

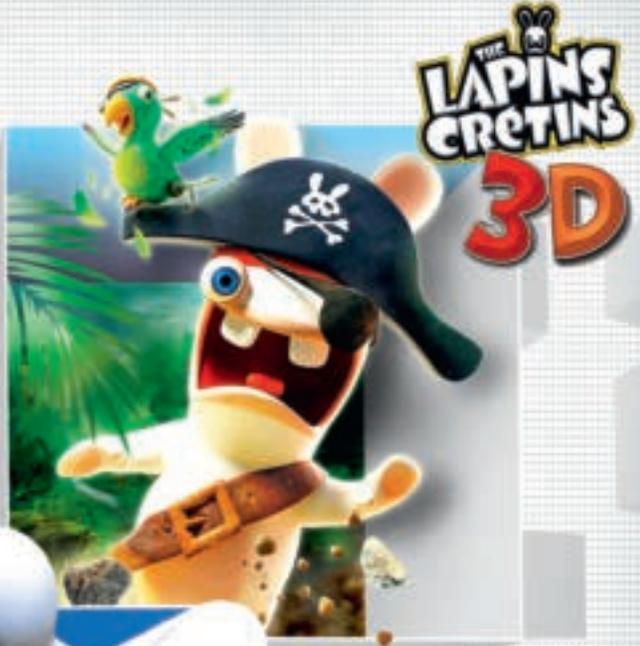
# JDLI

Le Journal Des Loisirs Interactifs  
www.jdli.com

N°191/8 mars 2011



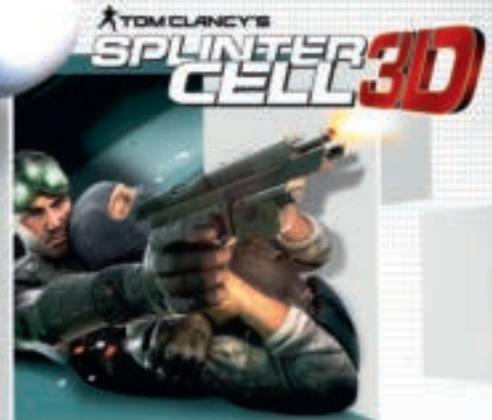
TOM CLANCY'S  
**GHOST RECON**  
SHADOW WARS



THE  
**LAPINS**  
CRETINS  
**3D**



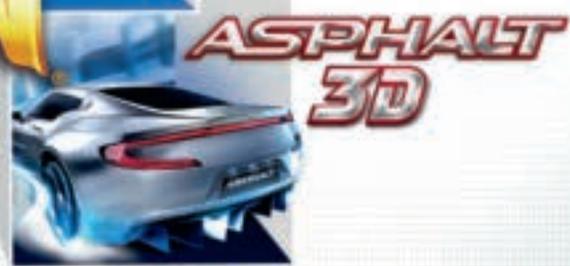
**RAYMAN**  
**3D**



TOM CLANCY'S  
**SPLINTER**  
CELL  
**3D**



COMBAT DE GEANTS  
**DINOSAURES**  
**3D**



**ASPHALT**  
**3D**

**UBISOFT MET DU RELIEF**  
**DANS VOS RAYONS !**



**UBISOFT**

[www.ubi.com/nintendo3ds](http://www.ubi.com/nintendo3ds)

Exclusively on  
**NINTENDO 3DS™**

© 2011 Ubisoft Entertainment. All Rights Reserved. Ubisoft and Ubisoft logo are trademarks of Ubisoft Entertainment in the U.S. and/or other countries. NINTENDO 3DS/3DS TRIMARK OF NINTENDO. Rayman, Combat de Géants, The Lapins Crétins, Tom Clancy, Ghost Recon, Splinter Cell, Asphalt, Dinosaures, the Splinter Cell, Ubisoft and the Ubisoft logo are trademarks of Ubisoft Entertainment in the U.S. and/or other countries. © 2011 Ubisoft. All Rights Reserved. Splinter Cell, Tom Clancy, Ghost Recon and Asphalt are trademarks of Ubisoft in the U.S. and/or other countries. All manufacturers, titles, distributors, names, brands and associated images featured in Asphalt. © Ubisoft are trademarks and/or registered trademarks of their respective owners. Published by Ubisoft Entertainment under license from Ubisoft. Les données apparaissant à titre préliminaire sont susceptibles de modifications. Nintendo 3DS and 3DS logo are trademarks. © 2011 Nintendo.

# Urban Factory : être

Câbles  
couleur  
pour iPad™  
iPhone™  
iPod™



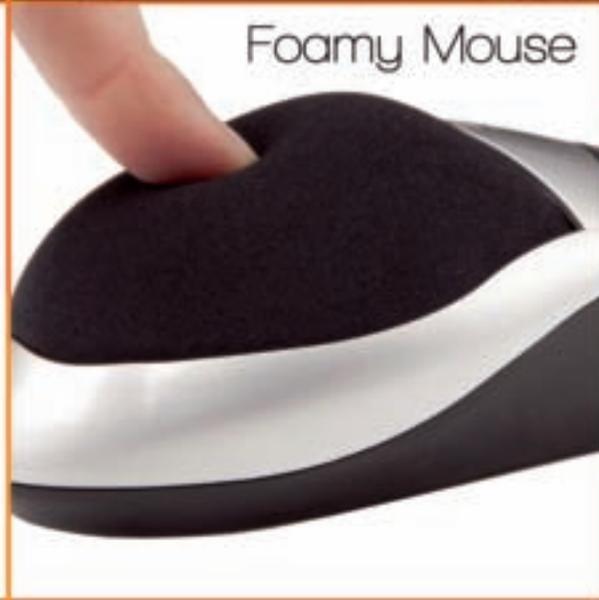
Vintage  
Collection



Crazy  
Mouse V2



# différent tout simplement.





# iPad 2...

## une question de semaines

Apple vient d'annoncer la sortie d'une nouvelle version de sa tablette tactile iPad, dont la sortie est fixée en Europe pour le 25 mars (le 11 mars aux États-Unis). Plus fin désormais que l'iPhone (33 % moins épais que le précédent modèle), l'iPad 2 a aussi fait un régime puisqu'il a perdu 15 % de son poids tout en accueillant plusieurs nouveautés comme deux caméras (un capteur VGA en façade qui vise l'utilisateur et au dos pour la capture vidéo en HD) et un processeur deux fois plus puissant (double cœur A5 à 1Ghz). Taille et définition de l'écran restent inchangées. La sortie de la machine sera accompagnée de la parution de l'iOS 4.3. L'iPad 2 sera proposé en deux coloris (noir ou blanc). Une housse magnétique interagissant avec l'appareil, Smartcover, sera proposée en option par Apple et servira également de support. Les prix américains iront de 499 dollars (version 16 Go en WiFi) à 829 dollars (3G de 64 Go). La première génération d'iPad baisse de prix pour préparer l'arrivée de la succession. À noter que la date de sortie européenne de l'iPad 2 verra également l'arrivée de la Nintendo 3DS dans les bacs... une journée à coup sûr chargée !



# Free

## passera par Orange



Free peut respirer. Le trublion des FAI vient de signer avec Orange un accord d'itinérance mobile pour la 2G et la 3G. La mise en œuvre effective de cette entente entrera en application quand Free Mobile aura atteint un objectif de 25% de couverture de la population. En clair, Free pourra se servir de l'infrastructure d'Orange pour proposer dès le lancement de son offre une couverture nationale. C'est en 2018 que Free devra couvrir 90 % de la population avec ses propres infrastructures. Si Orange accepte aujourd'hui de mettre de l'eau dans son vin, les choses n'ont pas toujours été aussi simples, l'opérateur n'étant pas vraiment enthousiaste à l'idée de servir de marche-pied pour Free. Mais l'accord récent entre la Poste et SFR, ainsi que les négociations de Free avec SFR et Bouygues ont permis aux négociations d'aboutir.

# GDC 2011, le lot d'annonces

Depuis quelques années, le salon professionnel Game Developers Conference, dédié aux rencontres entre concepteurs de jeux vidéo, se fait de plus en plus le théâtre d'annonces stratégiques. L'édition 2011, qui se tenait début mars à San Francisco, aura également été l'occasion de déclarations durant les conférences et tables rondes. À l'occasion de la keynote de Satoru Iwata, PDG de Nintendo, on a ainsi appris qu'un jeu Super Mario tout en 3D était confirmé en préparation pour la Nintendo 3DS et que plus de détails devraient être communiqués à l'E3 en juin prochain. Le lancement de la boutique en ligne de la console, eShop, est désormais daté à mai prochain via une mise à jour. On pourra y télécharger des jeux des anciennes consoles portables de la marque mais aussi de la Game Gear de Sega et de la PC Engine de Nec, sans oublier des clips musicaux et bandes annonces en 3D. Une « surprise » a également été confirmée pour fêter cette année les 25 ans de la série Legend of Zelda. Chez Sony, la GDC a permis de souligner que les ventes de PS3 s'élèvent désormais à plus de 41 millions dans le monde et que plus de 70 millions de comptes PSN ont été ouverts (sur PS3, PSP, PC). Le salon est aussi l'occasion d'avoir des nouvelles de studios hexagonaux comme Quantic Dreams, dont le jeu Heavy Rain a vendu deux millions d'exemplaires, aurait été « fini par 72% des joueurs l'ayant commencé » selon David Cage, son patron, contre les 20% habituels. Lexis Numérique (In Memoriam, eXperience 112) a pour sa part annoncé trois jeux qui seront prochainement commercialisés sur le PlayStation Network : Red Johnson's Chronicles, Learning with the PooYoos (pour les 3 à 6 ans) et un jeu d'action/survival horror, Amy. Toujours du côté des annonces, THQ a confirmé la sortie prochaine d'un troisième volet de sa série de jeux d'action Saint's Row, sous-titré The Third et qui est attendu pour la fin d'année. Shadow of The Damned, prochain jeu du créateur de Resident Evil (Shinji Mikami) a été daté au 7 juin prochain chez Electronic Arts. À noter que Minecraft a été désigné comme jeu indépendant de l'année.



# GDC



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

 Windows 7  
Professionnel

Voyez **GRAND**

jusqu'à  
**150€ HT**  
REMBOURSÉS\*



**150€ HT REMBOURSÉS** pour l'achat d'un ProBook avec sa station d'accueil ou son Care Pack  
**50€ HT REMBOURSÉS** pour l'achat d'un ProBook

Station  
d'accueil USB

Prix conseillé **89€ HT**

HP Care Pack  
Garantie HP Care Pack 3 ans  
sur site J+1 et protection contre  
tout dommage accidentel

Prix conseillé **166€ HT**

## Voyez **GRAND** avec le HP ProBook 4520s

Avec Windows® 7 Professionnel, votre PC comme vous le voulez.

L'essentiel pour **gérer votre activité professionnelle** : vitesse, fiabilité, compatibilité, connectivité et sécurité. HP met à profit une expertise reconnue sur le marché professionnel pour intégrer aux Probooks la solution ProtectTools. Elle contient tous les outils nécessaires à la protection optimale de votre PC en quelques clics. HP QuickLook vous permet de consulter mails, agenda, contacts et notes sans démarrer le système.

**Voyez grand pour votre vie personnelle**, avec son écran HD LED 16/9 avec port HDMI, ainsi que son lecteur Blu-ray (selon modèle) votre HP ProBook vous offre la meilleure configuration pour vos loisirs numériques.

Prix conseillé à partir de

**459€ HT**



[hp.com/fr/voyezgrand](http://hp.com/fr/voyezgrand)

\*Voir les conditions sur [hp.com/fr/promopc](http://hp.com/fr/promopc). ©2011 Hewlett-Packard Development Company, L.P. Tous droits réservés. Les informations ici présentes ne sont pas contractuelles et peuvent évoluer sans préavis. Microsoft et Windows 7 sont des marques commerciales des sociétés du groupe Microsoft.



# 12

## NCsoft soigne le marché européen

L'éditeur coréen, spécialiste du jeu de rôle massivement multijoueurs, revient pour le JDLI sur ses performances enregistrées au cours de l'année 2010. L'occasion de faire le point avec Véronique Lallier, Directrice générale Europe, sur les ambitions du groupe sur le Vieux Continent et sur les titres les plus populaires dans nos contrées.



# 16

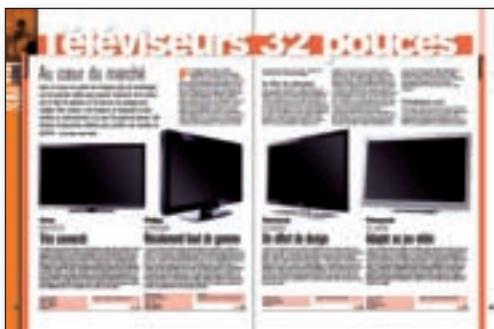
## Toshiba TV sort de la mêlée

Le fabricant prend l'initiative dans plusieurs domaines. Écrans 3D sans lunettes, nouveaux usages connectés, téléviseurs surpuissants, design avant-gardiste figurent parmi les rendez-vous de cette année. Thierry Chabrol, Directeur général de la division électronique grand public et Alain Apriou, Directeur marketing, nous détaillent la stratégie de Toshiba sur ce marché.

# 20

## Mobile World Congress 2011 : Le renouveau de la téléphonie

Après deux éditions successives marquées par la crise qu'avaient notamment subie les marchés télécoms des pays développés, l'édition 2011 du salon a clairement consacré le retour du dynamisme. Un dossier de sept pages pour connaître les principales tendances observées sur l'événement qui a attiré cette année 60 000 visiteurs professionnels du 14 au 17 février à Barcelone en Espagne.



# 40

## Panorama : téléviseurs 32 pouces

S'il ne s'inscrit pas dans la course actuelle vers les plus imposantes tailles de dalles, le format 32 pouces n'en reste pas moins une valeur sûre et la diagonale la plus vendue sur le marché. Et contrairement à ce que l'on pourrait penser, le format dispose d'arguments valables pour justifier une montée en gamme.

## Marché

8 : News

12 : Interview : NCsoft

Véronique Lallier, Directrice générale Europe

16 : Interview : Toshiba

Thierry Chabrol, Directeur général division électronique grand public et Alain Apriou, Directeur marketing

## Mobilité

20 : Salon Mobile World Congress 2011

Les grandes tendances sur l'un des plus importants événements dédiés téléphonie

30 : News

## Salon

34 : News

38 : Interview : Micro Application

Rémy Poirson, Directeur marketing

40 : Panorama : Téléviseurs 32 pouces

Six modèles, positionnés entre 459 et 1249 euros

## Guides

44 : Logiciels multimédia

46 : Hardware

48 : Jeux vidéo

50 : DVD vidéo

### Journal des Loisirs Interactifs

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

Directeur de la publication  
Laurent Guerdier

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

Secrétaire de rédaction  
Guy Pichard  
guy@microscop.com  
Journalistes  
Driss Abdi, Benoit Dupont, Jean-Luc Marianna,  
Roland Marianna, Caroline Mauduit  
Photographe  
Guy Pichard  
Ont collaboré à ce numéro :  
Marie-Sylvie Maufus, Ariel Gomez  
et Thomas Pagbe

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

Maquette  
Directrice Artistique  
Anastasia Babic  
anastasia@microscop.com  
Rédacteurs graphistes  
Benoît Maurice  
Christophe Monfort  
Responsable diffusion :  
Christèle Bono : 01 41 58 58 20  
cbono@microscop.com

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

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



# RÉVÈLE TON CÔTÉ MÉDIÉVAL !



## Les SIMS MÉDIÉVAL



BOXS ESCALIER



FRONTON 5TG



UNE OPÉRATION IMPACTANTE EN MAGASINS AVEC TOUS LES OUTILS DÉDIÉS



STANDEES



BOXS TOUR



### PLAY WITH LIFE\*

\* JOUEZ AVEC LA VIE

### DISPONIBLE LE 24 MARS 2011



© 2011 Electronic Arts Inc. Electronic Arts, EA et le logo EA, Les Sims et le logo Les Sims Medieval sont des marques commerciales ou des marques déposées d'Electronic Arts Inc. aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Tous droits réservés. Toutes les autres marques commerciales appartiennent à leurs propriétaires respectifs.



MARCHÉ

News

# Tablettes

## GfK table sur un million

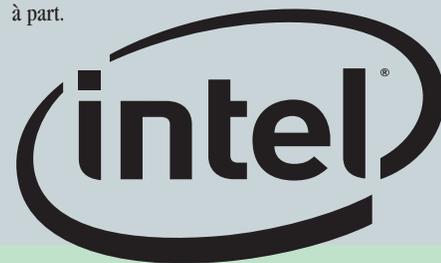
L'institut d'études se jette à l'eau et annonce ses prévisions de ventes de tablettes tactiles pour l'année en cours. Il devrait s'en écouler un million, toutes marques confondues bien évidemment. « Ce marché est stratégique car il est à la croisée des chemins entre les smartphones et les ultraportables. Dans un contexte de multi-équipement, les tablettes ont trouvé leur public et viennent concurrencer les netbooks par des usages similaires » souligne Laurent Donzel, Directeur des Technologies de l'Information chez GfK Retail and Technology France. À titre de comparaison, rappelons que GfK prévoit 1,4 million de netbooks vendus et 4,1 millions de notebooks. En 2010, il s'en

est vendu 435 000 pièces (dont 160 000 pour le seul mois de décembre) pour une valeur de 220 millions d'euros, soit un prix moyen de 505 euros. Un prix inévitablement en chute cette année.



# Intel a finalisé le rachat de McAfee

Cela pourrait bien bouleverser le marché de la sécurité informatique : le fondateur Intel a racheté le spécialiste du secteur. Le prix n'a pas été divulgué. Intel insiste sur le fait que « l'approche actuelle de la sécurité ne couvre pas convenablement les quelques milliards de nouveaux terminaux connectés à Internet : PC, terminaux mobiles et sans fil, téléviseurs, voitures, appareils médicaux et DAB. » En clair, Intel souhaite rapidement pouvoir proposer des solutions de sécurité directement intégrées à ses processeurs. Ce qui n'empêchera pas McAfee de continuer à commercialiser ses produits et services à part.



