Olivier Comte, VP marketing, sales & publishing chez Namco Bandai Partners.

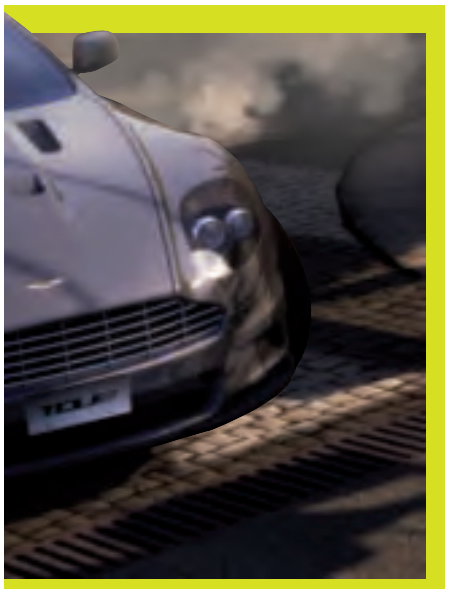
Visuel non définitif

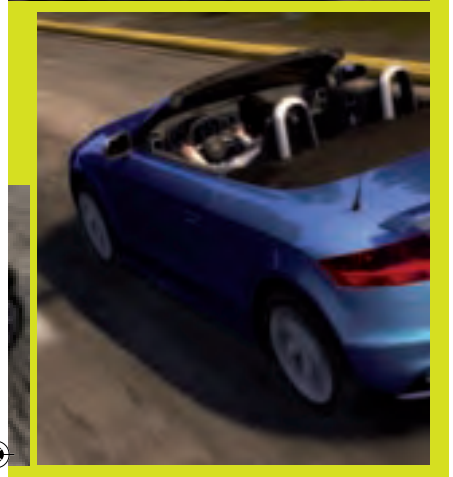




Kheops des classiques remis à jour

L'éditeur spécialiste du jeu d'aventure réédite des titres de son répertoire, en incluant notamment la prise en compte des écrans au format 16 :9 et des Netbooks. Au Cœur de Lascaux, Cap sur l'Ile au Trésor et Secrets of Da Vinci : Le Manuscrit Interdit comptent parmi les premiers titres concernés par une restauration. Les jeux sont proposés sur la boutique en ligne de l'éditeur. Côté nouveautés, Kheops Studios vient de publier le deuxième chapitre de The Fall Trilogy, sous-titré Reconstruction, une aventure basée sur un scénario original (le joueur se retrouve ici à nouveau projeté dans un environnement inconnu, le mystère s'épaissit…). Ce second chapitre est vendu en téléchargement au prix de 9,99 euros sur le site de l'éditeur (www.kheops-studio.com). À noter que l'éditeur a proposé une démo jouable sur Facebook du titre, via la société Spawnapps.com qui propose ce type de services.



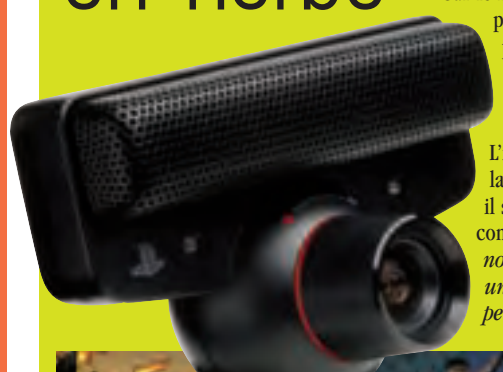


Bethesda, du rôle et de l'action

L'éditeur vient d'annoncer un prochain volet pour l'une de ses séries-phares : The Elder Scrolls. La suite du jeu de rôle Oblivion est d'ores et déjà annoncée pour le 11 novembre 2011 et portera le titre The Elder Scrolls V : Skyrim. Elle sera publiée sur PC, Xbox 360 et PlayStation 3. *« Cela fait de nombreuses années que nous travaillons sur Skyrim ainsi que sur sa technologie »*, souligne Todd Howard, responsable de nombreux développements chez l'éditeur dont les derniers Elder Scrolls. *« La suite d'Oblivion suscite des attentes énormes et nous sommes maintenant impatients de montrer le résultat de notre travail »*. Une vidéo teaser est présente sur le site officiel et l'éditeur devrait prochainement communiquer plus de détails sur le titre. Dans un tout autre domaine, l'éditeur américain vient de lancer une nouvelle déclinaison du jeu d'action en vue subjective Quake (id Software), à destination cette fois du Xbox Live Arcade. Quake Arena Arcade se télécharge contre 1 200 points Microsoft et permet de retrouver les combats explosifs et survoltés propres à la série. Jusqu'à 16 joueurs peuvent s'affronter simultanément dans une trentaine d'arênes classiques plus une douzaine conçues pour l'occasion. De multiples modes de jeu (Capture the flag, Harvester…) répondent à l'appel ainsi que la possibilité d'implémenter des bots (personnages dirigés par la console) ou de se lancer dans une campagne solo.