# Ô MedPi mio !



Reed Exhibitions organise du 14 au 16 juin prochain le premier MedPi Italie à... Monaco. Sur le modèle de son grand frère français, qui aura 15 ans cette année, le MedPi Italie mettra en contact distributeurs et fournisseurs dans les mondes de l'IT, des télécoms et de l'EGP. Laurent Eydiu, Directeur de la Division des salons Nouvelles Technologies chez Reed Expositions France et co-initiateur du concept MedPi, nous présente ce nouveau défi.

**JDLI : Reed Exhibitions crée un « MedPi Italie ». Sera-t-il l'exacte réplique du concept français ?**

Laurent Eydiu : Absolument, tant dans le fond que dans la forme. Le MedPi est fondamentalement ancré sur des méthodes et des moyens au service d'un seul objectif : l'optimisation des relations d'affaires. Depuis 15 ans en France et depuis près de 10 ans en Espagne et au Portugal, c'est un modèle qui génère une grande satisfaction pour ses clients et c'est sur ces bases connues et reconnues que le marché italien a accueilli l'initiative avec enthousiasme. En termes de marché, le MedPi Italie regroupera dès sa première édition tous les marchés de l'IT, des Télécoms et de l'EGP grand public. En cela, il favorisera les échanges inter industries des loisirs numériques. Une condition fondamentale pour créer les opportunités de nouveaux business et de nouveaux débouchés. En termes de lieu, le MedPi Italia se tiendra aussi à Monaco profitant ainsi de la proximité et de la sensibilité historique, culturelle et économique de la Principauté avec l'Italie. Et comme nulle part ailleurs, les professionnels italiens bénéficieront des moyens exceptionnels

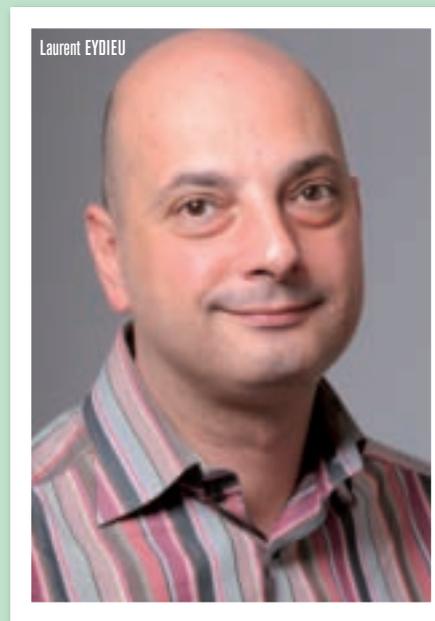
déployés par la Principauté pour servir leurs relations d'affaires.

**L'organisation de la distribution italienne crée-t-elle des contraintes particulières ?**

Nous serons respectueux de ses particularités tout en privilégiant les organisations centralisées. Une étude et des recherches très pointues ont été réalisées depuis juillet 2010 pour cartographier la distribution italienne. Nous engageons des moyens sérieux et importants pour fédérer tous les réseaux et les décideurs opportuns. D'ores et déjà, près de 400 décideurs des achats représentant un peu plus de 60 réseaux de distribution nationaux sont en phase d'inscription et nous témoignent de leur confiance et leur grand intérêt.

**Pouvez-vous nous annoncer d'ores et déjà la présence d'exposants importants ?**

Nous entretenons des relations avec tous les acteurs importants du marché italien. Nous commençons à bâtir avec la plupart d'entre eux des propositions fondées sur des cahiers des charges exigeants qui nous prouvent



leur volonté de déployer des moyens significatifs. Nous sommes optimistes sur la qualité de cette première édition. Il est important de dire que cette confiance n'existerait pas sans celle des entreprises françaises qui depuis de longues années s'investissent sur le MedPi et montrent un bel exemple que leur collègues italiens vont vouloir et pouvoir suivre. Nous leur en sommes extrêmement reconnaissants.





# Boostez vos montages video

Découvrez Avid Studio et le nouveau Pinnacle Studio HD v.15



Créer des films de qualité professionnelle avec une technologie approuvée par Hollywood.

Avid®, leader mondial en technologie de création de contenus audio et vidéo professionnels, vous donne les moyens de sublimer vos films et vidéos grâce à une gamme complète de solutions de montage vidéo grand public. Du simple partage de vos souvenirs aux productions de niveau professionnel, nous vous proposons quatre options pour bénéficier chez vous de technologies de montage vidéo approuvées par Hollywood. Vous n'avez plus qu'à choisir celle qui vous convient le mieux.

Version d'essai en téléchargement [avid.com/studiotrial](http://avid.com/studiotrial)

© 2011 Avid Technology, Inc. Tous droits réservés. Les caractéristiques, les spécifications, les configurations requises et la disponibilité du produit peuvent faire l'objet de modifications sans préavis. Avid, le logo Avid, et Pinnacle Studio sont des marques commerciales ou des marques déposées d'Avid Technology, Inc. ou de ses filiales aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Toutes les autres marques commerciales mentionnées dans le présent document sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.



# Carrefour prend un nouveau virage



Loin d'avoir obtenu les résultats promis lors de sa nomination début 2009, Lars Olofsson, le patron de Carrefour a revu la stratégie du groupe. Premier élément, séparer l'immobilier du reste en introduisant 25 % du capital de Carrefour Property sur la bourse de Paris, pour pouvoir accueillir des investisseurs pas forcément attirés par un groupe de 100 milliards d'euros et 475 000 salariés. Le hard discount (Dia) sera côté à la bourse de Madrid et donc séparé de Carrefour. Deuxièmement, rendu à son métier d'hyperdistributeur, l'enseigne va devoir réussir la mue de tous les points de vente en Europe en Carrefour Planet, dont 91 (40 en France) dès cette année. Carrefour Planet est un concept

d'hypermarché réservant des espaces repensés en univers.

## Résultats en hausse

Par ailleurs, le distributeur a présenté des résultats pour 2010. Le bénéfice net est en hausse de 11,3 %, à 382 millions d'euros. Un résultat qui serait bien meilleur hors éléments exceptionnels. La réorganisation au Brésil a coûté 321 millions, 201 millions de charges de restructuration, 215 millions sont à mettre au passif du plan de transformation et 269 millions pèsent comme charges non récurrentes.

## Un portail qui a la patate



Le portail Internet de jeux en ligne à accès gratuit gPotato annonce avoir franchi le cap des six millions de joueurs enregistrés sur ses serveurs (Angleterre, France, Allemagne, Italie, Pologne et Turquie). « Nous sommes convaincus que nous repousserons encore nos limites en 2011 », promet Hyun Hur, CEO de Gala Networks Europe (éditeur du portail). « En particulier grâce à la sortie de nouveaux titres innovants comme Age of Wulin et en continuant d'ajouter d'excellents contenus additionnels à nos jeux déjà existants tels que Allods Online, Dragonica ou Terra Militaris ». Lancé en 2006, le portail gPotato propose à l'heure actuelle huit titres « free to play » différents sur six territoires.



# Archos, CA à la hausse...

Archos, spécialiste des tablettes et des lecteurs audio-vidéo nomades, a réalisé un chiffre d'affaires de 83,3 millions d'euros en 2010, soit une hausse de 44 %. La progression est encore plus nette pour le seul quatrième trimestre fiscal, d'octobre à décembre puisqu'elle atteint 120 %, à 35,6 millions. Si l'Europe demeure le territoire de prédilection de la société française avec 69 % du CA, les États-Unis pèsent pour près d'un quart, tandis que l'Asie demeure faible avec 6 % seulement. Pour Henri Crohas, Pdg et fondateur, ce dynamisme est à porter au crédit notamment du lancement de la huitième génération des Internet Tablets de la marque. « En fin d'année, le succès des tablettes de la Génération 8, en particulier des Archos 70 et Archos 101, a dépassé toutes nos attentes. La demande a été telle que nous avons été confrontés à une situation de pénurie dans la plupart des enseignes. La demande se maintient à un très haut niveau au cours de ce

trimestre, ce qui confirme le fort potentiel de développement du marché des tablettes et la pertinence des choix stratégiques que nous avons faits très tôt dans ce domaine, il y a plus deux ans », déclare-t-il.

## ... et investissements en Chine

La société a également annoncé une réorganisation de

sa présence en Chine pour mieux affronter le marché asiatique. Archos Digital Products Trading Shenzhen, filiale à 100 % d'Archos change de nom en Archos Technology Shenzhen. La filiale hongkongaise, Archos Technology Hong Kong, est rebaptisée Arnova Technology Hong Kong, filiale à 100 % de la société de Shenzhen. En développant la collaboration avec des sociétés locales, il s'agit de se mettre en situation pour obtenir le statut spécial de société de technologie, ce qui lui permet d'accéder à des aides de l'état chinois et de plus facilement entrer en bourse. Archos Shenzhen va développer en collaboration avec le siège français des produits qui seront commercialisés sous la marque Arnova entre 100 et 200 euros, sur les territoires européens, américains et asiatiques. Pour Archos, il s'agit donc de créer une seconde gamme de produits, low-cost, capable de contrer les tablettes « made in China » qui pourraient bien déferler sur les marchés occidentaux et éventuellement proposer ses produits en marque blanche à des distributeurs.



# Microsoft fait Bing

La firme de Redmond a lancé le 1er mars son moteur de recherche sur Internet en France : Bing. Annoncé par Microsoft comme « le plus Français des moteurs de recherche », Bing a conçu en collaboration d'acteurs divers du Web made in France tels que PagesJaunes, le Gie E-Presse, la BnF, la Direction Générale de la Modernisation de l'Etat ou encore Allociné. Cet ancrage local via le partenariat avec pagesjaunes.fr a donc pour but de mieux répondre aux recherches de l'utilisateur concernant des informations

de proximité, comme par exemple concernant une entreprise. Eric Boustouller, Président de Microsoft en France, a commenté ce lancement : « Avec Bing, nous avons l'ambition de rebattre les cartes de la recherche sur Internet grâce à une expérience utilisateur en phase avec les nouveaux usages numériques tout en mettant en avant nos engagements : des relations partenariales, le partage de la valeur et le respect des ayants droit et de la vie privée des internautes. »

# Microsoft®



# BitDefender protège Facebook



Le spécialiste de l'antivirus BitDefender lance une campagne de communication sur Facebook. Pour participer et gagner une BMW série 3 haut de gamme, il faut installer une application spécifique dans Facebook. Ensuite, le joueur doit relever des défis hebdomadaires et publier photos ou dessins. Des cadeaux sont à gagner toutes les semaines, et le gros lot (la BMW) sera attribué par tirage au sort à la fin mai. BitDefender édite notamment une application visant à repérer les virus sur Facebook.

# Focus élargit son accord avec Metaboli

Cédric Lagarrigue



# FOCUS

HOME INTERACTIVE

Focus, l'éditeur parisien très orienté PC, était déjà présent dans la distribution digitale via Metaboli, le spécialiste du genre. Mais l'accord qui vient d'être conclu est beaucoup plus large. Dorénavant, l'hébergement et l'animation de toutes les boutiques en ligne rattaché aux différents sites officiels de l'éditeur, seront réalisés par Metaboli. Pour sa part, Focus s'engage à mettre en place des opérations spécifiques sur l'ensemble des titres de Metaboli, sur tous les territoires où la société est présente. Cédric Lagarrigue, Pdg de Focus, nous répond.

**JDLI : Vous avez conclu un accord de distribution digitale avec Metaboli. Qu'en attendez-vous en termes de volumes de ventes ? Est-il exclusif ?**

Cédric Lagarrigue : L'exclusivité porte uniquement sur la vente en téléchargement de nos titres via les sites Internet officiels Focus, qui étaient gérés jusqu'ici par plusieurs partenaires dont Metaboli. Nos sites Internet, grâce à leur audience qualifiée et au trafic important que nous savons générer, représentent une partie importante de notre chiffre d'affaires en ligne au niveau international. Metaboli devient donc notre partenaire exclusif, son rôle sera de créer et administrer les boutiques officielles, gérer les transactions, assurer le support et mettre à notre disposition les bons outils qui nous permettent de bien driver les ventes.

**Les ventes de jeux PC en boîte vont-elles à disparaître ?**

Les ventes de jeux PC en boîte ont failli disparaître du fait des enseignes qui dans bien des pays du monde entier, ont supprimé les jeux PC des rayons au détriment des jeux dits casual sur consoles qui réalisaient des chiffres de ventes insolents. La bulle autour de ce type de jeu s'étant quelque peu dégonflée et le jeu PC ayant trouvé un second souffle grâce à Internet, c'est naturellement qu'on le voit revenir en magasin. Annoncer la disparition des ventes de jeux PC en boîte, c'est comme annoncer qu'on ne mettra plus d'essence dans nos voitures ou encore qu'un simple écran connecté suffira à faire tourner n'importe quel jeu dans un futur plus ou moins lointain. On sait que cela arrivera un jour, prédire quand, c'est une autre histoire.



Entretien avec

Véronique Lallier

Directrice générale de NCsoft Europe

# NCsoft soign

L'éditeur NCsoft, spécialiste du jeu massivement multijoueurs, revient pour le JDLI sur ses performances sur l'année 2010, enregistrées via ses titres Aion ou Lineage. L'occasion de faire le point avec Véronique Lallier, Directrice générale de NCsoft Europe, sur le positionnement et les ambitions en Occident de l'éditeur coréen. Par Patrick Helliö



**JDLI : NCsoft publiait récemment ses résultats pour l'année 2010. Quel bilan dressez-vous de l'année écoulée ?**

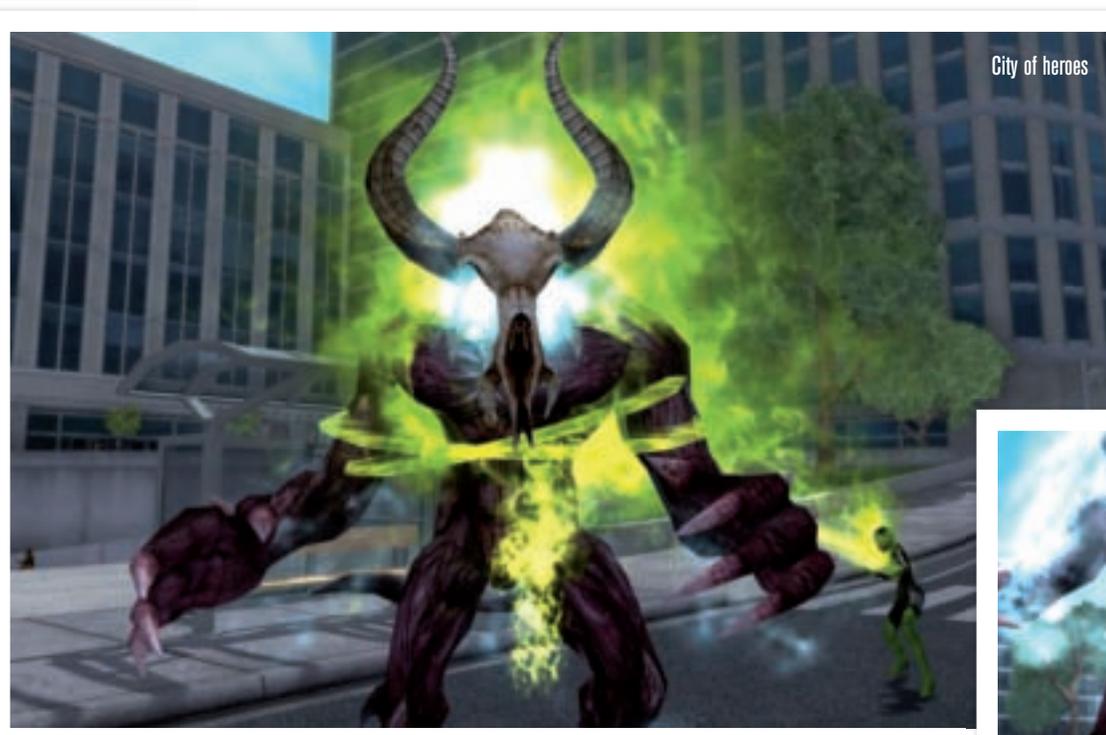
Véronique Lallier : Il est très positif, 2010 a été une bonne année pour NCsoft qui a bien performé y compris sur des titres déjà assez anciens comme Lineage. Un jeu sur lequel nous avons d'ailleurs battu notre record annuel de revenus, ce qui reste assez impressionnant pour un titre qui affiche 12 ans d'âge ! Le fait que les développeurs de NCsoft soient toujours à l'écoute des joueurs concourt à ce succès sur la durée : dès que les utilisateurs font des remarques sur leur titre, les codeurs se mettent à l'ouvrage. Sorti en 2009 en Occident, Aion rencontre un

joli succès et a su capter une communauté de joueurs importante et fidèle. Une extension gratuite a été proposée en septembre dernier avec Assaut sur Balauréa, qui ajoutait cinq niveaux et d'autres contenus qui ont enrichi l'expérience de jeu. En France, il s'agit de notre titre qui comptabilise le plus d'abonnés à l'heure actuelle.

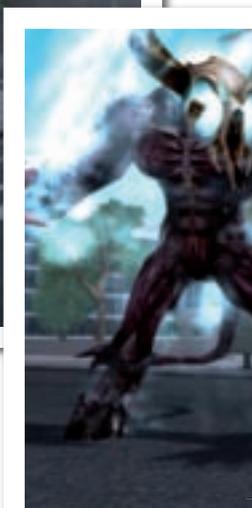
**À quoi ressemble la courbe de vie d'un titre comme Lineage ?**

Elle est assez étonnante puisque le jeu ne cesse aujourd'hui de gagner des utilisateurs. C'est un phénomène que l'on a parfois des difficultés à saisir ici en Europe, mais Lineage est vraiment un titre à part sur

le marché asiatique, il rencontre un succès incroyable en Corée. Des mises à jour sont proposées tous les six mois sur les jeux Lineage, dont la consommation est différente en Corée : les joueurs ne paient pas l'achat du jeu mais souscrivent à un abonnement plus onéreux que ce que l'on connaît en occident, à environ 35 dollars par mois. L'attente, toute légitime, est donc plus importante en ce qui concerne l'apport de contenus et les développeurs animent sans cesse l'univers du jeu. Cela explique en grande partie la courbe de vie singulière du titre.