Pour les Bruce Lee en herbe

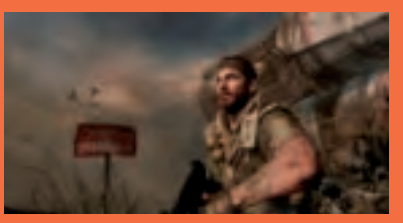
Depuis quelques semaines, Kung-Fu Live est proposé en téléchargement sur le PlayStation Network. Vendu au prix de 13,99 euros, ce jeu propose aux possesseurs de PS3 équipés de la caméra PlayStation Eye de devenir l'acteur principal d'un film d'arts martiaux ! L'image du joueur est capturée via la caméra et injectée dans le jeu où il s'agit de terrasser des hordes continues d'ennemis. *« Dès le début, nous avons eu l'intention d'offrir une sérieuse dose de fun aux personnes qui ne se prennent pas trop au sérieux »*, situe Teemu Maki-Patola, Patron du studio Virtual Air Company Ltd. *« Le résultat est exactement le genre de défi physique ridicule que nous voulions créer »*. Dans un ambiance de bande dessinée américaine, le joueur doit mimer les différents coups à infliger aux ennemis. Pour ne pas garder pour soi ces précieux moments de gesticulation devant l'écran, l'éditeur a lancé une chaîne YouTube où chacun peut poster ses prestations et en faire profiter la communauté. Un concours a d'ailleurs été lancé pour élire les vidéos les plus appréciées…



CONTENUS À TÉLÉCHARGER

Call of Duty Black Ops

Le jeu d'action de tous les records accueillera son premier contenu supplémentaire à télécharger le 1er février avec le pack First Strike. Celui comprendra quatre cartes multijoueurs inédites et une nouvelle carte Zombie. Pour le moment, ce contenu est uniquement annoncé pour les possesseurs de la console de Microsoft.



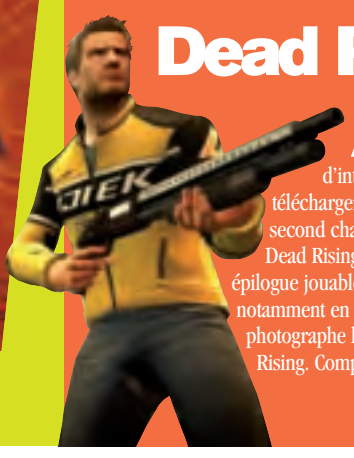
RUSE

Ubisoft proposait récemment du contenu supplémentaire gratuit à son jeu de stratégie Ruse. Le pack Projet Manhattan est disponible sur Xbox Live Arcade, PSN et Steam et propose trois cartes multijoueurs supplémentaires (Le Crépuscule des Dieux, Vésuve et Feux et Fleurs) ainsi que deux modes (Guerre nucléaire, guerre totale).

Civilisation 5

Le jeu de stratégie de 2K Games accueillait le mois dernier le Double Pack Scenario et Civilisation : Espagne et Empire Inca. Pour 4,99 euros, celui-ci permet aux joueurs d'ajouter ces deux nouvelles civilisations jouables, dotées de leurs unités et caractéristiques propres.

Dead Rising 2



Après un premier chapitre d'introduction à l'histoire à télécharger, Capcom propose un second chapitre supplémentaire pour Dead Rising 2 avec Case West. Cet épilogue jouable en solo ou à deux met notamment en scène Franck West, le photographe héros du premier Dead Rising. Compter 800 points Microsoft.

Tron remis au go

Entretien avec

Xavier Albert

Directeur marketing de Walt Disney Studios France

Près de 30 ans après un film avant-gardiste qui ne rencontra pas immédiatement son public, Disney donne aujourd'hui une seconde vie à Tron avec un nouveau long-métrage ambitieux. Sortie en 3D au cinéma, bande-son signée Daft Punk : le groupe entend galvaniser l'aura culte acquise au fil des années par le film pionnier. Xavier Albert, Directeur marketing de Walt Disney Studios France, nous détaille comment la licence est réactivée. Par Patrick Hellio

JDLI : Pourquoi produire une suite à Tron près de 30 ans après le film original ?
Xavier Albert : Le projet est né sous l'impulsion de deux personnes ; Joseph Kosinski qui l'a réalisé et Sean Bailey, producteur du long-métrage. Fans du premier film sorti en 1982, ils se sont rapprochés de Disney pour proposer d'explorer à nouveau l'univers de Tron dans un nouveau film, dont le concept est plus actuel que jamais à l'heure des nouvelles technologies. Si le long-métrage original avait fait un vrai flop à sa sortie, son aspect visionnaire et avant-gardiste lui a permis d'acquérir, au fil des années, un statut de film culte. Des personnalités comme Steve Jobs (Apple) ou John Lasseter (Pixar) ont connu l'influence du Tron original, qui a aussi inspiré de nombreux créatifs dans le design, l'architecture… Après avoir créé un teaser test, présenté en avant-première au Comic Con de San Diego en 2008 où il a rencontré un joli succès, Kosinski et Bailey ont reçu le feu vert de Disney pour débuter la production de Tron L'Héritage.

Sur le plan marketing, comment remet-on sur le devant de la scène une licence comme Tron ?
Une franchise de ce type nous permet d'explorer de multiples pistes, que ce soit en presse, en événementiel ou en digital. Les maîtres mots de notre communication vont être l'innovation que représente Tron L'Héritage mais aussi l'expérience unique au cinéma qu'il représente. C'est d'ailleurs un film qui se doit d'être découvert en salles !

Quelle part accordez-vous à la nostalgie dans l'attrait que peut avoir la licence Tron ?