City of heroes





# gner le marché européen

Interview



Aion



**« Nos ambitions en Europe sont très importantes, ce marché compte pour 50 % dans le business occidental du groupe. »**

**Quelles sont actuellement les tendances pour NCsoft sur le marché français ?**

La France est notre deuxième marché en Europe, après l'Allemagne, en termes de popularité et de bases de joueurs. Les joueurs français sont particulièrement friands de MMO mettant en valeur la compétition, notre porte-folio leur parle donc assez bien. Au niveau des bases de joueurs, Guild Wars représente notre jeu le plus populaire dans l'Hexagone, mais en termes de revenus, c'est Aion qui est notre jeu numéro un ici à l'heure actuelle.

**La Corée reste de loin le premier marché pour NCsoft. Cela sera-t-il amené à changer ?**

C'est vrai notamment sur ces titres d'origine coréenne comme les deux Lineage, Aion mais nous travaillons pour développer notre business en Occident. Mais pour performer dans le monde entier, il faut adapter les jeux aux caractéristiques de chaque marché avec bien sûr une localisation mais aussi quelques petites modifications. Un exemple simple : pour le lancement de Aion en Europe et en Amérique du Nord, nous avons ajouté des barbes aux personnages, absentes de la version coréenne ! Outre ce détail cosmétique, le jeu dans sa version occidentale a aussi reçu plusieurs modifications pour mieux répondre aux attentes des joueurs ici : quelques mois après la version

originale en Corée, c'est la version 1.5 que nous avons publiée, qui ajoutait de nombreuses quêtes. Des études que nous avons menées ont mis en valeur le fait que les joueurs occidentaux privilégient très nettement l'aspect scénario, les quêtes à remplir alors que les Coréens préfèrent tuer les monstres, accumuler les richesses mais ne font presque jamais les quêtes !

**Tous les jeux NCsoft sont-ils produits en Corée ?**

Nous avons des studios à travers le monde. En Corée, les noms des structures sont assez révélatrices puisque l'on compte l'équipe Lineage 1, l'équipe Lineage 2 et l'équipe Aion. Aux États-Unis, nous avons la structure ArenaNet, basée à Bellevue dans l'état de Washington qui est responsable des jeux Guild Wars, Paragon Studios, basé près de San Francisco, qui a signé les jeux de la série City of Heroes. Nous révélerons d'autres projets dans le courant de l'année.

**Comment définiriez-vous le public des jeux NCsoft ?**

En ce qui concerne les jeux coréens, la cible est plutôt « core gamer ». Ce sont des titres très axés sur le « joueur contre joueur » qui demandent beaucoup d'implication pour progresser. Ces titres très compétitifs, comme Lineage ou Aion, fonctionnent d'ailleurs bien en France où le public est plutôt amateur de cette dimension d'affrontement contre les autres joueurs. Avec un jeu comme Guild Wars, nous nous adressons à un public plus large, comptant davantage de

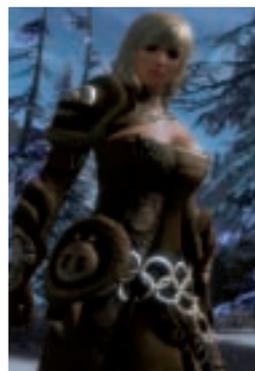
joueurs occasionnels avec notamment l'absence d'abonnement. En Corée, NCsoft compte aussi une division casual gaming comprenant des jeux sur navigateur Internet. C'est une activité que nous ne comptons pas proposer pour le moment en Europe, où nous préférons nous concentrer sur le cœur de notre activité avec les « grands » jeux massivement multijoueurs.

**Comment NCsoft est-elle organisée en Europe ?**

**Quelles sont les ambitions du groupe sur ce marché ?**

Nous sommes une soixantaine de personnes dans les locaux européens basés à Brighton, en Angleterre, chargées de couvrir 50 pays différents. Les services clients représentent la moitié de ces effectifs. NCsoft travaille avec 37 distributeurs différents pour couvrir les différents pays pour ce qui concerne le référencement et la diffusion des versions « retail » des jeux. En France, nous collaborons depuis plusieurs années avec Koch Media. À propos des ambitions de NCsoft sur le marché européen, elles sont évidemment très importantes, ce marché compte pour 50 % dans le business occidental du groupe. On peut d'ores et déjà prédire un fort potentiel de croissance pour les prochaines années sur le Vieux Continent. Les études sur le sujet soulignent les très bonnes perspectives sur les territoires des pays de l'Europe de l'Est et la Russie devrait devenir un marché très conséquent d'ici 2014.





Guild Wars 2

**Quelle place accordez-vous aujourd'hui aux versions « boîtes » de vos jeux ?**

Elle est essentielle, la distribution en magasin reste clé. La vente exclusivement en digital permet aujourd'hui d'adresser beaucoup des joueurs avertis, qui savent précisément quel jeu ils veulent et qui sont familiers au paiement en ligne. Ce sont des joueurs qui achètent souvent le titre dès sa sortie et veulent en profiter immédiatement en optant pour la version digitale. Au lancement d'un titre, on peut dans les premiers temps atteindre 50 % de ventes en dématérialisé mais, sur la durée, tout revient au retail. La version physique en magasin est en effet importante pour toucher un plus large public, mais aussi pour assurer des lancements événementiels avec par exemple des versions spéciales des jeux. Ainsi, pour le lancement d'Assaut sur Balaurea, même s'il ne s'agissait que d'une extension, nous avons publié une boîte avec des exclusivités pour Micromania et Fnac. La version physique permet toujours d'avoir une visibilité maximale et puis certains pays comme l'Allemagne, très importante pour nous, privilégient clairement les versions boîtes. Il ne faut pas oublier qu'une partie importante de notre public se recrute chez les adolescents, qui n'ont pas toujours la possibilité d'acheter facilement en ligne. On est donc bien loin de laisser tomber les versions physiques !

**Guild Wars est un titre à part dans votre catalogue, n'étant pas basé sur un système d'abonnement. Inaugure-t-il l'exploration d'autres business models pour vous ?**

Guild Wars est en effet un cas particulier car il repose uniquement sur la vente de boîtes : une fois le jeu acheté, l'utilisateur peut jouer ensuite gratuitement en ligne. Des extensions ont été proposées au fil du temps (Factions, Eye of the North, Nightfall) qui sont, elles, commercialisées. Guild Wars a été un grand succès puisqu'il s'est vendu à plus de sept millions d'exemplaires à ce jour. Guild Wars 2 reposera sur le même concept. Au sujet des différents business models, nous proposons déjà de l'item selling (vente d'objets de jeu, ndlr) qui vient compléter le système d'abonnement. La première chose que nous avons commercialisée ont été les services, comme la possibilité de changer de serveur de jeu, le changement de nom ou de sexe de son personnage... des micro-transactions que nous proposons depuis environ trois ans. Dans City of Heroes, nous avons lancé plusieurs « bonus packs », par exemple au moment des certaines fêtes comme Halloween ou Noël avec des accessoires de customisation physique ou

des éléments de gameplay comme un jet-pack par exemple. Nous suivons évidemment de près les tendances du marché mais, pour le moment, nous ne comptons pas proposer des jeux exclusivement basés sur le modèle du Free to play en Europe.

**Quel regard portez-vous sur les réseaux sociaux tels Facebook ?**

Il est très intéressant de voir l'émergence de nouveaux acteurs comme Zynga qui rencontrent un succès fulgurant en proposant du jeu sur Facebook. Il est clair qu'un réseau comme Facebook est devenu stratégique pour amener de tous nouveaux publics au jeu vidéo via de petits jeux relativement simples. On peut s'attendre à ce que ces premières expériences de jeu incitent ces nouveaux publics à se pencher sur des productions plus ambitieuses comme les jeux NCsoft ! Facebook est par ailleurs un environnement communautaire important et nos joueurs s'y retrouvent sur les pages dédiées aux jeux. Notre communauté communique aussi beaucoup via Twitter, qui est par ailleurs intégré à Aion, et c'est par ce biais que nous tenons informés nos consommateurs de l'actualité de leurs jeux.

**Quels vont être vos temps forts sur 2011 ? Comptez-vous aborder d'autres machines ?**

La date de sortie de Guild Wars 2 n'a pas encore été

## Les jeux en magasins

Comme le rappelle l'éditeur coréen, son rythme de sorties habituel est d'environ un nouveau titre tous les deux ans. Les jeux sont en revanche amenés à accueillir régulièrement des mises à jour tous les six mois environ. Un titre comme City of Heroes profite par exemple de trois extensions par an selon l'éditeur. En magasins, on peut trouver la plupart des titres majeurs de l'éditeur comme la saga Guild Wars, dont Koch Media propose les trois différentes extensions indépendamment ou sous forme de coffrets de deux ou trois titres. Ubisoft a assuré le lancement de Aion en France. C'est Koch Media qui devrait se charger de la distribution du prochain Guild Wars 2.



confirmée, le jeu ne sera publié que lorsqu'il sera prêt. Mais il s'agira d'un événement important lorsqu'il arrivera sur le marché. Nous allons continuer à soutenir nos jeux avec des extensions et mises à jour au long de l'année. En ce qui concerne les plates-formes, nous restons pour le moment concentrés sur le PC et le Mac (pour City of Heroes) où nous profitons de l'expérience de plusieurs années. Le marché coréen est très orienté PC, l'iPhone a réussi à y percer mais nous ne comptons pas proposer de jeux en tant que tels sur cette plate-forme pour le moment. Cependant, nous restons attentifs au marché et nous avons par exemple publié des applications sur iPhone, permettant par exemple de suivre l'évolution de son personnage, de ses équipements et des enchères pour les objets de jeu en vente. Notre priorité reste la notion de service associée à nos jeux massivement multijoueurs, que nous souhaitons les plus complets et satisfaisants possible.

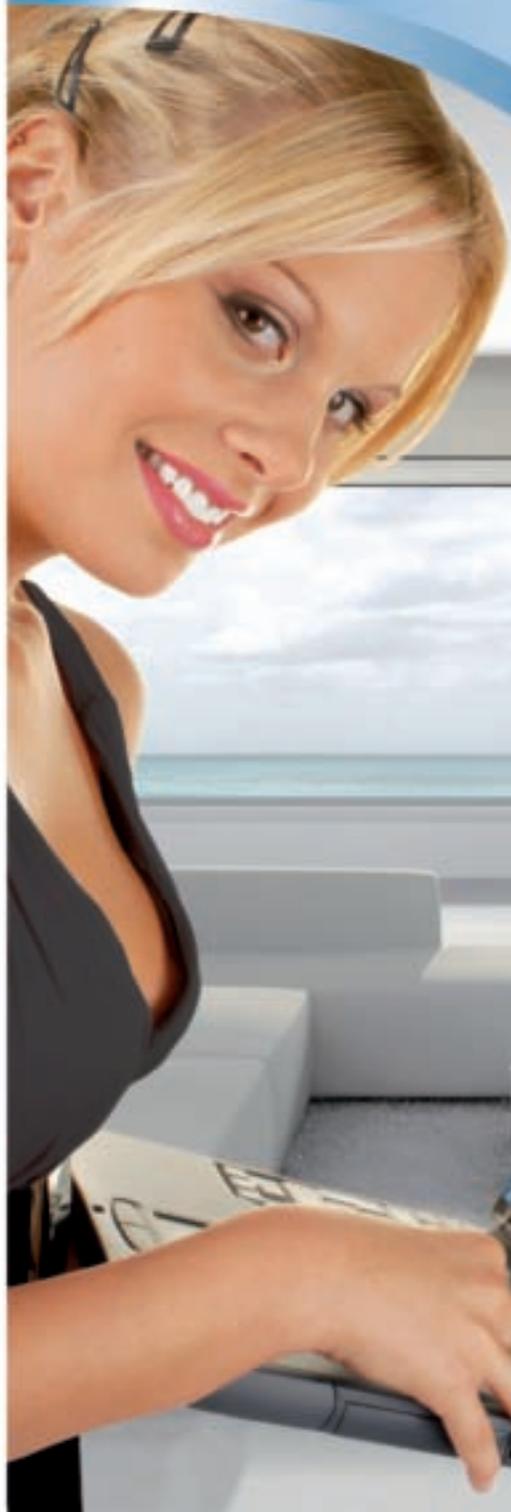


Lineage II



# VOTRE PC SUR VOTRE TV

## SANS FIL



**HD 720P** | **STEREO** | **HDMI** | Windows XP | Windows Vista | Windows 7 | **USB** | **EZAIR**  
HIGH DEFINITION MULTIMEDIA INTERFACE | WWW.EZAIR.FR

EZAIR, LE SPÉCIALISTE DU WIRELESS USB



www.ezair.fr - claire@ezair.fr



**MARCHÉ**

**Interview**

Réputé pour son sérieux et sa sagesse, Toshiba ne cesse d'étonner ces derniers temps en innovant sur tous les fronts. Commercialisation d'écrans 3D sans lunettes dans l'année, nouveaux usages connectés, téléviseurs surpuissants, design avant-gardiste : le constructeur semble avoir mangé du lion !

par Stéphane Kauffmann



16

**Entretien avec**

**Thierry Chabrol**

Directeur général division électronique grand public

**Entretien avec**

**Alain Apriou**

Directeur marketing division électronique grand public

**JDLI : Depuis quelque temps, Toshiba fait beaucoup parler de lui en reprenant le leadership technologique dans le domaine de la TV.**

Thierry Chabrol : Je ne sais pas si Toshiba reprend le leadership mais je dirai plutôt que nous commençons à récolter ce que nous avons semé. Nous avons développé le HD-DVD et l'affichage SED, deux technologies qui ne se sont pas imposées commercialement malgré leurs évidentes qualités, mais qui ont permis à nos ingénieurs d'acquérir un savoir et une expérience uniques. Si aujourd'hui Toshiba peut présenter des téléviseurs technologiquement innovants, c'est dans une certaine mesure grâce à cela. Toshiba est une société qui a toujours eu une grande culture du développement technologique. Il ne faut pas oublier que Toshiba est une très grande entreprise globale, notamment aussi très

active dans le domaine des composants et de la recherche fondamentale.

**C'est pour cela que vous avez manqué le train au début du LCD ?**

TC : Sans doute. Nous avons davantage été suiveurs que moteur car nos forces étaient concentrées ailleurs. Pour autant, nos téléviseurs se distinguaient par leur qualité et les composants employés mais ce n'était pas suffisant pour créer un effet « Waouh ». Durant cette période, nous avons tout de même été les premiers à sortir des combinés avec lecteur optique qui ont connu un grand succès. Aujourd'hui, nous nous retrouvons sous les feux de la rampe comme jamais car nos recherches arrivent à aboutissement avec la 3D sans lunettes et le Cevo, un processeur surpuissant qui change l'expérience





# sort de la mêlée

Interview



« Nous mettons tout en oeuvre pour que nos téléviseurs 3D sans lunettes soient sur le marché français pour les Fêtes. »

tout en oeuvre pour être sur le marché à temps pour les fêtes de fin d'année et je peux désormais vous confirmer que les tailles seront de 40 pouces et plus. La 3D sans lunettes n'est donc plus à l'état de projet chez nous. Elle est en vente au Japon et le sera à relativement brève échéance en grande taille dans l'Hexagone.

**Pour autant, il reste des contraintes comme les angles de vision restreints. Que peut-on en attendre au moment de la commercialisation ?**

Alain Apriou : Le 56 pouces présenté au CES autorise déjà des angles de vision suffisamment larges avec neuf points d'observation idéaux pour la 3D. Cela signifie concrètement que là où vous êtes placé aujourd'hui devant votre téléviseur dans un salon, vous aurez une expérience 3D sans entraves. Sur les modèles que nous allons commercialiser, les contraintes de vision seront les mêmes que sur un écran LCD 2D aujourd'hui. Vous pourrez être devant dans un canapé et des fauteuils adjacents, mais pas non plus à 90 degrés sur le côté. Il est d'ailleurs incroyable de constater qu'entre la première présentation au salon CEATEC japonais en octobre dernier, puis la commercialisation des petites tailles deux mois après au Japon et enfin un seul mois après la

présentation du 56 pouces très abouti au CES, des progrès effarants ont été réalisés en un temps record ce qui prouve à quel point nous maîtrisons désormais la technologie.

**Pour arriver à un tel résultat, les technologies employées sont très sophistiquées avec notamment une résolution bien plus élevée que les modèles actuels. Cela implique aussi des prix très élevés...**

Thierry Chabrol : Les premiers modèles seront effectivement destinés à une clientèle premium qui est prête à mettre le prix. Nous espérons pouvoir arriver avec un tarif qui comporte quatre zéros, ce qui nous placerait dans une zone habituelle pour des produits haut de gamme qui innovent radicalement. Bien évidemment, nous ferons tout pour démocratiser la 3D sans lunettes rapidement. Mais cela ne dépend pas que de nous. Pour que les prix puissent baisser jusqu'à atteindre des niveaux vraiment grand public, nous devons rationaliser la production, notamment avec des quantités suffisantes. Il faut donc qu'il y ait une demande et une attente forte de la part du consommateur ce qui ne sera une réalité que si le contenu la crée.

télévisuelle. En parallèle, nous avons une largeur et une profondeur de gamme inégalées avec pas moins de 44 écrans différents. De même, nous avons investi énormément sur le design de nos produits par notre partenariat avec Jacob Jensen. Tout cela se combine aujourd'hui pour nous placer dans une situation très favorable à tous les niveaux.