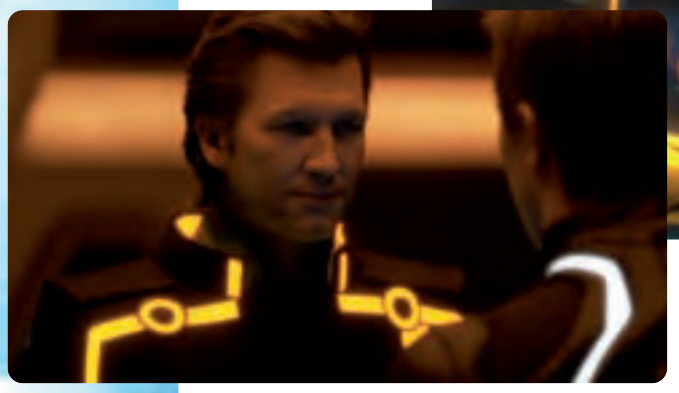
Un univers propice au jeu vidéo

En son temps, le premier Tron avait connu les joies d'adaptations en jeux vidéo sur les machines de l'époque dont l'Atari 2600, l'Intellivision et en salles d'arcade. Avec un univers venu directement du jeu vidéo lui-même, il est légitime que Tron inspire les développeurs. La mouture 2011 n'échappe pas à la règle et Marlène Masure, Responsable marketing chez Disney Interactive Studios, nous détaille ce que les circuits imprimés de nos consoles se préparent à recevoir prochainement.

JDLI : Quels temps forts du film ont été retenus pour élaborer les jeux vidéo ?
Marlène Masure : Le jeu est un pont narratif entre le film de 1982 et Tron l'Héritage. Il va permettre de comprendre tout ce qu'il s'est passé dans le monde de Tron entre les deux films. Pour donner un exemple de l'influence du film sur le jeu, nous pouvons parler de l'apparition des Isos. Même si dans le film il y a de brèves allusions à ce qui est arrivé aux Iso's, c'est via le jeu vidéo Tron Evolution que le joueur découvrira ce qui s'est réellement passé et connaîtra plus en profondeur la mythologie Tron pour mieux saisir les tenants et aboutissants du nouveau film.

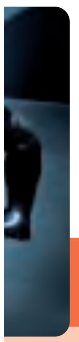
Y a-t-il de grandes différences entre les versions du jeu ?
Oui, tant au niveau graphique que du système de jeu ou bien même de l'histoire. Sur les versions PS3, Xbox 360 et PC, nous un avons un jeu d'action/aventure/ plate-forme qui emprunte un style graphique similaire à celui du film Tron : l'Héritage. On suit la lutte entre le Programme

goût du jour



Photos du film : ©Disney Enterprises, Inc. All Rights Reserved.

Ce n'est pas un aspect que nous allons mettre en avant directement. En revanche, le look vintage du premier Tron inspire la scène créative, je pense par exemple à la scénographie signée Alexandre de Betak dans le cadre de l'expo Tron : L'Heritage qui se tenait début janvier à la galerie Colette à Paris…



Quel public ciblez-vous aujourd'hui avec le film Tron L'Héritage ?
Comme tout film Disney, il s'adresse à une large audience. Nous avons identifié deux publics principaux, à savoir les adolescents et jeunes adultes. La bande originale des Daft Punk est un atout pour toucher ce public qui reste principalement masculin. Le film devrait aussi plaire aux enfants à partir de 10 ans.

Pourquoi le film sort-il en dernier sur le marché français ?
La décision a été prise, au niveau local, de donner la priorité fin 2010 au film d'animation Raiponce pour renouer avec la tradition du film familial de fin d'année. Le nombre important de films en 3D prévus sur la période nous ont également incités à privilégier le début 2011 pour ne pas être noyés dans l'offre.

Quels sont vos objectifs en termes d'entrées en France ?
Nous aimerions dépasser les deux millions d'entrées, Raiponce en est à 3,5 millions. Avec un budget de production de 150 millions de dollars, Tron L'Héritage a déjà remporté 250 millions de recettes dans le monde.

Outre le jeu vidéo, sous quelles autres formes l'univers Tron sera-t-il décliné à l'avenir ?
Tout d'abord sous la forme d'une série TV animée d'une vingtaine d'épisodes de 30 minutes environ, qui sera diffusée à l'été 2012 sur Disney XD. Une attraction Tron est proposée à DisneyWorld, qui pourrait être exportée. Jeux vidéo, DVD et Blu-ray 3D sont prévus par la suite pour cette franchise pleinement réactivée !

Quel regard portez-vous sur cette technologie 3D au cinéma ?
L'histoire reste l'élément le plus important d'un film. Mais la 3D s'avère très intéressante pour offrir une expérience intense au cinéma, qui se prête davantage à certains types de films. L'idéal consiste aussi à créer des films dans ce sens et de ne pas se contenter de conversions 3D de films existants.

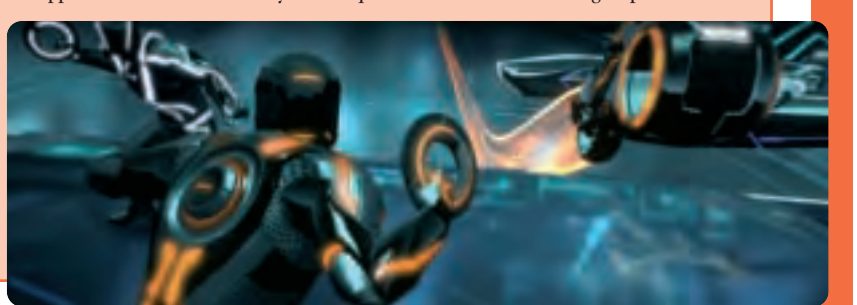
Réactiver des franchises anciennes, une nouvelle tendance chez Disney ?
Oui, mais ce n'est pas spécifique à Disney puisque toute l'industrie se penche aujourd'hui sur d'anciennes propriétés intellectuelles remises au goût du jour. Des rumeurs concernant les retours de 20 000 Lieux sous les Mers ou Le Trou Noir ont circulé, mais rien n'a été confirmé pour le moment !

Tron L'Héritage sort en salles le 9 février.

Anone (dirigé par le joueur) et le virus Abraxas qui cherche à contrôler le monde de Tron. Ces versions comprendront également un mode multijoueurs en ligne jusqu'à 10 joueurs. À noter qu'il est possible de jouer en 3D sur la version PS3 (mode solo). La version Wii, intitulée Tron Evolution : Les batailles du Damier, est un jeu d'action très intéressant pour son aspect multi-joueurs mettant en scène les différents combats d'arène du monde de Tron. Le style graphique se distingue largement des autres versions, car personnages, décors et véhicules sont cartoonisés. Du côté de l'histoire, le joueur créera son personnage et suivra son évolution jusqu'à devenir le champion suprême du monde de Tron. Tron Evolution sur PSP propulse quant à lui le joueur dans une série d'épreuves allant de la course intense de lumicycles aux combats stratégiques de tanks, en passant par les batailles de disques. Chaque victoire permet d'augmenter les capacités du joueur afin de devenir le champion du monde de Tron. Il sera possible de participer jusqu'à quatre (local) à ces différentes épreuves. La version DS est un jeu d'action qui verra le joueur lutter contre un complot visant à truquer les jeux du damier. Il sera également possible de jouer à quatre en local.

Le même studio de développement a-t-il travaillé sur les différentes versions ?
Le Studio Propaganda a entièrement développé les versions PS3, Xbox 360 et PC. Propaganda a également supervisé le développement des versions Wii et DS confiées à NSpace, et de la version PSP confiée au studio SuperVillain.

Quel dispositif marketing allez-vous mettre en place pour soutenir le lancement du jeu ?
Le dispositif marketing mis en place pour la sortie du jeu est assez varié car nous allons avoir une présence en TV (TNT/cabsat sur une cible hommes 15-24, générant plus de 4,5 millions de contacts), au cinéma (carton jeu vidéo sur la bande-annonce du film dès le 24/11 dans 2000 salles), sur Internet (plan de catch-up TV, générant plus de deux millions de contacts), en radio (trois semaines de campagne sur NRJ) et en Presse dans 20 Minutes. Il existe une réelle synergie entre les équipes cinéma et jeux vidéo chez Disney, ce qui nous a permis la mise en place de nombreuses opérations marketing en préparation du lancement du jeu vidéo (avant première prestige, Studio SFR, soirée de lancement chez Colette…). Nous avons également le support du site Internet Disney.fr ainsi que de certaines chaînes du groupe.



Gameloft

L'éditeur de jeux vidéo Gameloft, très présent sur le marché du jeu pour mobiles, vient de réussir un beau coup en étant présent dans l'offre de service de la V6 de la Freebox, baptisée Revolution. Le Freenaute va pouvoir jouer directement sur son téléviseur à des jeux installés sur sa Freebox, qu'il aura préalablement téléchargés. Et de plus, avec un vrai pad fourni avec la box. Alors, la Revolution, une console de jeux à part entière ? Tandis que Free débutait à peine la distribution de sa machine tout début janvier, nous avons profité d'un reportage de Bertrand Amar chez Gameloft pour apprécier les démonstrations faites par Cyril Guilleminot, Directeur France et Luxembourg de Gameloft. Par Sébastien Anxolabéhère - Photos : Guy Pichard

Martin Despaux, journaliste High Tech et jeux Video & Anthony Greslin, cadreur

Gameloft est née il y a un peu plus de 10 ans avec pour vocation de développer des jeux pour téléphones mobiles. Avec 4 500 salariés dans le monde dont une large majorité de développeurs, la société française est devenue un géant du secteur et se développe désormais dans d'autres marchés. Elle est non seulement très présente sur l'iPad, mais prend désormais position sur le marché des contenus pour la télévision interactive. Présente au lancement de la Freebox Revolution avec cinq jeux dont deux gratuits, la société fait une entrée remarquée sur ce nouveau marché. Pour l'heure, les jeux proposés sont des portages de ses grandes licences développées pour la téléphonie.

JDLI : Comment est née votre collaboration avec Free ?
Cyril Guilleminot : Le rapprochement s'est fait assez naturellement. Nous effectuions des tests sur le processor Intel CE 4100, alors que nous avons appris qu'il serait inclus dans la nouvelle Freebox. Nous leur avons donc proposé de développer des jeux et c'est de cette manière que la collaboration est née.

Combien de projets secrets de ce type Gameloft a-t-elle dans ses cartons ?
Nous regardons de très près le nouveau marché des boxes triple play et des TV connectées. Nous venons de lancer deux nouvelles offres sur ce marché. La première offre de jeux au niveau mondial sur box triple play avec Free pour la Freebox Révolution, et nous venons d'annoncer au CES notre partenariat avec Panasonic pour le lancement de jeux HD pour les TV connectées Panasonic Viera HD.

Comment imaginez-vous ce nouveau marché des jeux totalement dématérialisés à jouer sur téléviseur d'ici quelques années ?
C'est un format de plus pour amener du jeu vidéo de qualité, accessible par tous et offrant une très bonne expérience de jeu dans les foyers. Donc nous soutenons largement toutes ces initiatives des constructeurs.

JDLI188-P46-47-Reportage Gameloft-BAT:JDLI 17/01/2011 16:24 Page 47

soutient la Revolution

Bertrand Amar & Cyril Guilleminot

Bouyaka, pro de l'audiovisuel

Bertrand Amar est de ceux qui ont popularisé le jeu vidéo à la télévision. En toute logique, il a voulu être parmi les premiers à tester et à présenter les jeux de Gameloft proposés par Free.