**Le sujet le plus brûlant, c'est évidemment la 3D sans lunettes. Vous avez présenté des prototypes avancés de très grande taille au CES. Quel est le calendrier de commercialisation ?**

TC : Nous n'en sommes plus au stade de prototype pour la 3D sans lunettes puisque nous commercialisons au Japon deux écrans 12 et 20 pouces. Ce lancement localisé s'explique par les besoins spécifiques d'un marché qui apprécie les petites tailles. Par ailleurs, notre 56 pouces montré au CES est un produit quasiment finalisé ce qui nous rend très optimistes sur le calendrier. Nous avons annoncé que nous sortirions un écran de grande taille en 3D sans lunettes durant l'exercice fiscal qui se termine en mars 2012. Nous mettons cependant

« La 3D sans lunettes n'imposera pas de contraintes de vision autres que celles des LCD 2D aujourd'hui. »





**En attendant ce jour, il va quand même falloir vendre de la 3D avec lunettes et un risque existe tout de même que le consommateur veuille désormais attendre la démocratisation de l'auto-stéréoscopique. Qu'en pensez-vous ?**

TC : Ce n'est pas ainsi que se définissent les choses, sinon Toshiba n'investirait pas aussi massivement dans les téléviseurs 3D avec lunettes. La 3D sans lunettes sera un aboutissement qui rendra cette technologie évidente et disponible en permanence comme l'image en couleur. Ce sera aussi une 3D assumée qui ne jouera pas que sur l'effet. La 3D actuelle a besoin d'être très spectaculaire et elle ne fait d'ailleurs sens que sur un spectacle dédié qui la met en scène comme un film ou un événement sportif. Avec des lunettes qui limitent quand même grandement l'échange social et ne pouvant se porter à longueur de journée, on se retrouve devant le téléviseur pour vivre une expérience forte d'une durée déterminée, à l'image d'une séance de home cinéma ou de cinéma tout court. Ce ne sont donc pas du tout les mêmes enjeux ni les mêmes publics qui sont visés. La 3D avec lunettes est une fonction supplémentaire qui va se répandre sur le haut de gamme pour un usage spécifique et qui nécessite un contenu dédié spectaculaire, ce dont nous manquons encore cruellement. Il ne faut pas oublier que la 3D représentait 1 % des ventes en 2010 et que l'on parle de 10 % en 2011.

**Pensez-vous que ce sont les lunettes qui ont freiné le développement de ce marché jusqu'alors ? Où est-ce plutôt l'absence de contenu ?**



**« La 3D sans lunettes sera un aboutissement qui rendra cette technologie évidente et disponible. »**

TC : On se plaît à dire que le lancement de la 3D fut un désastre alors que l'erreur fut de penser que la 3D serait immédiatement un nouveau référentiel avec un tsunami des ventes sur tous les modèles haut de gamme qui en étaient équipés. 113 000 unités vendues en 2010, c'est plutôt bien à la vue du contenu disponible et des contraintes. Il fallait s'en contenter et ne pas prévoir l'impossible avec 500 000 pièces, ce qui a conduit à une braderie très préjudiciable à la technologie. Il y a une pression déraisonnable qui a été mise sur la 3D et cela a abouti au carnage que l'on a connu pour ceux qui comptaient dessus. Une fois de plus, on a fait n'importe quoi. On a essayé d'expliquer à la population entière en moins d'un an qu'il fallait du LED, du connecté et enfin de la 3D alors que pour une majorité, ils sont en train de passer de l'analogique au numérique et ne savent même pas ce qu'est la HD. C'est comme si le Président de Renault disait aujourd'hui que la voiture électrique était un échec ! Il n'y a que dans notre industrie que l'on essaie de faire assimiler en quelques mois ce que le public met des années à comprendre. C'est suicidaire. La 3D est une révolution sur le long terme et les professionnels l'abordent à peine du côté création. Cela mettra du temps et ne concernera pas 100 % de ce que l'on va regarder avant longtemps. Certes, le port de lunettes n'aide pas à démocratiser mais de toute manière dans cette période de défrichage, on ne s'adresse qu'à une cible très restreinte. On a fait les choses à l'envers



comme souvent et pour arriver à des chiffres de vente irréalistes, il a fallu signer des accords exclusifs de contenu pendant que le reste du rayon était vide, une aberration.

**Avez-vous des informations sur l'évolution de l'édition vidéo 3D cette année ?**

TC : Il devrait y avoir 70 titres Blu-ray 3D cette année, ce qui est déjà une grande avancée. Pour la TV, on assiste tout juste aux prémices de la 3D car ce qui ressort de nos discussions avec les chaînes, c'est qu'il faut non seulement changer le matériel mais reformer entièrement toutes les équipes de tournage. Il est certain que c'est le nerf de la guerre. Si demain tous les événements sportifs majeurs étaient diffusés en 3D, le grand public passerait outre les contraintes techniques et financières pour s'équiper.

**Maintenant que vous allez multiplier les modèles 3D avec lunettes comme annoncé au CES, allez-vous en profiter pour renouer des contacts que vous avez dû garder de l'époque du HD-DVD pendant laquelle vous avez été très proches des studios ?**





# a mêlée



Interview

Alain Priou : Ces contacts ont toujours été maintenus. Nous avons vécu une expérience exceptionnelle qui s'est soldée par des rapports amicaux et nous nous étions promis que nos routes allaient se recroiser pour travailler, ce qui est le cas désormais. Il est évident que cela va se solder par des partenariats qui enthousiasmeront le consommateur.

**Quel sera le pourcentage de téléviseurs 3D dans vos prochaines gammes et à partir de quelle taille ?**

AA : Un tiers de nos téléviseurs seront 3D et 50 % connectés. Tous les 3D seront d'ailleurs connectés. La 3D va commencer en 42 pouces sur du passif, technologie dans laquelle nous allons lancer aussi des 47 pouces. Avec des lunettes polarisées confortables et bon marché, cela permettra aussi de proposer la 3D sous la barre des 1 000 euros.

**Vos téléviseurs sont donc désormais connectés mais pour autant vous avez lancé le boîtier Toshiba Places qui se branche sur tout écran plat. Quel est le bilan et est-ce la fin d'une période de transition ?**

Thierry Chabrol : Nous sommes arrivés avec un concept radicalement nouveau qui connecte certes tout téléviseur mais qui le dote aussi d'un tuner TNT HD et d'un moyen d'échange simple entre les écrans de la maison. Il est évident qu'il fallait l'expliquer. Or à la sortie le 15 novembre, la vague de neige a fait que les magasins n'avaient pas de clients et que nos démonstrateurs n'y étaient pas non plus. Nous n'avons donc pas atteint nos objectifs, ce qui nous a conduit à lancer une opération découverte qui baisse le coût d'acquisition à 50 euros. Car un des premiers atouts de Places, c'est l'échange de contenus, il s'agit donc de faciliter l'accès. Nos nouvelles gammes de téléviseurs désormais connectés et incluant Places devraient au contraire accroître la demande pour le boîtier dont une nouvelle version sort en avril. Elle dispose désormais aussi de la connectique analogique pour étendre la compatibilité à des téléviseurs plus anciens et disposera de la fonction enregistrement.

**Places a été développé localement avec une interface et des possibilités d'échanges bien plus convaincants que ce que l'on retrouve dans les téléviseurs concurrents. Comment cela est-il né ?**

Thierry Chabrol : Comme souvent pour les bonnes idées, tout est parti de l'expérience personnelle, au demeurant celle de l'un des cadres de l'entreprise. L'idée de base était de faire communiquer entre eux tous les écrans de la maison. Puis nous avons la chance en France d'avoir des sociétés spécialisées dans la box et l'interface, domaine dans lequel notre pays est en avance. En

associant cela à des focus groups limités en nombre mais qui ont accompli un vrai travail de fond, nous avons été en mesure de proposer un système d'échange et de service très convivial à utiliser. Nous ouvrons un marché avec Places mais il demande à être démontré. La distribution est très intéressée car elle prend conscience de l'enjeu, mais on se heurte aussi à des problèmes comme la connexion des magasins qui débute tout juste.

**Plus généralement, quel est selon vous l'enjeu de la TV connectée pour les fabricants de matériel ?**

Thierry Chabrol : Il s'agit aujourd'hui de répondre à un besoin conscient ou inconscient du consommateur. Il sait qu'il peut tout trouver sur le Web mais il n'y a aussi rien de plus pénible que de devoir le faire toujours individuellement sur un petit écran. Or, le téléviseur est là dans le salon et offre un écran immense pour accéder à cette manne ensemble et de manière conviviale. C'est un peu redonner vie à la TV familiale.

**Vos téléviseurs dotés d'un nouveau processeur surpuissant Cevo sont sur le point de sortir, est-ce la première étape vers l'appareil unique du salon ?**

Alain Priou : C'est peu probable, même si c'est un phantasme récurrent. Il y aura toujours des demandes spécialisées exigeant des appareils qui le sont aussi. Doter le téléviseur d'un processeur surpuissant de nouvelle génération lui permet de faire face à ses nouvelles fonctions et aspirations pour qu'il puisse exécuter les services et applications qu'apporte la connexion. Mais il y a aussi la qualité d'image qui va faire un bond incroyable en avant, avec une précision et une dynamique jamais atteintes. Cela bénéficiera aussi à l'image provenant d'une source moins qualitative et permettra de proposer une conversion 2D-3D d'un tout autre niveau que ce que l'on connaît aujourd'hui. Plus généralement, avec les sources actuelles, qu'elles soient vidéo ou autres d'ailleurs, il faut beaucoup de puissance pour les afficher à la meilleure qualité possible et pour y accéder avec fluidité.

**Y a-t-il déjà une idée de prix ?**

AA : Le premier téléviseur à être équipé du Cevo sera un 55 pouces et il arrivera en rayon début mai pour un prix qui devrait avoisiner les 5 000 euros. La distribution sera évidemment sélective car il nécessitera une mise en avant, des connaissances et un espace dédié. Tous les canaux de distribution pourront y être associés pour peu que les magasins soient pertinents au niveau de la cible potentielle et des possibilités de mise en avant.

**Où en êtes-vous en termes de parts de marché ? Quelles sont vos ambitions ?**

Thierry Chabrol : Nos parts de marché sont stables depuis quelques mois entre 6 et 7 %. Nos ambitions sont de



passer le plus vite possible à deux chiffres, même si nous savons qu'à ce niveau les progressions ne se font pas par gros bonds. Nous avons cependant toutes les raisons d'être optimistes. Notre gamme est désormais d'une très grande richesse et sans lacune. Par nos efforts sur le design avec le studio Jacob Jensen, nous sommes précurseurs sur ce domaine. D'autant que les innovations majeures qui arrivent avec d'abord le Cevo puis la 3D sans lunettes font beaucoup parler de nous, associent notre marque à un leadership technologique et surtout nous ouvrent le club rayon très fermé des produits à plus de 600 euros. Avec un prix moyen qui ne cesse de s'éroder, parvenir à s'imposer sur le vrai haut de gamme est un enjeu fondamental pour lequel Toshiba a désormais beaucoup d'atouts.





# Mobile World Con

Salon

## Le renouveau de la téléphonie

Après deux éditions successives marquées par la crise qu'avaient notamment subie les marchés télécoms des pays développés, l'édition 2011 du Mobile World Congress a clairement consacré le retour d'une dynamique tirée à la fois par une demande constante dans les pays émergents et par les perspectives de renouvellement qu'apportent les nouvelles technologies dans les pays plus développés. Par Ariel Gomez et Thomas Pagbe

**P**our cette édition du MWC, les organisateurs annoncent 60 000 visiteurs enregistrés, soit 20 % de plus par rapport à 2010 ; une progression digne des toutes premières années du salon, alors que la téléphonie mobile n'était qu'une technologie émergente. Composants, terminaux, services et applications : l'ensemble de l'écosystème de la téléphonie mobile bénéficie d'un nouvel élan qui fait souffler un vent d'optimisme sur l'industrie.

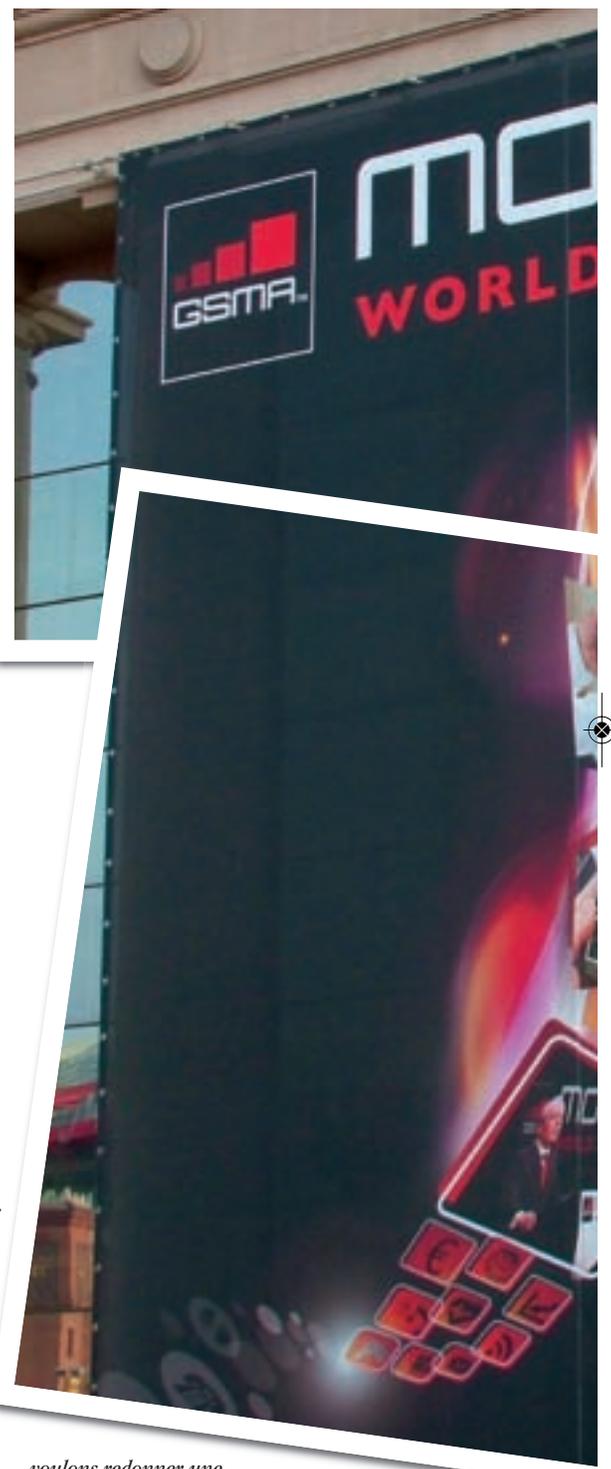
### Des téléphones vraiment nouveaux

Alors que du côté des téléphones, l'édition 2010 s'était signalée par le faible nombre de nouveautés et par une certaine uniformité des tendances (beaucoup d'Android, beaucoup de « mini »), le cru 2011 s'avère plus riche tant par le nombre des nouveaux terminaux présentés que par la diversité des tendances technologiques exprimées. S'appuyant sur de nouvelles générations de composants beaucoup plus puissants, les téléphones disposent désormais de capacités totalement nouvelles : image HD et 3D, son HD et multicanal, très haut débit, fonctionnement en mode multitâche... Le tout avec une consommation énergétique à peu près maîtrisée et des architectures qui autorisent un design tout en finesse, deux facteurs qui permettent des écrans dépassant souvent les quatre pouces de diagonale. Avec ces

performances, les constructeurs peuvent s'exprimer dans différents registres.

### LG : en 3D et en finesse

Déjà entraperçu sous le manteau à l'occasion d'autres salons professionnels, l'Optimus 3D de LG a été présenté officiellement à Barcelone. Capable de capter comme de reproduire des images 3D, ce smartphone est le premier téléphone au monde à embarquer le processeur à double cœur Cortex A9 de Texas Instruments, le même qui équipera, paraît-il, l'iPhone 5. Grâce à cet équipement, l'Optimus 3D peut filmer nativement en 1080p 2D et en 720p 3D, des images que l'on pourra visualiser sans lunettes sur son écran de 4,3 pouces. Moins nanti technologiquement parlant, le LG Optimus Black (processeur TI à 1 GHz quand même...) n'en sera pas moins le vaisseau amiral du Coréen au premier trimestre 2011. Déjà réferencé chez les trois grands opérateurs de réseau français (Orange, SFR et Bouygues Telecom), il concourt pour le titre du smartphone le plus fin (6 mm) et inaugure une nouvelle technologie d'écran (Nova) qui permet un affichage d'une grande clarté et d'une grande finesse. Ajouté à l'Optimus 2X, il consacre un retour de LG sur le devant de la scène. « Avec ces trois produits, LG redevient attractif pour la distribution », explique Denis Morel, Directeur de la division mobile de LG France. « Le 2X sera présent partout début mars (sauf chez Orange, nldr) et nous allons le pousser en distribution hors pack. Nous



*voulons redonner une légitimité à la marque en distribution en travaillant à des présentoirs pour mettre en scène les produits » poursuit-il. « Nous travaillons déjà sur des bornes interactives pour les points de vente The Phone House, nous allons également mener à bien des formations et des dotations pour démocratiser l'usage de ces terminaux ». Par ailleurs, l'Optimus 3D devrait faire l'objet d'une campagne de cinéma en accompagnement de la sortie d'un film 3D.*





# ngress 2011



## Samsung : nouveau Galaxy polyvalent

Chez Samsung, on se sert aussi des nouvelles architectures double-cœur pour faire parler la puissance et la finesse. Successeur du très célèbre Galaxy S (écoulé à 10 millions d'unités en 2010), le Galaxy S II, plus léger et plus fin, se veut le porte-étendard de l'excellence technologique de Samsung. Basé sur un processeur double-cœur et équipé d'un écran super-AMOLED (« plus précis et plus lumineux » dicit le constructeur), le Galaxy S II se veut à la fois plus ouvert vers des contenus de divertissement (livres, jeux, magazines...) et vers les usages entreprise. Ce smartphone très haut débit (21 Mbit/s en HSPA+) bénéficie de partenariats signés avec Cisco et Sybase. Compatible Microsoft Exchange, le combiné est compatible avec les politiques de sécurité des entreprises. Les SMS peuvent, par exemple, être

cryptés pour un surcroît de confidentialité. Les fonctions comme le WiFi, le Bluetooth ou la caméra peuvent être désactivées. Les gestionnaires de flotte disposent également, s'ils le souhaitent, de la capacité de bannir purement et simplement certaines applications. Qui plus est, le Galaxy S II peut, au besoin, être livré avec une puce NFC pour devenir un terminal de paiement.

## Sony Ericsson prend le parti du jeu

Après avoir levé un peu le voile sur ses nouvelles productions à l'occasion du CES de Las Vegas avec le Xperia Arc, Sony Ericsson est arrivé au Mobile World Congress avec trois nouveautés vraiment dignes d'intérêt : le Xperia Play, le Xperia Neo et le Xperia Pro. Leur point commun, c'est qu'ils sont tous trois sous Android 2.3 (Gingerbread), embarquent des prises HDMI et possèdent des écrans Reality avec technologie Bravia. Mais ils se destinent à des



## Acer Iconia Smart

ACER FUSIONNE LA TABLETTE ET LE SMARTPHONE

« 100 % tablette, et 100 % smartphone », c'est ainsi qu'Acer définit son Iconia Smart, un terminal sous Android 2.3 doté d'un écran de tactile de 4,8 pouces. Capable de faire de la capture vidéo en 720p, l'Iconia Smart embarque 8 Go de mémoire. Parmi ses autres atouts figurent le son Dolby et la voix HD, ainsi qu'un gyroscope et un accéléromètre, lesquels, combinés à sa puce graphique intégrée, font de l'Iconia Smart une excellente console de jeu. L'Iconia Smart sort fin avril, en silver et en noir, au prix sans abonnement de 499 euros.



## HTC Chacha

LE FACEBOOK PHONE

Le HTC Chacha est un smartphone Android doté d'un écran tactile 2,6 pouces et d'un clavier alphanumérique complet. Équipé comme tous les nouveaux HTC de la fonction Sense, le Chacha est animé par un processeur Qualcomm à 600 MHz et possède une touche d'accès direct à Facebook, pour consulter sa page ou partager des contenus en un clic. Ce smartphone bi-bande HSPA et WiFi embarque par ailleurs plusieurs capteurs (de mouvement, de proximité, de lumière ambiante, une boussole) et bénéficie du Bluetooth 3.0. Un appareil photo 5 Mpx et une caméra frontale VGA complètent les principales caractéristiques du Chacha.

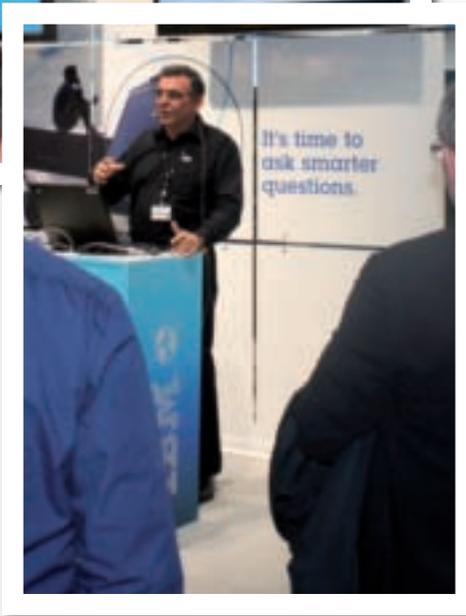
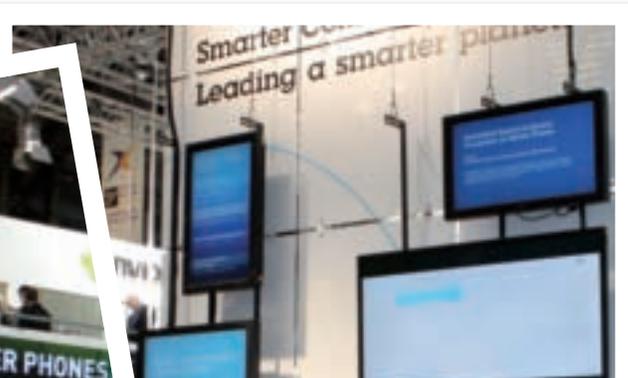




Mobile World Congress 2011

Salon

# Mobile World Congress 2011



fonctions et à des publics très différents. Avec le Xperia Play, Sony Ericsson confirme enfin les rumeurs circulant depuis des mois sur le Net au sujet d'un « Playstation phone » ou d'un « PSP phone ». Ce premier smartphone « Playstation certified » devrait embarquer six jeux (dont Fifa, Asphalt, Guitar Hero, Sims 3...) et en proposer 50 en téléchargement au moment du lancement. Mais ce sera surtout la plateforme PlayStation Suite en cours de développement qui fera la différence par rapport à d'autres terminaux. Elle donne accès à l'univers de jeu PlayStation sur les terminaux sous Android. Le téléphones « Playstation certified » disposeront ainsi rapidement des jeux Classics PS One, d'autres adaptations de jeux PlayStation et de titres originaux de qualité suivront. Sony affirme qu'il fournira toute l'assistance nécessaire aux développeurs pour que l'expérience soit digne de l'univers PlayStation. Il est également prévu que ces terminaux auront un accès direct au PlayStation Store et Sony annonce une compatibilité avec le successeur de la PSP. Le Xperia Play devrait être commercialisé en mars aux alentours de 200 euros (avec des offres d'opérateur) et entre 500 et 600 euros sans abonnement.

## Motorola : l'hybride smartphone netbook

La nouvelle puissance des composants actuels ouvre également la porte à de nouveaux usages. Si l'américain Motorola n'a pas présenté d'autres nouveaux produits que ceux montrés au CES, le smartphone Atrix sous processeur double-cœur Tegra 2 de Nvidia a été mis en scène dans de nouveaux usages au moyen d'une nouvelle génération d'accessoires. Ainsi, le Lapdock ressemble

**« Avec la nouvelle génération de composants, les smartphones sont plus performants tout en étant plus fins. »**

« Nous avons des discussions avec les opérateurs », explique Pierre Perron, Directeur général de Sony Ericsson France, « et nous nous orientons vers une distribution sélective en fonction de la capacité de nos partenaires à démontrer le produit en point de vente ».

comme deux gouttes d'eau à un laptop : écran, clavier, batterie, haut-parleurs, tout y est sauf le processeur et le disque dur ! Connecté à l'arrière du netbook sans moteur, c'est le téléphone Atrix qui apporte toute l'intelligence au dispositif. On peut naviguer sur Internet avec un navigateur Firefox complet, traiter ses mails en



## HTC Incredible S

LE MEILLEUR DE HTC

Équipé d'un écran de quatre pouces (480 x 800 pixels de résolution), le HTC Incredible S bénéficie du son stéréo, d'une caméra arrière 8 Mpix (autofocus et flash double LED, capture vidéo HD 720 p), d'une caméra frontale 1,3 Mpix pour la visioconférence et d'une connectivité réseau complète. Autant d'atouts qui ont déjà amené The Phone House à le référencer pour le proposer en France dès le mois de mars aux alentours de 550 euros sans abonnement et à partir de 49 euros chez les trois grands opérateurs.



## HTC Flyer

LA TABLETTE VERSION HTC

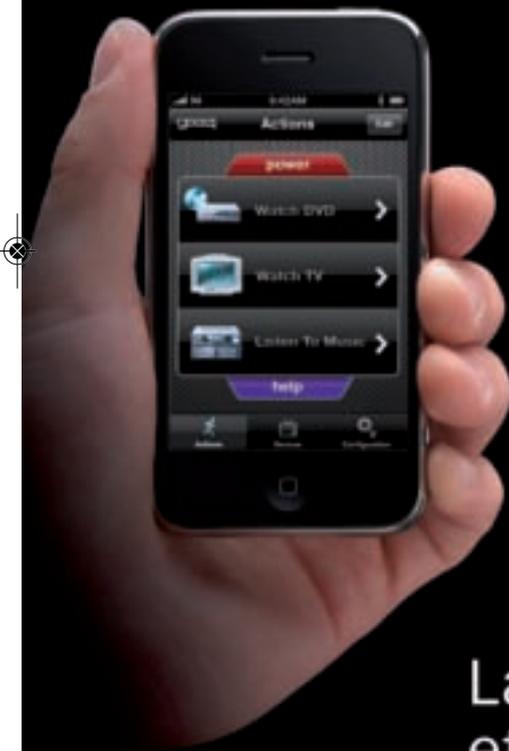
De forme un peu convexe comme le nouveau Wildfire S, à la fois légère (415 grammes) et solide pour pouvoir rester longtemps entre les mains de l'utilisateur, la tablette Flyer fonctionne sous Android 3.0. Elle intègre l'interface HTC Sense et elle est équipée d'un processeur cadencé à 1,5 GHz.



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

gear4.com

jean-pierre.com



# Mobile World Congress 2011

Salon

plein écran, communiquer sur Skype, visionner photos et films en HD et tout ceci se fait pendant que le téléphone se recharge.

## HTC mise sur Facebook

Autre tendance notable de cette édition 2011 du MWC : la confirmation, si besoin était, de l'attrance mutuelle entre la téléphonie mobile et Facebook. On savait déjà que la connexion mobile au premier réseau social mondial était une activité en forte progression (200 des plus de 500 millions de membres s'y connectent à l'aide de leur mobile). Désormais, les accros disposeront davantage de facilités pour s'y adonner. Ainsi, HTC a présenté deux « Facebook phones » comme la presse les a rapidement baptisés, le Chacha et le Salsa. Partant du constat que, pour un quart des 200 millions de Facebookers mobiles, la consultation de leurs messages était le premier



Mobile World Congress 2011



## HTC Desire S

TOUT D'UN BLOC

Le HTC Desire S est sculpté dans un seul bloc d'aluminium, gage de solidité et de bonne prise en main. Doté d'un écran 3,7 pouces WVGA, il se sert de la puissance de son processeur (Qualcomm Snapdragon 1 GHz) pour les fonctions multimédia et la navigation Web. Équipé de deux caméras, il enregistre la vidéo en haute définition et bénéficie de la connectivité réseau HSPA et WiFi.



## Jabra Stone 2

POUR UN CONFORT MAXIMUM

L'oreillette Jabra Stone2 intègre un nouveau dispositif audio qui permet de réaliser des communications réellement mains-libres avec un système vocal intelligent qui annonce aux utilisateurs l'identité de la personne qui les appelle. Quatre embouts en gel étudiés pour procurer un maximum de confort garantissent un maintien optimal, tandis que le chargeur portable sans fil lui permet de puiser dans une réserve d'énergie à portée de main dès que nécessaire. L'oreillette Jabra Stone2 est disponible à partir du mois de mai prochain au prix de 99 euros.



## LG Optimus Black

SUPER FIN ET SUPER PERFORMANT

Le LG Optimus Black devrait être le vaisseau amiral du constructeur au cours du 1er trimestre 2011. Déjà référencé chez Orange, SFR et Bouygues Telecom, il est vraiment très fin (6 mm au point le plus fin) et léger (109 g) pour un smartphone à écran de quatre pouces. Le Black tourne sous Android 2.2 évolutif en 2.3. Animé par un processeur TI à 1 GHz, il dispose d'une nouvelle technologie d'écran (Nova) qui permet un affichage d'une grande clarté et d'une grande finesse selon le constructeur. L'Optimus Black dispose de deux caméras : 5 Mpixels à l'arrière pour la photo-vidéo et 2 Mpixels à l'avant pour la visio-conférence. Par ailleurs, il dispose d'une fonction de recherche vocale sur Google.





## LG Optimus 3D

PREMIER SMARTPHONE 3D AU MONDE

Doté de deux caméras à l'arrière pour la captation de photos et vidéos en 3D, l'Optimus 3D est le premier téléphone au monde à embarquer le processeur double-cœur Cortex A9 de Texas Instruments. Grâce à cet équipement, l'Optimus 3D peut filmer nativement en 1080p 2D et en 720p 3D, des images que l'on pourra visualiser sans lunettes sur son écran de 4,3 pouces. Par ailleurs, la profondeur de la 3D est réglable. Autre nouveauté qui accompagne cette annonce technologique : LG a noué un partenariat avec YouTube, exclusivement centré sur les contenus 3D. L'Optimus 3D sera disponible chez les trois grands opérateurs français à 599 euros hors abonnement.

geste de la journée, accompli dès le réveil et depuis leur lit, le constructeur taïwanais leur a dédié deux de ses cinq nouveaux smartphones. Le Chacha comme le Salsa disposent tous deux d'une touche d'accès direct à Facebook mais aussi d'une ergonomie apte à faciliter les interactions avec le réseau social. Dès que l'on prend une photo par exemple, ou que l'on surfe sur une page Web, un signal sonore caractéristique indique que ce contenu est « partageable ». Pour ce faire, un appui sur la touche Facebook suffit pour que le contenu en question soit automatiquement chargé sur le profil du membre.

avec Vodafone. Dotée d'un appareil photo 8 Mpixels avec autofocus et flash LED, la Galaxy Tab 10.1, supporte le flash 10.1 et bénéficie d'une connectique HSPA + à 21 Mbit/s. Positionnée plutôt sur le haut de gamme, l'Optimus Pad de LG est équipé d'un écran de 8,9 pouces 3D (avec lunettes), d'une puce Tegra 2 et du système d'exploitation Android 3.0. Elle devrait compléter le dispositif 3D très complet de LG qui va du téléphone au téléviseur passif et actif. Elle devrait arriver en France en mai et en exclusivité à durée

## « Tablette cherche smartphone pour se connecter ! »

### Encore des tablettes

Que ceux qui pensaient le sujet « tablettes » épuisé à l'issue du CES de Las Vegas se rassurent : nous ne sommes qu'au début du phénomène ! Et si quelques acteurs des télécoms, tels que Motorola ou RIM, ont préféré mêler la voix de leurs annonces à celles des acteurs de l'informatique présents à Las Vegas, d'autres, tels que LG, Samsung, Acer ou HTC ont plutôt réservé leurs à l'énorme caisse de résonance du MWC. Ainsi Samsung, le plus proche suiveur de l'iPad avec sa Galaxy Tab, a enclenché la vitesse supérieure à Barcelone pour y présenter sa Galaxy Tab 10.1, une tablette 10 pouces à processeur double-cœur sous Android 3.0 lancée en partenariat

limitée chez un opérateur. HTC aussi s'est fendu de sa tablette, baptisée Flyer. Elle dispose d'un écran sept pouces, est en 3G+, tourne sous Android 3.0 et elle est équipée d'un processeur cadencé à 1,5 GHz. HTC n'a pas voulu faire une « me too » mais a pris la peine d'implémenter des innovations en termes d'ergonomie et d'usage pour envoyer l'URL d'une page Web par exemple. Au lieu de copier l'adresse, de la coller sur un e-mail et de l'envoyer, on se contente d'écrire let's go sur la page et l'information part sur l'adresse mail que l'on aura sélectionné dans le carnet d'adresses. Sur la Flyer, il est également possible de dessiner au stylet sur des pages de texte ou de signer manuellement un contrat grâce à la technologie HTC Scribe.



## LG Optimus Pad

UNE PREMIÈRE TABLETTE EN 3D !

Après le smartphone, la tablette 3D mais elle requiert des lunettes pour l'image en trois dimensions. Équipée d'un écran 8,9 pouces et animée par la puce Nvidia Tegra 2, l'Optimus Pad tourne sous la toute nouvelle version d'Android 3.0. Capable non seulement de reproduire, mais aussi de filmer des images en 3D grâce à son double capteur 5 Mpixels, cette tablette 3G et WiFi affiche un poids de 630 grammes, pour un format 15 x 24 cm et seulement 1,28 cm d'épaisseur. L'Optimus Pad possède aussi une caméra 2 Mpixels en façade pour la visio-conférence. Elle devrait arriver en France au mois de mai en offre d'exclusivité à durée limitée avec un opérateur.



## Le relief **3D** sans lunettes

Des chiots et des chats plus vrais que nature s'invitent pour le lancement de la Nintendo 3DS. Nintendogs + cats c'est un chiot portable et, pour la première fois, un adorable chaton pour des heures de jeu et de tendresse n'importe où, n'importe quand. Les graphismes en 3D relief saisissante et une interactivité jusqu'alors inégalée font de ce titre une expérience inoubliable. Avec la carte Réalité Augmentée, votre chien pourra même prendre vie dans votre salon. **Le jeu pour conquérir tous les publics sur Nintendo 3DS.**

nintendogs<sup>™</sup>  
+cats



Nintendo®

© 2010 Nintendo

# devient une réalité le 25 mars NINTENDO 3DS™

Titres également soutenus



Tester et comprendre la différence en magasin



PLV et mise à jour des meubles de démonstration pour convaincre les nouveaux utilisateurs en prenant en main la console

## Communiquer sur plusieurs mois pour expliquer et convaincre

	FÉVRIER	MARS	AVRIL	MAI
<b>TV</b>		<p>Date de sortie le 25 mars ●</p> <p>CHAÎNES HERTZIENNES TNT - CÂBLE ET SATELLITE</p>	<p>Console + Réalité augmentée + Nintendogs+cats + Super Street Fighter IV 3D Edition + StreetPass</p>	
<b>PRESSE</b>			<p>et Réalité augmentée</p> <p>Double page explicative dans les magazines généralistes</p>	
<b>INTERNET</b>		<p>Traffic en magasins pour la pré-réservation et la démonstration</p>		
<b>CENTRES COMMERCIAUX</b>		<p>100m<sup>2</sup> pour la découvrir dans 23 centres</p>		
<b>DÉMONSTRATIONS</b>			<p>Meubles interactifs et démonstrations en magasins</p>	

Nintendo France SARL - Immeuble Le Montaigne 6, Boulevard de l'Oise - 95031 Cergy Pontoise Cedex - Sarl capital 10 000 000 € RC Pontoise 389 905 761  
Tél. 01 34 35 46 00 Fax. 01 34 35 46 36



Salon

# Mobile World Congress 2011

## Une connexion pour le smartphone et la tablette

Corollaire de cette agitation autour des tablettes, opérateurs et constructeurs sont à la recherche du meilleur moyen technique et de l'emballage marketing adéquat pour permettre au possesseur d'un smartphone et d'une tablette de se connecter à l'aide du même abonnement data. Car les uns comme les autres l'ont constaté : les consommateurs n'ont aucune envie de payer un abonnement supplémentaire pour pouvoir utiliser leur tablette en mobilité. Et ce d'autant moins que cet usage n'est en aucun cas concomitant avec celui de leur smartphone. Déjà, à la veille de l'ouverture du salon, le constructeur français Archos et le Chinois Alcatel Mobiles Phones annonçaient un bundle composé d'un smartphone et d'une tablette capables de partager facilement un abonnement data. Dans les allées du Mobile World Congress, plusieurs approches cohabitaient. Celle du constructeur chinois ZTE consiste à proposer une tablette et un smartphone ou une tablette et un hub permettant de distribuer en WiFi auprès de plusieurs terminaux une connexion 3G. Celle

de HP plus axée sur l'intégration logicielle smartphone-tablette est probablement la plus aboutie. Basée sur le système d'exploitation Web OS (racheté à Palm par HP) qui équipe les deux terminaux, elle permet de transférer la connexion (conversation téléphonique, séance de navigation sur Internet...) en mettant simplement en contact les deux terminaux. Une solution dont l'élégance et la simplicité ne sont pas sans évoquer Apple, qui ne propose pourtant aucune solution en la matière. Chez Orange, on admet que toutes les options restent à l'étude, qu'il s'agisse de multi-équipement SIM, ou de connexions WiFi Bluetooth partagées entre les deux équipements.