JDLI : Vous venez chez Gameloft découvrir leur travail pour la Free Revolution. À quel public adressez-vous ces informations ?
Bertrand Amar : Deux sujets ont été tournés le 3 janvier : un sujet pour mon Blog « bamarenlive.com » que je fais avec Coca-Cola zero et MSN et sur lequel je poste régulièrement des sujets vidéos que j'anime. Par ailleurs, Martin Despaux - le journaliste de Media365 présent - a, pour sa part, réalisé un sujet destiné à l'émission Gameblog que nous produisons avec le site Gameblog.fr pour la chaine de la TNT Direct Star. Le thème du sujet : peut-on vraiment jouer sur une box Internet ? Il a permis d'introduire la menace qui plane à terme sur les consoles telles qu'on les connait avec le développement de plates-formes telles que ces box ou les solutions de Cloud Gaming comme On Live.

En vous rapprochant de Media365, une société qui développe notamment des contenus pour la téléphonie mobile, avez-vous découvert de nouveaux débouchés pour vos émissions sur les jeux vidéo et la hi-tech ?
Des contenus mobiles…et des sites ! Nous lançons donc ces prochains jours TopGames365.fr ; un site de jeu vidéo avec une approche participative et communautaire et travaillons en effet sur des contenus mobiles liés aux jeux vidéo et aux nouvelles technologies.

À titre personnel, quelles impressions vous laissent ces premiers jeux sur la nouvelle Freebox ?
Je suis vraiment séduit par la qualité des jeux, même si tous les titres proposés sont déjà bien connus grâce notamment à leur version iPad. La manette fournie et les capacités gyroscopiques de la télécommandes laissent imaginer de belles possibilités pour les joueurs occasionnels car en l'état, elle ne peut pas remplacer une PS3 ou une Xbox 360 pour le gamer qui cherche de vrais « gros » jeux. Espérons donc que les abonnés achètent ces jeux afin d'encourager le développement de nouveaux titres…

Freebox Revolution : Les jeux Gameloft au lancement

UNO : On ne présente plus le célébrissime jeu de cartes.
Let's Golf! 2 : Le fameux jeu de golf pour toute la famille.
Asphalt 5 : 33 voitures au départ, un seul vainqueur. Possibilité de jouer à 4 en multijoueurs.
Real Football 2011 : Comme son nom l'indique, une simulation footballistique aux graphismes et à l'IA détaillés.
N.O.V.A - Near Orbit Vanguard Alliance HD : Élu meilleur jeu d'action de l'année, ce FPS propose d'en découdre dans 13 niveaux différents, seul ou à plusieurs.

Prix : entre 4,99 et 6,99 euros pièce.
Let's Golf! 2 et Asphalt 5 sont gratuits.

JDLI188-P48-49-Guide Jeux-BAT:JDLI 17/01/2011 16:18 Page 48

Marvel vs Capcom 3 Fate of Two Worlds

Combat

Le 18 février

Capcom, spécialiste du jeu de combat, propose à nouveau une rencontre entre ses personnages phares et une sélection de super-héros de l'écurie Marvel avec des combats sur un plan mais dans des décors et avec des personnages cette fois également réalisés en 3D. Chris Redfield et Wesker de Resident Evil, Viewtiful Joe, Ryu ou autres Amaterasu côté Capcom vont pouvoir en remontrer à Spider-Man, Iron Man, Captain America, Magneto… Plusieurs modes de jeu répondent ici à l'appel, dont l'incontournable combat d'équipes « trois contre trois ». Un Simple Mode mettra le jeu à portée de tous en facilitant l'exécution de prises et coups spéciaux.

PLAN MARKETING

Non communiqué.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Capcom
Editeur	Capcom
Distributeur	Capcom
Nombre de joueurs	1 à 2
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	environ 60€

Mario vs Donkey Kong Pagaille à Mini-Land !

Plate-forme/ réflexion

Le 4 février

Après plusieurs épisodes sur consoles portables, la série Mario vs Donkey Kong fait son retour sur Nintendo DS avec cet opus mettant à nouveau en scène l'affrontement entre le plombier vedette et le gorille de Nintendo pour la pauvre Pauline. Alors qu'il vient d'ouvrir un parc d'attraction, Mario voit sa fiancée kidnappée par le malotru. Pour la sauver, il va remettre en route les Mini Mario, des automates qu'il s'agira de faire traverser chaque tableau en activant échelles, canons, en traçant des ponts… dans huit environnements différents. Le jeu permet aussi aux joueurs de créer leurs propres labyrinthes puis de les partager en ligne avec les autres possesseurs du jeu.

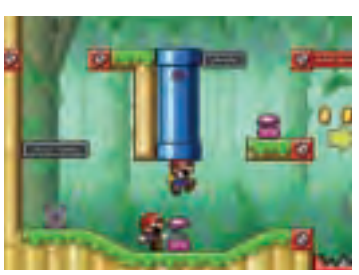
PLAN MARKETING

Non communiqué.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Nintendo
Editeur	Nintendo
Distributeur	Nintendo
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	environ 40€



Test Drive Unlimited 2

Course/ massivement multijoueurs

Le 11 février

Comme son prédécesseur, Test Drive Unlimited 2 se démarque par son aspect connecté qui permet aux joueurs de se rencontrer et de se défier en ligne. Deux îles sont ici proposées (Hawai et Ibiza) et le jeu permet désormais de se livrer à des courses « off road ». Les cycles jour/nuit et la météo sont désormais gérés. L'aspect social est développé, les joueurs pouvant ici sortir de leur voiture pour aller à la rencontre des autres. Un mode solo plus élaboré est ici présent, sans oublier les multiples options de personnalisation rendues possibles.