## La guerre des puces

Sur le marché des composants, l'édition 2011 du MWC a été le théâtre d'un intense affrontement par annonces interposées. En jeu : le leadership dans la fourniture de composants aux marchés des smartphones et des tablettes. Les processeurs qui intègrent toutes les ressources nécessaires aux calculs mais aussi au traitement photo et vidéo constituent en effet l'essentiel de l'électronique de ces appareils mobiles. C'est donc un enjeu de taille. Déjà tendu entre des acteurs historiques de ce marché de la mobilité



## Samsung Galaxy S II

LE MÊME EN MIEUX

Plus léger et plus fin que son prédécesseur, le Galaxy S II tourne sous Android 2.3 et se veut le porte-étendard de l'excellence technologique de Samsung. Muni d'un processeur double cœur ultra-puissant, le Galaxy S II exploite la technologie d'écran super-AMOLED plus précise et plus lumineuse. Un appareil photo 8 Mpx et la vidéo HD 1080p composent notamment la partie multimédia. En matière de connectivité, le terminal affiche une célérité remarquable. Le Galaxy S II peut notamment atteindre un débit de 21 Mbit/s. Un composant NFC (technologie sans contact en option) permet de le transformer en terminal de paiement.



## Sony Ericsson Xperia Play

ENTRE SMARTPHONE ET CONSOLE

Sous des dehors de sage smartphone à grand écran, le Xperia Play propose une interface totalement dédiée au jeu, avec notamment les quatre boutons aux icônes si familières de l'environnement PlayStation. Au milieu, de chaque côté, deux zones tactiles complètent l'expérience de jeu. Le joueur a le choix d'utiliser les boutons, l'accéléromètre ou le gyroscope, voire une combinaison des trois. Le tout est servi par un écran de grande qualité sur lequel le processeur double cœur permet d'afficher les jeux à 60 images/seconde.

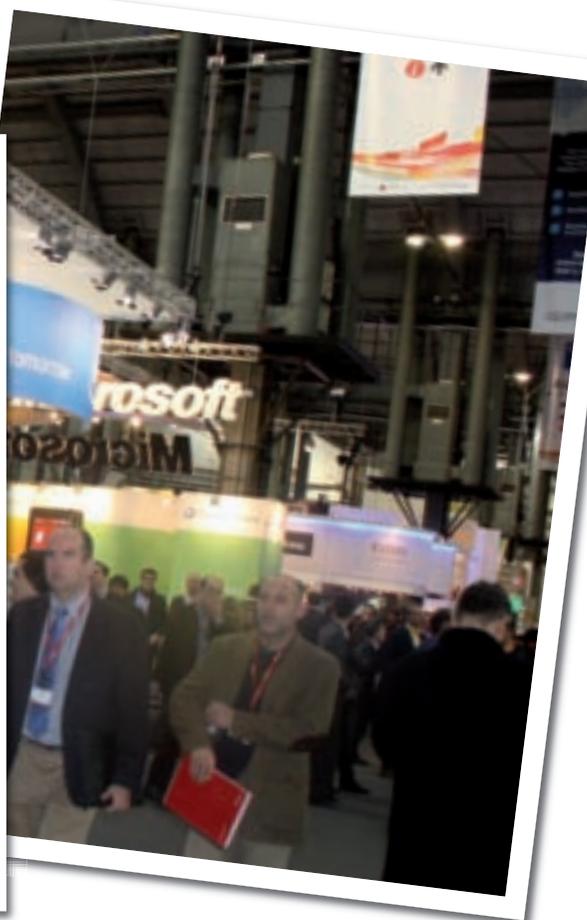


## HP TouchPad

LA TABLETTE SOUS WEB OS

Après les smartphones (Veer et Pre 3), HP décline Web OS sur grand écran. Rappelons qu'HP a racheté Palm et donc aussi son système d'exploitation. La tablette HP TouchPad est animée par un processeur Qualcomm Snapdragon double-cœur à 1,2 GHz. L'écran affiche une diagonale de 9,7 pouces pour naviguer confortablement sur Internet avec le support du flash et pour visualiser des vidéos en HD. Plus original et surtout exclusif à HP, la tablette permettra le partage de contenus avec les smartphones du constructeur comme le Pre 3. Si on consulte une page Internet sur un de ces produits, il suffit de le mettre brièvement en contact avec un autre pour y transférer l'adresse et continuer à surfer. Magique.





## ZTE Light 2

DANS LES TABLETTES, ZTE CHERCHE LA LUMIÈRE

Non content de monter en puissance sur le segment des smartphones entrée de gamme, ZTE se positionne aussi sur le secteur des tablettes avec la Light 2. Équipée d'un écran sept pouces, la tablette fonctionne sous Android 2.2 et utilise la technologie Dolby pour le son. Sa compatibilité DLNA en fait un appareil capable d'être connecté à d'autres équipements multimédia de la maison. À noter que la Light 2 est architecturée autour d'un processeur cadencé à 1 GHz.

# « La prochaine génération de processeurs donnera aux smartphones la puissance d'un ordinateur actuel ! »

tels que Qualcomm ou Texas Instruments, l'affrontement connaît un regain d'intensité avec l'arrivée en fanfare de Nvidia. Connue de tous les joueurs par la puissance de ses cartes graphiques pour PC, Nvidia travaille aussi depuis plusieurs années pour l'industrie de la téléphonie mobile. Depuis le début des années 2000, le fondateur améliore le traitement de l'image sur de nombreux mobiles.

Maintenant, il est passé aux puces « all in one ». Présenté lors du CES 2010, le Tegra 2 a défrayé la chronique technologique en début d'année 2010 avec son double-cœur et sa puissance graphique inégalée dans le monde de la mobilité. Mais il aura fallu attendre le CES suivant pour le voir équiper non seulement deux smartphones, le LG Optimus 2X et le Motorola Atrix, mais aussi et surtout près de 50 des 80 nouvelles tablettes annoncées par divers constructeurs au cours de ce salon !

## Nvidia enfonce le clou

Alors que l'effet de surprise suscité tant par le nombre que par la performance des terminaux qui en sont équipés n'est toujours pas dissipé, voilà que Nvidia enfonce le clou en annonçant déjà la génération suivante de processeurs, la plate-forme Kal-El cinq fois plus performante que Tegra 2. Basées sur une architecture quadruple cœur, les Kal-El annoncent une cadence d'horloge jusqu'à 2,5 GHz. Et si Qualcomm a été chronologiquement parlant le premier à tirer en annonçant dès le lundi 14 février sa nouvelle gamme de processeurs Snapdragon à quadruple cœur avec une vitesse d'horloge supérieure à 2,5 GHz, Nvidia a rapidement

occulté l'impact de cette nouvelle par son calendrier de mise sur le marché. Annoncés pour la fin du deuxième trimestre 2011, les produits Nvidia devraient équiper leurs premiers terminaux (smartphones et tablettes) dès la fin de cette année alors que les premiers échantillons des processeurs Qualcomm de même génération ne devraient arriver chez les constructeurs que début 2012.

## Nokia reste très discret

Après l'annonce des smartphones sous Windows Phone 7 qui fit l'effet d'une bombe dans le microcosme plutôt sage de la téléphonie mobile, les observateurs s'attendaient à de nouvelles annonces ou, du moins, à une clarification de la stratégie à l'occasion de la conférence de presse barcelonaise de Stephen Elop, le nouveau patron de Nokia. En pure perte. L'ancien cadre dirigeant de Microsoft, à la tête de Nokia depuis septembre 2010, s'est borné à rappeler les grandes lignes de sa stratégie, sans qu'aucune précision ou calendrier. Après avoir rappelé que le choix de se lancer dans l'écosystème Microsoft était « la meilleure option qui s'offrirait à Nokia » pour faire face à Apple et à Google, Stephen Elop s'est borné à indiquer que la plate-forme Symbian serait améliorée et maintenue avant l'arrivée des terminaux Nokia sous Windows Phone 7. Pour ces smartphones, il ne faut pas s'attendre à un « effet de masse avant 2012 », dit-il. Xavier des Horts, Directeur de la communication de Nokia France. Seule annonce vague : il y aura un produit (smartphone ? tablette ?) sur plate-forme Meego courant 2011.



## ZTE Skate

SMARTPHONE POUR LA GLISSE

Inspiré du skateboard pour le design, ce smartphone sous Android 2.3 à grand écran haute définition (4,3 pouces) fonctionne avec un processeur cadencé à 800 MHz. Le ZTE Skate bénéficie aussi d'une caméra 5 Mpx, d'une connectique Bluetooth multimédia, du GPS, d'une boussole et d'un gyroscope. 3G+ et WiFi, il sera disponible en mai 2011.





# Canon

## Reflex pro pour tous

Le spécialiste de la photo complète sa gamme d'appareils photo reflex avec deux nouveaux modèles grand public : l'EOS 600D et l'EOS 1100D. Le premier a été conçu pour l'amateur souhaitant progresser avec sa passion. Il intègre un capteur CMOS APS-C de 18 millions de pixels, le processeur DIGIC 4 et propose des fonctions d'enregistrement vidéo Full-HD. Les scènes peuvent être enregistrées sous n'importe quel angle grâce à l'écran LCD orientable 7,7 cm. Il sera disponible fin mars au prix de 799 euros. Successeur de l'EOS 1000D, le 1100D est le boîtier idéal pour les débutants. Il dispose d'un capteur CMOS APS-C de 12,2 millions de pixels et associe hautes performances à simplicité d'utilisation. Il propose également des fonctions d'enregistrement vidéo HD 720p. Il sera disponible en avril au prix de 499 euros. Pour compléter ces nouveaux boîtiers, Canon lancera en mars un objectif : l'EF-S 18-55 mm f/3.5-5.6 IS II. Ce zoom polyvalent et léger intègre un stabilisateur d'image quatre vitesses et sera proposé au prix de 229 euros.



## 3 Questions

à Thibaud du Roure,  
**Chef de Groupe Cci Canon France**

**JDLI : Canon commercialise deux nouveaux reflex entrée de gamme, l'EOS 600D et l'EOS 1100D. Avec des prix relativement contenus, à quels types de consommateurs s'adressent-ils ?**  
Thibaud du Roure : Le marché du reflex numérique connaît un très beau succès ces dernières années, avec un volume de vente qui devrait atteindre 570 000 pièces cette année. Rappelons-nous qu'à son âge d'or, le marché des reflex argentiques ne dépassait pas 300 000 pièces annuelles. Nous essayons donc de proposer aux consommateurs des appareils qui correspondent à leur niveau de maîtrise de la photo et à leurs moyens. Avec l'EOS 1100,

nous nous adressons avant tout à un public qui va acheter un reflex pour la première fois. Une clientèle qui a l'habitude de faire des photos avec son compact et qui est à la recherche d'une solution qui soit complémentaire mais permette toujours de faire des photos en tout automatique. C'est un outil d'apprentissage, évolutif, qui permet de très bien débuter dans le monde de la photo travaillée et peut sans réglage faire des clichés de très grande qualité. L'EOS 600 est un produit plus élaboré qui conviendra très bien à des amateurs ayant une idée plus fine de ce qu'un reflex peut offrir, mais qui veulent rester dans des prix contenus.

**Quels conseils donneriez-vous aux distributeurs, notamment non spécialisés, pour réaliser de meilleures ventes sur ces reflex entrée de gamme et générer des ventes additionnelles sur les accessoires et optiques ?**  
La clé est de démystifier pour bien faire passer le message qu'un reflex numérique peut être aussi simple qu'un compact pour un résultat encore plus convainquant. En revanche, il offre beaucoup plus de possibilités. Il faut éviter tout ce qui peut être

anxiogène, notamment le vocabulaire technique. Ensuite, l'idéal est de laisser l'appareil en libre-toucher et de le présenter dans un environnement qui présente aussi des flashes, des optiques... Enfin, une fiche répondant aux questions des consommateurs, même les plus béotiens, est une excellente aide à la vente. Cela fait trois ans que l'on travaille avec la distribution pour une optimisation des rayons. Il est évident que les points de vente ont tout intérêt à générer des ventes additionnelles, génératrices de revenus.

**Les reflex entrée de gamme sont-ils en concurrence avec les hybrides ?**

Nous ne sommes pas sur ce marché qui reste encore très confidentiel. L'argument principal pour l'achat d'un hybride serait son plus faible encombrement par rapport aux reflex. C'est vrai pour le boîtier, mais dès que l'optique est en place, l'argument se réduit comme peau de chagrin. Pour l'heure, je ne crois pas que l'appareil hybride soit une concurrence réelle, et un reflex Canon a une image de marque très forte face à ces appareils. Mais nous sommes évidemment vigilants.



## Olympus, l'inflation des X

Seconde étape dans le développement de sa gamme 2011, Olympus vient de présenter de nouveaux modèles qui arriveront sur le marché en mars et avril. Tout d'abord avec un modèle très simple destiné au très grand public, le VG-110. Petit compact doté d'un capteur 12 mégapixels, d'un écran 2,7 pouces et d'un zoom grand angle 4x (27-108 mm), ce modèle offre des filtres artistiques pour un prix public de 79 euros. Plus ambitieux, le VR-330 est un compact superzoom 12,5x (24-300 mm) doté d'un capteur 14 mégapixels stabilisé et d'un écran trois pouces. Outre des filtres artistiques, il offre une fonction de prise de vue 3D et filme en HD 720p. Il sera disponible pour 179 euros. Enfin, Olympus s'attaque aux records de la catégorie superzoom avec son SZ-10 équipé d'un zoom 18x (28-504 mm) doté d'une indispensable

double stabilisation. On retrouve le capteur 14 mégapixels, l'écran trois pouces, les filtres artistiques, la prise de vue 3D et la vidéo HD 720p. Ce modèle est compatible avec les cartes Eye-Fi (transfert WiFi). Il sera disponible à 229 euros.



## Puzzle Bobble

Un classique prend du relief

Après avoir écumé les salles d'arcade et bon nombre de consoles, le fameux Puzzle Bobble fera prochainement ses débuts sur la Nintendo 3DS, nouvelle console portable proposant un affichage en relief. Le 22 avril, soit quelques semaines après la sortie de la console, les nouveaux possesseurs européens de la console pourront en effet se procurer Puzzle Bobble Universe, nouvelle déclinaison exclusive à la console du jeu d'arcade. Les amateurs du genre seront ravis de retrouver les dinosaures colorés dans ce jeu de réflexe où il s'agit d'associer des boules de couleurs pour les faire exploser en les tirant du bas de l'écran. Outre le jeu en relief avec quelques effets visuels de circonstance, cette version comprendra quelques nouveautés comme des modes de jeu supplémentaires ou l'apparition de bulles spéciales. Le jeu est publié par Square Enix.

## Asus, chic et choc

Asus a bien compris que pour toucher une large clientèle, il fallait proposer des produits variés et adaptés à chacun. Ainsi, le netbook Eee PC 1015W semble se destiner à un public féminin avide de mobilité, le tout avec un design soigné. Disponible en trois couleurs (violet électrique, poudre d'or ou rose corail), le 1015PW arbore un clavier chiclet confortable accompagné d'un large pavé tactile et d'un écran 10,1 pouces (1024 x 600) à rétro-éclairage LED. Grâce à son processeur Intel Atom N550 double cœur et à la technologie de gestion d'énergie Super Hybrid Engine, il est capable de délivrer assez de puissance et garantir une

autonomie de près de 10 heures. En outre, il intègre le WiFi N et le Bluetooth 3.0. Enfin, Asus Express Gate permet un démarrage quasiment instantané pour certaines fonctions de base telles la navigation Web.



## Samsung tout auto

Samsung annonce le lancement de deux nouveaux appareils photo : le PL20 et l'ES80. Disponibles en deux couleurs, ces compacts présentent de nombreuses fonctions automatisées pour des clichés toujours réussis. Le PL20 utilise un capteur de 14 Mpixels, un zoom optique 5x grand angle et une fonction d'enregistrement vidéo en HD 720p. L'ES80 se contente d'un capteur 12 Mpixels. On retrouve sur ces deux modèles les fonctions de reconnaissance automatique des visages et du sourire, le beauty shot et d'autres fonctions de ce type. Le PL20 est disponible au prix de 109 euros, tandis que l'ES80 arrivera dans le courant du mois au prix de 89 euros.



## Tablette et téléphone

### Une connexion

Dans le cadre du déploiement de sa nouvelle gamme de smartphones Android, Alcatel One Touch se rapproche du constructeur français Archos afin de présenter une offre combinant une tablette et un téléphone. Cette offre vient s'inscrire dans la stratégie de certains opérateurs ayant pour ambition de proposer à l'été 2011 un abonnement unique regroupant les divers terminaux connectés. Elle repose sur la fonction « One Touch CONNECT » permettant de partager automatiquement la connexion 3G de son téléphone avec sa tablette Archos connectée en WiFi grâce à la version Android 2.2 Froyo. Dès lors, on aura accès à Internet directement sur la tablette sans avoir à payer un forfait mobile supplémentaire pour un deuxième appareil connecté. Reste à connaître les opérateurs concernés, les forfaits proposés et bien sûr les prix.