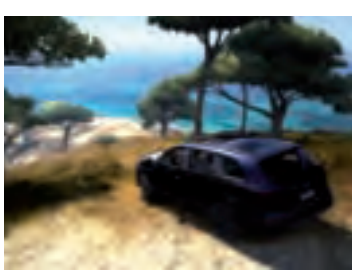
PLAN MARKETING

Namco Bandai va communiquer en presse spécialisée automobile et masculine. Des opérations RP sont prévues en direction de la presse jeux vidéo. Une campagne Internet est annoncée sur MSN, M6 Replay et W9. Un partenariat a par ailleurs été signé avec Fun Radio pour la promotion du jeu.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Eden Games
Editeur	Atari
Distributeur	Namco Bandai Partners
Nombre de joueurs	NC
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	entre 30€ et 50€ environ



Tron Evolution

Action

Le 3 février

Quelques jours avant la sortie du long-métrage remettant au goût du jour l'univers avant-gardiste de Tron, Disney propose des adaptations en jeux vidéo. Sur les consoles HD, il s'agira d'incarner Anon, un personnage chargé de remporter les différentes épreuves de la grille Tron incluant des combats en arènes et les fameuses courses à bord de véhicules lumineux. La version PS3 sera compatible écrans 3D et Move. Des publics plus larges seront adressés par les versions sur consoles Nintendo, comme la version DS où il s'agira de résoudre de nombreux puzzles.

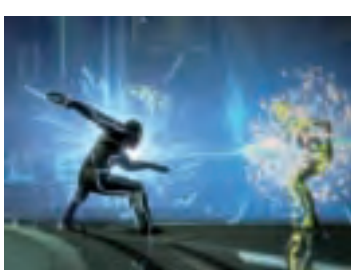
PLAN MARKETING

Disney Interactive Studios va communiquer sur le jeu en TV (TNT/cabsat), en radio (trois semaines sur NRJ) mais aussi sur Internet (plan de catch-up TV, mise en avant sur Disney.fr). En Presse, le groupe a retenu le quotidien gratuit 20 Minutes. Dans les cinémas, une mention au jeu vidéo figurait dans la bande annonce du film depuis le 24 novembre 2010.

MISE EN PLACE

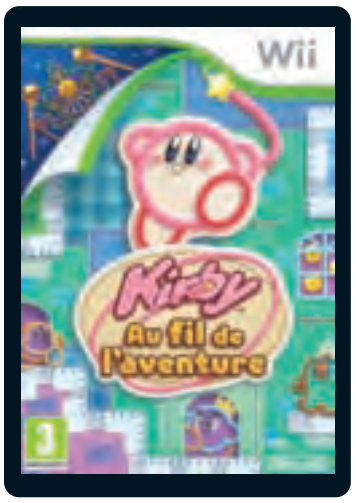
Non communiquée.

Développeur	Propaganda (version next gen)
Editeur	Disney Interactive Studios
Distributeur	Disney Interactive Studios
Nombre de joueurs	1 à 10
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	entre 30€ et 60€ environ



Kirby Au Fil de l'Aventure

Action/ plate-forme



Wii

Le 25 février

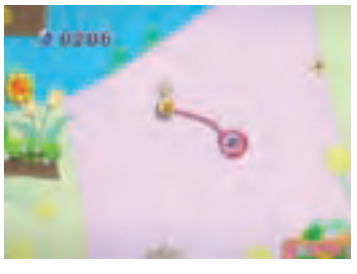
Apparu au début des années 90 dans des jeux de plate-forme, le personnage de Kirby figure depuis régulièrement dans des jeux de l'univers Nintendo (Super Smash Bros) mais tardait à reprendre le rôle principal d'une aventure. Ce sera bientôt chose faite avec ce titre qui s'annonce assez original. Les graphismes de ce jeu de plate-forme se distinguent en effet par leur aspect de tissus et fils de laine. Le héros - composé de laine - peut changer de forme, se transformer et combattre ses ennemis à coup de fils ! Deux joueurs pourront collaborer dans l'aventure.

PLAN MARKETING
Non communiqué.

MISE EN PLACE
Non communiquée.

Développeur	Good Feel
Editeur	Nintendo
Distributeur	Nintendo
Nombre de joueurs	1 à 2
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	environ 45€

3



Ghost Trick Détective Fantôme

Action/ Réflexion

DS

Disponible

Nouvelle création de l'auteur de la série Ace Attorney (Shu Takumi), Ghost Trick mise également sur l'originalité pour se démarquer. Dans ce jeu mêlant aventure et énigmes, le joueur incarne Sissel, le fantôme d'un assassiné atteint d'amnésie. Doté de la faculté de posséder des objets l'entourant, d'effrayer les humains l'entourant et même de remonter le temps de quelques instants, le spectre va devoir faire la lumière sur les conditions exactes de sa disparition mais aussi protéger des innocents. Principe de jeu original, charte graphique attachante : ce nouveau Capcom pourrait faire parler de lui.

PLAN MARKETING
Non communiqué.

MISE EN PLACE
Non communiquée.

Développeur	Capcom
Editeur	Capcom
Distributeur	Nintendo
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	environ 40€

12

DC Universe Online

Massivement multijoueurs

PC PS3

Disponible

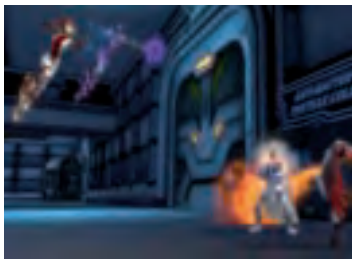
En développement depuis plusieurs années, le jeu massivement multijoueurs développé par Sony Online Entertainment en partenariat avec DC Comics est enfin arrivé, en versions PC et PS3. Les joueurs peuvent ici créer de toutes pièces leur propre super-héros ou super-vilain pour collaborer aux côtés de personnages emblématiques comme Superman, Batman et autres Joker et participer à des combats évidemment dantesques. De multiples environnements bien connus répondent ici à l'appel, comme Gotham, Metropolis ou encore le fameux asile d'Arkham. Il est nécessaire de souscrire à un abonnement mensuel pour pouvoir jouer (12,99 euros par mois, 34,99 euros pour trois mois, 64,99 euros pour six mois…).

PLAN MARKETING
Non communiqué.

MISE EN PLACE
Non communiquée.

Développeur	Sony Online Entertainment
Editeur	Sony Computer
Distributeur	Sony Computer
Nombre de joueurs	NC
Jeu en ligne	Exclusivement
Prix publics conseillés	environ 55€ (PS3) et environ 45€ (PC)

16



Inazuma Eleven

Jeu de rôle/ simulation sportive

DS

Le 28 janvier

Série déclinée en plusieurs épisodes au Japon, Inazuma Eleven fait aujourd'hui ses premiers pas en Europe. Ce titre consiste en une représentation originale du football, à mi-chemin entre simulation et jeu de rôle. Le studio Level 5 (Professeur Layton) met ici en scène des matchs entre collégiens, l'objectif du héros étant de rassembler une équipe de choc pour remporter un tournoi. Un millier de personnages pourront être recrutés ici, avec chacun leurs talents, pouvoirs et coups spéciaux propres qui serviront lors des matchs en temps réel. Les matchs traditionnels (équipes de 11) cohabitent avec des défis où des équipes de quatre doivent remplir des objectifs. Deux joueurs peuvent également s'affronter en réseau local.

PLAN MARKETING
Non communiqué.

MISE EN PLACE
Non communiquée.

Développeur	Level 5
Editeur	Nintendo
Distributeur	Nintendo
Nombre de joueurs	1 à 2
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	environ 35€

7

Quête spirituelle
Mange, Prie, Aime

Comédie dramatique

2 février

Après un douloureux divorce, une femme décide de prendre une année sabbatique et entame un périple initiatique. Adapté du récit autobiographique de la romancière Elizabeth Gilbert racontant son voyage à travers le monde, ce film marque le grand retour de Julia Roberts (Erin Brokovich, Le Sourire de Mona Lisa) sous la direction de Ryan Murphy, plus connu comme l'un des créateurs des séries Nip/Tuck et Glee. Mange, prie, aime qui s'étire en longueur a suscité la curiosité de plus de 664 000 spectateurs en salles.

MISE EN PLACE
50 000 exemplaires.

PLAN MARKETING
La campagne s'articule autour de spots TV sur TMC, W9, Teva, des spots radio sur RTL et de l'Internet avec commeaucinema.com.

Editeur **Sony Pictures Home Entertainment**
Distributeur **Sony Pictures Home Entertainment**
Prix publics conseillés 19,99€ (DVD) 24,99€ (Blu-ray)

Duel d'acteurs
Le Bruit des Glaçons

Comédie dramatique

25 janvier

Face-à-face entre Jean Dujardin (99 francs) et Albert Dupontel (Le Vilain) dans ce dernier long-métrage de Bertrand Blier (Les Valseuses, Tenue de soirée) qui met en scène un écrivain alcoolique en mal d'inspiration et son cancer venu lui annoncer sa mort prochaine. Aucune alternative possible à cette comédie noire : on adhère immédiatement à l'humour corrosif de l'auteur ou l'on tombe dans un ennui profond jusqu'à la dernière image. Le film a réuni plus de 743 000 spectateurs en salles.

MISE EN PLACE
35 000 exemplaires.

PLAN MARKETING
250 000 euros en TV (M6, câble, TNT) et 150 000 euros en radio dont un partenariat avec RMC sont investis pour la promotion du film. Une campagne presse s'ajoute en complément.

Editeur **Wild Side Vidéo**
Distributeur **Universal StudioCanal Vidéo**
Prix publics conseillés 19,99€ (DVD) 19,99€ (Blu-ray)

Manipulations de haut vol
Wall Street : L'argent ne Dort Jamais

Drame

2 février

Après des années de prison, Gordon Gekko est libéré et retrouve le monde de l'argent qu'il connaît si bien. Voulant renouer avec sa fille, il prend son futur gendre sous son aile. 22 ans après, Michael Douglas reprend le rôle de ce requin de la finance immoral et caustique qui lui a valu un oscar. Sous la direction d'Oliver Stone (Platoon, World Trade Center), Douglas rencontre deux acteurs de la génération montante, Shia LaBeouf (Transformers) et Carey Mulligan (Une Éducation). Dommage que le dénouement du film se transforme quasiment en happy end ! Wall Street 2 a totalisé 572 000 entrées en France.

MISE EN PLACE
40 000 exemplaires (DVD), 10 000 exemplaires (Blu-ray).

PLAN MARKETING
La sortie du film est appuyée par un campagne TV du 2 au 6 février de 100 000 euros sur W9, Direct 8, iTélé, Canal + Sport et une campagne catch-up TV du 2 au 16 février de 365 000 euros sur Canal+ web, M6 Replay et TF1 Vision.