# Canon

## Moins de pixels, meilleure qualité



**B**eaucoup de nouveaux produits dans la gamme de compacts Canon pour ce printemps, avec des orientations qui ne manqueront pas d'intéresser ceux attentifs à la qualité d'image. En particulier avec ce que Canon baptise le HS System (pour Haute Sensibilité) en fait basé sur l'emploi d'un capteur CMOS rétro-éclairé. Un choix qui, combiné à une limitation du nombre de pixels, devrait permettre d'obtenir de meilleurs résultats en faible lumière. La gamme Ixus voit apparaître trois nouveaux modèles, tous dotés du HS System avec un capteur CMOS 12 mégapixels. Ixus 310 HS se caractérise par un zoom très lumineux en grand angle : 24-105 mm en équivalent. Il dispose de la vidéo Full-HD avec zoom et d'un mode rafale grande vitesse. Le grand écran 3,2 pouces offre une interface tactile qui rend l'utilisation plus intuitive. Prix public : 299 euros. L'Ixus 220 HS est assez similaire mais

avec un zoom 21-120 mm et un écran plus classique de 2,7 pouces. Prix public : 199 euros. L'Ixus 115 HS est le remplaçant du 110. Il est doté d'un classique zoom 28-105 mm mais il filme également en Full-HD. Prix public : 179 euros. Du côté de la gamme PowerShot, deux modèles bénéficient du HS System : les SX230 HS et SX220 HS. En fait, ces deux modèles sont presque identiques. Ils ne se différencient que par la présence d'une puce GPS sur le 230 pour géolocaliser automatiquement ses photos. Ces modèles sont des superzooms dotés d'une optique 14x 28-392 mm et d'un écran trois pouces. Ils filment aussi en Full-HD avec son stéréo. Prix public : 299 (SX230) et 269 (SX220) euros.

## L'Amerzone, l'aventure continue

**P**rès de 12 ans après son apparition sur PC, le jeu d'aventure signé par l'auteur de bandes dessinées Benoit Sokal se prépare à rallier un tout nouveau public à sa cause. Anuman Interactive annonce en effet l'arrivée du jeu sur iPhone et iPad pour début avril. Après Dracula, Retour sur l'Île Mystérieuse ou encore Egypt, l'éditeur parisien adapte donc un autre classique du portefeuille Microïds à la mode des appareils mobiles Apple, profitant notamment d'une interface plus accessible. Dans le rôle d'un journaliste parti à la rencontre d'un vieil explorateur, le joueur devra remettre la main sur un œuf dérobé des décennies auparavant dans la contrée inexplorée de l'Amerzone. « Je me réjouis de retrouver une de mes œuvres sur la plate-forme mobile d'Apple », souligne Benoit Sokal. « Preuve que le jeu d'aventure continue à se développer et à évoluer à l'annonce de nouveaux supports ». Selon Anuman, l'Amerzone s'est à ce jour écoulé à plus d'un million d'exemplaires dans le mode depuis sa sortie.



## Fujifilm, retour vers le futur



**F**ujifilm vient de lever le voile sur les spécificités du FinePix X100, le compact expert très haut de gamme du fabricant. Sous son design résolument rétro, le compact expert X100 cache des caractéristiques du futur avec un viseur hybride révolutionnaire. Ce dernier combine la visée optique traditionnelle des appareils moyen-formats télémétriques à la visée électronique des appareils numériques de type bridge et l'utilisateur peut switcher instantanément de l'un à l'autre en fonction de ses besoins. Le capteur se limite sagement à 12 Mpixels mais affiche la même taille que celui d'un reflex (APS-C). Associé à une optique fixe de 23 mm (35 mm en équivalent) très lumineuse et de grande qualité optique, les clichés devraient pouvoir rivaliser avec les meilleurs reflex. L'autofocus est également très sophistiqué avec 49 points de mesure notamment. Pour le côté vintage, le boîtier est en

magnésium recouvert de cuir véritable. Avec ces spécificités, cet appareil s'adresse clairement au photographe expert nostalgique mais qui en même temps cherche un outil efficace et discret pour réaliser des clichés de qualité. Sans doute acceptera-t-il du coup la limite de l'optique fixe et le prix tout de même très conséquent de 999 euros.

## Nikon Avalanche de compacts



**L**orsque Nikon décide de présenter les nouveautés de sa série CoolPix, il n'est pas question d'exposer deux ou trois appareils plus ou moins novateurs. Non. Chez Nikon, on voit les choses en grand et on présente directement une horde d'appareils à tous les prix, pour tous les publics et dans toutes les gammes. Commençons par la sortie du CoolPix S9100 et son super-zoom 18x (25-450 mm). Il intègre un capteur rétro-éclairé de 12,1 Mpixels à haute sensibilité (jusqu'à 3 200 ISO) qui permet des prises de vues dans n'importe quelle situation. On notera la présence de la fonction Easy Panorama qui permet de réaliser des photos à 360 degrés et la possibilité d'enregistrement de vidéo au format Full-HD. Le CoolPix S9100 est disponible en trois couleurs et sera proposé au prix de 299 euros. Suffisamment fin pour se glisser dans n'importe quelle poche, le CoolPix S3100 est proposé en sept couleurs. Il combine un zoom grand-angle 5x à un capteur d'image de 14 Mpixels. Il est disponible au prix de 139 euros. Le CoolPix S4100 est un APN 14 Mpixels proposant un écran tactile intuitif haute définition de trois pouces. Il permettra de déclencher ou de visualiser les photos au touché. Ce modèle effectue automatiquement la mise au point et définit la meilleure exposition pour l'élément sélectionné. Il autorise aussi des vidéos au format HD 720p. Le S4100 est disponible en trois couleurs et sera proposé au prix de 159 euros. Dans la gamme petits prix, on trouve le CoolPix S2500 avec un capteur 12 Mpixels et un zoom grand angle 4x (119 euros). Vient ensuite le CoolPix L23 qui est destiné au néophyte de tous âges. Ses automatismes optimisent les paramètres de l'appareil en fonction des conditions de prise de vue (89 euros).





Nouveau film d'animation chez **THQ**



**R**io, prochain film d'animation de la Fox et signé par les créateurs de l'Age de Glace, arrivera sur les écrans le 13 avril prochain. Spécialiste du genre depuis plusieurs années, THQ proposera l'adaptation du film en jeu vidéo quelques jours avant, le 8 avril. Le scénario du film et du jeu met en scène Blu, un perroquet bleu d'une espèce très rare qui découvre l'univers haut en couleurs de Rio de Janeiro. Seul petit soucis, l'animal n'a jamais appris à voler... THQ proposera notamment le titre sur Nintendo DS. L'éditeur annonce un party game comprenant une quarantaine de mini-jeux permettant de retrouver les personnages du film. Le titre sera également publié sur Wii, PS3 et Xbox 360.



## L'iPhone

Au centre du  multimédia à domicile

**T**wonky est un logiciel de partage des contenus multimédia. Il permet notamment aux passerelles multimédia de venir piocher des musiques, des photos ou des vidéos sur un ordinateur via le réseau domestique. Développée par Packet Video, l'application iPhone Twonky Mobile transforme le smartphone en télécommande et permet de gérer la diffusion sans fil de n'importe quel contenu vers l'un des équipements connectés, de l'ordinateur vers le téléviseur par une passerelle multimédia par exemple. L'iPhone en lui-même est également considéré comme une source et un moyen de diffusion. On pourra donc envoyer son contenu en WiFi vers d'autres diffuseurs connectés au

réseau ou encore diffuser sur son écran le contenu issu d'un ordinateur ou d'un disque réseau. L'application Twonky Mobile est également disponible sous Android. « *Twonky Mobile permet aux gens de personnaliser la façon dont ils accèdent à leurs médias indépendamment de la marque des équipements qu'ils possèdent chez eux* », explique Osama Alshaykh, CTO de PacketVideo. « *En rendant accessible l'application Twonky Mobile sur l'iPhone, nous avons créé un moyen simple et sans contrainte pour un utilisateur de connecter sans fil tous les appareils de sa maison. Nous lui offrons également davantage de possibilités pour profiter de ses contenus n'importe quand et n'importe où chez lui.* » Twonky Mobile est disponible sur l'App Store au prix de 2,39 euros.

## Storex

### Le serveur multimédia mobile



**S**orex présente le premier lecteur multimédia portable et autonome. L'eZeeGo7 est doté d'un écran de sept pouces (800 x 400), ce qui permet donc de regarder des vidéos et des photos en situation de mobilité. Pour cela, il est également muni d'une batterie rechargeable qui offre 3 heures 30 d'autonomie. Pour stocker les fichiers, le lecteur peut accueillir une carte mémoire SD ou un périphérique de stockage USB. Il y aura aussi des versions avec de la mémoire embarquée. Revenu à la maison, il se connecte en HDMI au téléviseur pour y diffuser des vidéos en 1080p. Au-delà des images animées, l'eZeeGo7 permet l'écoute de la quasi totalité des formats musicaux, ainsi que la visualisation des photos. Enfin, de nombreux accessoires seront disponibles dont une housse de protection, un support de table, un socle de voiture, ou encore un câble allume-cigares. L'eZeeGo7 sera livré avec un câble mini HDMI, des écouteurs et une télécommande courant mars en version sans mémoire au prix de 99 euros. Des versions en 8, 16 et 32 Go devraient être commercialisées durant le deuxième trimestre 2011.

# Pentax, le goût de l'aventure

**P**entax élargit sa gamme de compacts avec les modèles Optio WG1 et l'Optio WG1-GPS. Étanche jusqu'à 10 mètres, il sera possible d'explorer et immortaliser les fonds marins en toute sérénité (mais pas les abysses non plus). Combinant fiabilité et robustesse, cet appareil compact supporte les chutes jusqu'à une hauteur de 1,5 mètre et résiste à une pression de 100 kg. Véritable appareil tout terrain, l'Optio WG1 peut endurer des températures extrêmes jusqu'à -10°C (à Paris pas au Pôle Nord ou au ski). Il est équipé d'un capteur CCD 14 Mpxels associé à un zoom 5x grand angle 28-140 mm (en équivalent). L'écran LCD de 2,7 pouces permettra aussi de visualiser les vidéos réalisées au format HD 720p. L'option WG1-GPS propose en plus une fonction de géolocalisation des photos. Disponibles en noir ou violet pour la version simple, et vert pour la version avec géotagging, le WP1 sera disponible le 17 mars au prix de 299 euros, tandis que l'Optio WG1 GPS sera proposé au tarif de 349 euros.





# Onkyo

## L'ampli connecté pour tous



Onkyo dévoile quatre nouveaux amplis-tuners audio-vidéo : le TX-NR609 en 7.2, le TX-NR579 en 7.1, le TX-NR509 en 5.1 et le TX-SR309 en 5.1. Avec un nouveau design plus épuré, ces modèles sont équipés de fonctions réseau (à partir du 509) supportant la lecture des fichiers audio en provenance d'un PC et les radios Internet en streaming, une évolution importante pour ce segment. Ces quatre amplificateurs proposent le décodage désormais

habituel des sources audio HD comme le DTS-HD Master Audio et le Dolby Digital True-HD. On retrouve également le système Audyssey DSX (sauf sur le TX-SR309) qui permet de configurer automatiquement les enceintes en fonction de la pièce. La connectique n'est pas en reste avec la présence de trois à six prises HDMI suivant les modèles et la présence d'une prise VGA sur les deux modèles les plus onéreux. Elle permet d'envoyer le signal vidéo d'un notebook ou PC directement vers l'amplificateur, qui l'envoie ensuite via le HDMI à un écran compatible. Ajoutons que le port USB en façade disponible sur tous les modèles permet la connexion d'un iPod ou iPhone, mais peut lire également tous les appareils de stockage USB. Ces nouveaux amplis-tuners audio-vidéo seront disponibles respectivement en mars (TX-SR309 : 399 euros), avril (TX-NR509 : 499 euros et TX-NR579 : 599 euros) et mai (TX-NR609 : 699 euros).

# Iiyama

Pour le septième art



Iiyama présente un écran qui pourrait bien faire le bonheur de ceux qui regardent des films sur leur ordinateur. Ainsi, le ProLite X2472HDS est un moniteur 24 pouces au format 16:9ème qui offre une résolution Full-HD. Mais son principal intérêt réside dans l'utilisation de la technologie PVA pour la dalle qui autorise des angles de vision de 178 degrés sur tous les axes. Idéal pour regarder à plusieurs des vidéos. Le X2472HDS dispose d'un rétro-éclairage à LED et affiche un temps de réponse de 8 ms. La connectique est complète avec le HDMI, le DVI et le VGA. Le ProLite X2472HDS est disponible au prix de 259 euros.

# MotorStorm enclenche



Sony Computer prépare le lancement de MotorStorm Apocalypse, nouvel opus d'une série de jeux de course typiquement arcade. Apparue en même temps que la PlayStation 3 puis déclinée dans une suite (MotorStorm Pacific Rift) et même une version pour la console portable maison (MotorStorm Artic Edge sur PSP), la franchise développée par la structure anglaise Evolution Studios est devenue une référence dans le domaine du jeu de course orienté arcade. À ce jour, Sony Computer

comptabilise 300 000 jeux de la série vendus en France sur PS3. « Le nouveau MotorStorm apporte de la nouveauté avec, pour la première fois, des courses se déroulant en plein environnement urbain », explique Patrick Vernuccio, Chef de produits software senior chez Sony Computer France. « L'ambiance apocalyptique avec des bâtiments s'écroulant, le sol qui se soulève ou un train qui fonce sur les véhicules des participants concourent à donner un cachet de superproduction hollywoodienne au jeu ». Dans son principe, le nouveau MotorStorm reste fidèle aux fondamentaux de la série avec des courses sans pitié entre différents types de véhicules (13 catégories avec

motos, voitures, camions, quads...) sur des pistes pas toujours de tout repos. Le jeu en ligne est évidemment au programme, avec la possibilité de jouer jusqu'à 16 simultanément ou en écran divisé à quatre.

## Un nouvel ambassadeur pour la 3D

« MotorStorm Apocalypse peut être joué en 3D avec les écrans correspondants », précise Patrick Vernuccio. « Après Gran Turismo 5, le titre va devenir l'un des ambassadeurs de la 3D chez Sony Computer.





# Noxon

## Le multimédia décomplexé



**N**oxon présente son nouveau lecteur multimédia, le M740. Particularité de ce modèle, il intègre un emplacement à l'arrière pour l'insertion d'un disque dur interne au standard SATA. Compatible Full-HD, il permet de visionner les films et photos sur n'importe quel téléviseur en 1080p. Il gère aussi les technologies DTS et Dolby Digital pour le son. Le M740 supporte les formats AVI, XVID, MKV, MP3, WMA, JPEG, etc. En outre, un

lecteur de cartes intégré permet d'utiliser des cartes mémoire. Le Noxon M740 s'intègre facilement dans les réseaux domestiques (Ethernet ou WiFi) pour permettre un accès en streaming à tous les contenu multimédia stockés sur un ordinateur (Windows et Mac). Il dispose également de prises USB pour y connecter des disques durs externes et autres clefs USB. Le Noxon M740 est disponible au prix de 199 euros.

# e la vitesse supérieure



Accessible et très arcade, le jeu s'adresse à un public plus large par exemple que Killzone 3. Des synergies sont prévues dans

le groupe Sony pour promouvoir la 3D avec le jeu via des démos dans des espaces dédiés, notamment chez les revendeurs multi-spécialistes ou au Sony Store ». Le fait que Martin Kenwright, patron d'Evolution Studios soit aussi le responsable de la 3D chez Sony Computer n'est certainement pas étranger aux ambitions de Sony autour

de ce titre. La marque MotorStorm est par ailleurs généralement associée à la 3D puisque parmi les premières applications proposées sur la machine, on comptait un niveau du

précédent opus mis en relief, avec là aussi effets spéciaux lors des dégâts et profondeur de champs à la clé. Pour créer l'événement au lancement, l'éditeur a signé des partenariats avec Orange et Honda. Un film « live » tourné en partenariat avec le constructeur auto sera exploité en teasing puis dans la campagne Internet autour du jeu. MotorStorm Apocalypse est attendu pour le 16 mars, sur PS3 exclusivement.

# Forza,

version toutes options



**M**icrosoft vient de rééditer Forza 3 dans la gamme économique Classics. Référence indiscutable dans le domaine de la simulation automobile sur Xbox 360, Forza Motorsport 3 est, pour l'occasion, sous-titré Ultimate Collection. La galette regroupe en effet le jeu original, tous les contenus supplémentaires sortis ultérieurement sans oublier plusieurs éléments inédits dont de nouveaux modèles de voitures (Lancia 037 Stradale, Jaguar D-Type...). Une édition très complète donc pour ce classique incontournable, désormais vendu au prix généralement constaté de 29 euros environ.

# Homefront :

invasion imminente



« On a vraiment l'impression que THQ boxe maintenant dans une catégorie supérieure. »

Extrait de la preview de Homefront à lire sur [EUR1.GAMER.fr](http://EUR1.GAMER.fr)

**P**lus que quelques jours avant que l'armée coréenne n'envahisse le territoire américain ! Ou plutôt que THQ publie Homefront, jeu d'action en vue subjective basé sur un scénario prenant place dans des années 2020 où les États-Unis, ruinés et dévastés, sont occupés par une armée coréenne impitoyable. Dans le rôle d'un simple citoyen, le joueur devra prendre les armes et intégrer la résistance contre les forces occupant le territoire. Outre une campagne solo à l'inspiration hollywoodienne (scénario de John Milius, qui a travaillé sur Apocalypse Now ou l'Aube Rouge au script assez proche) d'une dizaine d'heures capitalisant sur l'aspect spectaculaire, le jeu proposera également une dimension multijoueurs pouvant accueillir jusqu'à 32 combattants sur une même carte pour varier les plaisirs. Le lancement du jeu profitera d'un soutien marketing en TV (TF1, M6...), en Presse, sur Internet et en trade sans oublier du street marketing. Microsoft vient par ailleurs d'annoncer la sortie d'un bundle regroupant la console Xbox 360 (modèle 250 Go) et le jeu Homefront, le jour de la sortie du titre (279 euros, prix conseillé). Rendez-vous le 15 mars.





News

# Toshiba

## BD dans TV

**T**oshiba présente sa première gamme de téléviseurs LED combinés Blu-ray. La série DB833 sera lancée à la fin du premier semestre 2011 en deux tailles d'écran : un 32 pouces (81 cm) et un 42 pouces (107cm). Avec un lecteur Blu-ray intégré, une dalle Full-HD au rétro-éclairage LED et un tuner TNT HD, ce sont de véritables tout-en-un équipés en plus d'un port spécifique pour décoder les chaînes de TV payantes. Ils peuvent aussi servir de lecteur multimédia pour la lecture de photos, de vidéos et de musiques à partir d'une clef USB ou d'un disque dur externe. Pour faciliter l'accès au contenu multimédia, un vaste choix de formats (MKV, JPG, MP3, DivX, AVI) est supporté. En plus du port USB, la série DB833 dispose de deux ports HDMI et d'une prise PC. Et pour ceux qui sont déjà équipés d'un lecteur Blu-Ray, Toshiba propose également ces modèles sans lecteur intégré mais aux spécifications similaires. Aucun prix n'a été communiqué pour l'heure.