Editeur **Twentieth Century Fox Home Entertainment**
Distributeur **Fox Pathé Europa**
Prix publics conseillés 19,99€ (DVD) 24,99€ (combo Blu-ray + DVD)

Drôles de cabots !
Le Chihuahua de Beverly Hills 2

Comédie

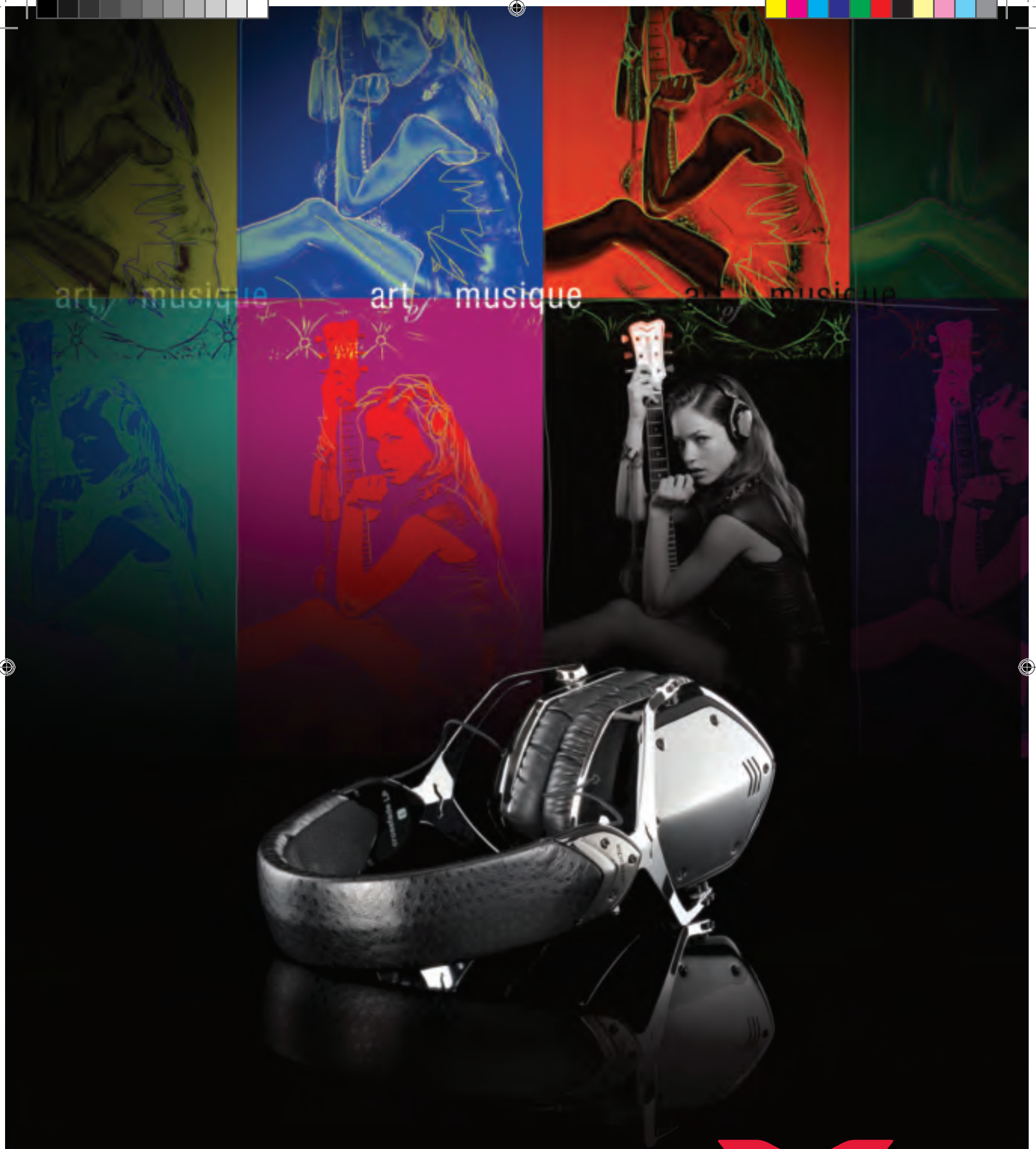
9 février

La famille s'agrandit avec les nouvelles aventures de Papi et Chloé devenus parents de cinq chiots plus turbulents les uns que les autres. Pour aider leur maître, les animaux vont participer à un concours de mode pour essayer de gagner le premier prix. Ce second opus du Chihuahua s'inscrit dans la lignée du premier film qui avait réalisé plus de 212 500 entrées en salles en 2009. Inédit au cinéma, cette suite part à la conquête d'un public familial.

MISE EN PLACE
50 000 exemplaires.

PLAN MARKETING
Le titre est soutenu par une campagne web touchant les cibles enfants 4-10 ans et les familles avec enfants (jeu.fr, momes.net, aufeminin.com) et les cibles fans de cinéma (allocine.com). Une campagne presse avec Télé Star, Télé 2 semaines, Le Journal de Mickey et Astrapi s'ajoute au dispositif.

Editeur **Walt Disney Home Entertainment**
Distributeur **Walt Disney Studios Home Entertainment**
Prix publics conseillés 14,99€ (DVD) 19,99€ (Blu-ray)



crossfade LP

conçu avec les plus grands dj . design métal . son hifi

V-moda

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

couleurs disponibles : phantom chrome, white pearl et gunmetal

10-12_Vmoda-JDL(240x316).indd 1 16/12/2010 15:42:56

Projet1:Mise en page 1 19/01/2011 16:54 Page 1

URBAN SOLUTIONS

POUR iPAD™

Keyboard Sleeve

Urban Move

Silicone Sleeves

Urban Power Music

Urban Sleeve

Urban Stand

Photos non contractuelles

www.urban-factory.com

Urban Factory