# Dead Island

## fait le buzz

**A**nnoncé il y a déjà quelques années puis perdu de vue depuis quelques temps, le jeu d'action en vue subjective Dead Island vient d'être confirmé pour cette année par Koch Media. Une île paradisiaque, la mer bleue, le sable chaud... mais des hordes de zombies assez agressifs pour mettre à mal le planning des vacances : voilà le programme de ce titre développé par le studio Techland (Call of Juarez). À mi-chemin entre Farcry pour l'environnement et La Nuit Des Morts-Vivants côté ambiance, le jeu sera publié sur PC, PlayStation 3 et Xbox 360. La bande-annonce diffusée par l'éditeur sur Internet aurait, en quelques jours, été vue près de trois millions de fois sur



YouTube et la page Facebook dédiée au jeu enregistrait 100 000 fans en moins d'une semaine. Le thème musical du trailer est même téléchargeable sur iTunes au prix de 0,99 euro. Les rumeurs d'une adaptation future au cinéma vont d'ores et déjà bon train...



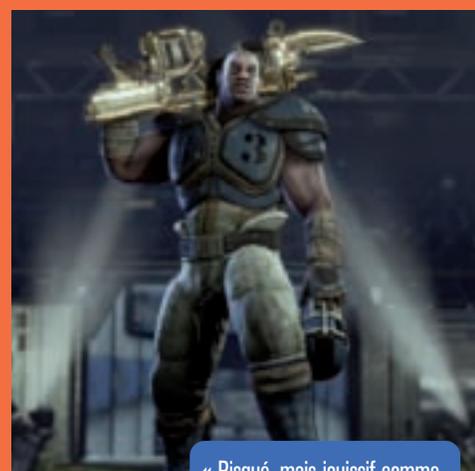
# Sherlock Holmes

## reprend du service



**L**e célèbre enquêteur reprendra du service cette année, aussi bien sur PC que sur PlayStation 3 et Xbox 360. Il faudra en revanche patienter jusque la fin de l'année pour découvrir Les Nouvelles Aventures de Sherlock Holmes, concocté cette fois-ci d'emblée pour les consoles. Toujours développé par Frogwares, le jeu mettra cette fois-ci en scène un Holmes suspecté de meurtre ! Focus Home Interactive se chargera à nouveau de la publication du jeu.

# Une date pour Gears of War 3



« Risqué, mais jouissif comme c'est pas permis ! »

Extrait de la Bêta de Gears of War 3 à lire sur [EUR.GAMER.FR](http://EUR.GAMER.FR)

**M**icrosoft vient de confirmer la date de sortie exacte de l'un des jeux les plus attendus de l'année sur Xbox 360, Gears of War 3. C'est le 20 septembre prochain que le jeu d'action à la troisième personne fera son retour sur la console maison. Courant avril, une version beta multijoueurs permettra aux amateurs de la série développée par Epic Games de profiter d'un avant-goût du titre. Côté scénario, Gears of War 3 mettra en scène des événements prenant place un an et demi après ceux de son prédécesseur et verra les derniers survivants humains lutter contre une nouvelle menace en provenance directe des profondeurs de la planète.





## IL-2 redécolle

**S**ur un segment de la simulation aérienne bien moins alimenté qu'autrefois, toute nouvelle annonce ne manquera pas de retenir l'attention des amateurs du genre. Ubisoft annonce pour le 24 mars prochain le retour d'une franchise bien connue dans le genre avec IL-2 Sturmovic : Cliffs of Dover. Proposé uniquement sur PC (contrairement au précédent Birds of Prey, dédié consoles), le jeu proposera de se replonger dans la furie des affrontements aériens de la Seconde Guerre mondiale, dans le contexte des combats s'étant

déroulés au-dessus de l'Angleterre en 1940. En solo, il s'agira de rejoindre la Royal Air Force pour repousser les appareils allemands tandis que les modes multijoueurs pourront accueillir jusqu'à 128 joueurs simultanément sur une même carte. Ubisoft annonce une douzaine d'appareils jouables incluant des modèles allemands, italiens et anglais comme le fameux Spitfire plus « 13 avions supplémentaires contrôlés par l'ordinateur ». Nouveau moteur 3D et gestion réaliste des dégâts sont notamment au programme.

## Harman peaufine le son



**L**a Harman Kardon Go + Play est une station d'accueil iPod/iPhone haut de gamme que le constructeur fait légèrement évoluer avec cette nouvelle version II. Déjà réputée pour l'excellence sonore, le constructeur a encore travaillé pour l'améliorer. Outre ses qualités acoustiques et son design soigné, elle est facile d'utilisation avec ses commandes tactiles et la télécommande RF intelligente. « La connexion du Go+Play II au format S-vidéo permet également d'emporter et de visionner ses films et ses photos iPhone ou iPod sur n'importe quel téléviseur », précise le constructeur. La station peut également fonctionner sur piles avec une autonomie annoncée de 18 heures d'écoute. Le prix est de 349 euros.

## BenQ projette en 3D

**B**enQ élargit sa gamme de vidéoprojecteur avec le W600+. Destiné aux loisirs numériques, ce projecteur dispose d'une résolution de 720p (HD Ready) et de la compatibilité 3D grâce à la technologie DLP Link. Idéal pour regarder sans obscurcir complètement, le W600+ propose une luminosité de 2 600 Lumens pour un taux de contraste de 4 000 :1. La connectique est également complète avec deux prises HDMI et une entrée YUV. Le vidéoprojecteur est d'ores et déjà disponible au prix de 649 euros. Les lunettes sont vendues séparément.



## Flashpoint repart au combat

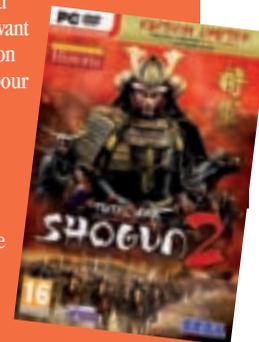


**C**odemasters vient de confirmer la date de sortie fixée au 21 avril du nouveau Operation Flashpoint : Red River sur PC, PlayStation 3 et Xbox 360. Nouvel opus en date d'une série de jeux d'action à dimension tactique, le jeu verra son scénario prendre place au Tadjikistan, un pays limitrophe notamment avec l'Afghanistan du nord et de la Chine. Membre d'une escouade spéciale, le joueur devra y défendre les intérêts américains face aux insurgés et aux troupes chinoises. Jouable en solo ou en multijoueurs (coopération à quatre), le titre exigera du militaire en herbe de savoir tirer le meilleur des quatre types de combattants proposés mais aussi de s'adapter au mieux à un environnement hostile.

## Sega affute ses katanas



**D**ix ans après la sortie du premier volet, Total War : Shogun prend à nouveau d'assaut le PC avec un nouveau titre prévu pour le 15 mars. Jeu de stratégie basé sur l'univers du Japon Médiéval, le titre signé par les Anglais de The Creative Assembly (Rome Total War, Napoleon : Total War...) permet au joueur de sélectionner son alter-ego parmi neuf clans disponibles puis de bâtir un empire, une armée pour partir à la conquête des clans ennemis. En plus de la conséquente campagne solo, le jeu propose de nombreux modes multijoueurs pouvant accueillir jusqu'à huit participants en coopération ou les uns contre les autres. Nouveaux avatars pour les joueurs pouvant évoluer et intelligence artificielle plus fine comptent parmi les « plus » apportés par cette nouvelle version du jeu. Côté marketing, Sega annonce une campagne en presse spécialisée et sur Internet (Allocine, Facebook...) et un partenariat avec le magazine Historia a été conclu (habillage, dossier sur le jeu et démo envoyée aux abonnés).





# Micro Application

## Le jeu sous toutes ses formes



Entretien avec

Rémy Poirson  
Directeur marketing

### JDLI : Quelle place occupe aujourd'hui le jeu chez Micro Application ?

Rémy Poirson : Le jeu génère un chiffre d'affaires qui représente 50 % de l'activité logiciels. Nous réalisons un tiers de cette activité avec le jeu PC traditionnel, via des jeux d'aventure, de stratégie mais aussi des titres en réédition mid price. Un autre tiers est effectué dans le domaine du jeu casual, segment sur lequel nous avons progressé de 27 % l'an dernier en sell-out. Enfin, nous réalisons un dernier tiers du chiffre avec les jeux sur consoles, tant de salon que portables.

### Quelle part représentent vos ventes dématérialisées, notamment dans le secteur casual ?

Elles restent minoritaires sur les jeux, de l'ordre de 10 % environ. Cependant, nous souhaitons progresser sur ce marché et c'est pourquoi nous avons lancé avec succès le site Un jeu Par Jour qui commercialise des jeux casual en téléchargement peu voire absents dans les rayons de nos partenaires distributeurs. Plus de 400 jeux y sont proposés à des prix entre 10 et 20 euros environ et les consommateurs fidèles peuvent profiter de réductions conséquentes via le Pass VIP. Nous comptons actuellement 300 000 utilisateurs qui achètent régulièrement des jeux Enigmes et objets cachés, des « Combinaisons de trois », des jeux de cartes ou de mah-jong...

### Quelles sont les tendances sur le marché du jeu casual ?

Les Enigmes et objets cachés fonctionnent très fort depuis quelques temps déjà, ce genre reprend certains codes du jeu d'aventure tout en étant très facile d'accès. Nous proposons ce genre depuis 2007 et représentons environ 60 % de parts de marché. La tendance est à une évolution de ce genre avec des scénarii plus ambitieux mais aussi à

Cela fait des années que Micro Application a pris goût au jeu vidéo. Quelques mois après l'acquisition de la société parisienne par Avanquest, Rémy Poirson, Directeur marketing, revient sur l'actualité jeux de la société qui souligne vendre 400 000 titres par an. Par Patrick Hellio

des mix avec d'autres types de gameplay comme les « Combinaisons de trois ». Un autre genre est actuellement en plein essor et va continuer à progresser : le time management ou jeux contre la montre, ces titres où il faut gérer différentes actions simultanément. Globalement, notre public casual est à plus de 85 % féminin et se recrute beaucoup chez les plus de 25 ans.

### Comment se présente votre catalogue casual en magasins ?

Nous avons rationalisé notre catalogue en nombre de références. Chaque mois, nous mettons en avant un titre positionné à 20 euros qui profite par exemple d'une version collector ou de spécificités comme Le Secret du Pharaon 2, prévu pour le premier semestre, dont une version collector proposera l'affichage en 3D sur PC. Tous les trois mois, nous relançons une offre globale en magasins, à l'image de la quinzaine de titres à moins de 15 euros de la gamme Casual For Fun. L'offre profitera de boxes dédiés et pourra être vue en grande distribution, en multi-spécialistes, chez certains indépendants... Plusieurs fois dans l'année, nous proposons également à nos partenaires distributeurs leurs linéaires des offres petits prix sous forme de collection à moins de 10 euros afin d'animer davantage. Dans cette



perspective, sera commercialisée prochainement la collection Passion Casual (10 titres à 9,95 euros l'unité). Nous aimerions également développer notre présence dans les surfaces

commerciales de proximité, de taille plus réduite. Notre force de vente comptant une dizaine de commerciaux terrain est un avantage.

### Quelle est votre politique éditoriale sur les consoles de jeu ?

Côté consoles de salon, nous jouons clairement sur l'effet de contre-programmation, en identifiant les moments les plus propices pour publier les jeux sans concurrencer des blockbusters. Je pense notamment à Sniper Ghost Warrior, un titre qui s'est déjà vendu à plus de 30 000 exemplaires sur Xbox 360 (plus d'un million dans le monde) et 17 000 sur PC (bientôt sur PS3 dans une version optimisée à un prix agressif). Nous allons prochainement commercialiser des versions physiques de succès du Xbox Live Arcade comme la compilation PopCap Hits N°1 prévue pour mars ou la trilogie Alien Breed publiée par Mastertronic (avril). Sur DS, nous jouons également la contre-programmation en nous adressant à un public plutôt adulte et casual gamer avec des titres comme Chronicles of Mystery, Art of Murder...

### Comment se situe l'offre jeux de Micro Application par rapport à Avanquest ?

Elle est assez complémentaire, nous nous adressons à des publics différents. Avanquest développe par exemple des contenus ludo-éducatifs à destination des enfants commercialisés sur des licences réputées telles Oui-Oui au Pays des Jouets. Micro Application va poursuivre sa stratégie dans ses domaines de prédilection comme le jeu d'aventure tel Black Mirror 3 le 14 avril prochain.



Black Mirror 3



idef

INTERACTIVE &  
DIGITAL  
ENTERTAINMENT  
FESTIVAL



CANNES

L'ÉVÉNEMENT **TRADE**  
EUROPÉEN DU **JEU VIDÉO**

[www.idefexpo.com](http://www.idefexpo.com)

# CANNES THE PLACE

# TO BE

28>30 JUIN 2011  
PALAIS DES FESTIVALS  
DE CANNES

un événement  
**comexposium**  
The place to be

**S.E.L.L.**  
SYNDICAT DES ÉDITEURS DE LOGICIELS DE LOISIRS



SALON salon

Panorama

# Téléviseurs

## Au cœur du marché

Avec la course en avant vers toujours plus de technologie sur les grandes tailles pour pouvoir maintenir de la valeur sur le haut de gamme, le 32 pouces est quelque peu négligé. Pour autant, c'est toujours la diagonale la plus vendue et contrairement à ce que l'on pourrait penser, elle dispose d'arguments valables pour justifier une montée en gamme. par Benoît Dupont & Stéphane Kauffmann

**F**ort logiquement, toute l'attention médiatique est focalisée sur les grandes tailles et la 3D. Pour autant, le 32 pouces (82 cm) reste la diagonale la plus vendue. Cela n'est pas seulement dû aux tarifs promotionnels très bas, mais s'explique aussi par la taille des appartements français. D'autant que cette diagonale est aussi très prisée en multi-équipement, où elle constitue la limite supérieure cette fois. Sans oublier ceux qui ont besoin d'un appareil doté d'un tuner TNT car leur région coupe l'analogique. Ceux-là ne sont sans doute pas passionnés de hi-tech et cherchent avant tout à remplacer leur ancien poste cathodique par un nouvel écran pas trop envahissant. La cartographie sociale de ceux qui achètent un 32 pouces est donc



**Sony**  
KDL32EX710

### Très connecté

Si le design n'est pas aussi percutant que sur le haut de gamme en grande taille, ce téléviseur se laisse regarder et s'avère plutôt fin. Sur le plan des performances, le contraste impressionne vraiment et la température des couleurs est correcte. En haute définition, l'écran s'en sort très bien. Il y a un peu de grain sur les arrière-plans mais rien de bien gênant. La sensation visuelle est très détaillée malgré la diagonale réduite. En définition standard, le résultat est très probant aussi, la taille réduite étant alors un avantage. Les images sont nettes et les fourmillements peuvent être gommés par le filtre numérique sans pénalité de latence. En revanche, la rémanence est assez importante ce qui n'aide pas pour le jeu vidéo. La connectique est très complète, notamment avec une connexion Web qui donne accès à une sélection de chaînes TV en ligne mais aussi à la plate-forme Qriocity qui propose la VOD et la musique par abonnement. La partie audio est un peu en retrait. Le faible écart entre les haut-parleurs ne permet pas une spatialisation correcte et la séparation entre les canaux n'est pas évidente.

Technologie : LCD/LED	Connectiques : 4 HDMI, YUV, 2 PériTel, USB host, DLNA
Résolution : 1920 x 1080	
Contraste : 1 000 000 :1	
Tuner TNT HD	

699



**Philips**  
32PFL9705H

### Résolument haut de gamme

C'est un bel objet dont la finition trahit déjà l'orientation résolument haut de gamme de ce modèle, fait rarissime dans cette diagonale. En définition standard, le constructeur hollandais a toujours fait mieux que les autres. Les DVD ont un rendu tout à fait appréciable, fluide et net avec une netteté largement supérieure à la concurrence. La réduction de bruit fonctionne parfaitement aussi, il y a peu de fourmillements sur les arrière-plans. Le contraste est incroyable à plus de 2 500 :1. La précision en HD est à la hauteur aussi. Il y a cependant un peu plus de fourmillements que d'ordinaire. Les couleurs par défaut sont un peu froides, même en mode cinéma. Pour fluidifier l'action, rien de tel qu'une dose de Natural Motion, une fonction que nous avons trouvée plus efficace que l'adressage 200 Hz. La réactivité n'est pas idéale pour le jeu vidéo, c'est le moins que l'on puisse dire. Il y a des filés derrière les objets en déplacement, surtout sur les fonds sombres. La partie audio est vraiment bonne aussi. C'est même la meilleure de cette sélection, avec des basses bien présentes et une spatialisation assez cohérente malgré la petite taille.

Technologie : LCD/LED	Tuner TNT HD
Résolution : 1920 x 1080 pixels	Connectiques : 5 HDMI, 2 PériTel, 1 VGA, YUV, DLNA, USB host
Latence : 1 ms	
Contraste : 5 000 000 :1	
Luminosité : 500 cd/m2	

1249





# 32 pouces

sans doute aussi diverse que variée, comme l'est l'intérêt porté à l'objet technologique.

## Un effort de valorisation

Dans ce contexte, l'absence de publicité autour de cette diagonale n'aide pas à promouvoir la montée en gamme. C'est donc le terrain d'expression idéal pour l'achat au meilleur prix, soit le plus bas possible. Ce sera souvent le seul critère que le consommateur aura en tête lorsqu'il pénètre au rayon TV pour acquérir un 32 pouces. Pour autant, il y a de nombreux arguments de montée en gamme auquel cette cible peut être attentive si on lui en explique l'existence et l'usage. Ainsi, il y a des technophiles en puissance qui

achètent un 32 pouces car il n'ont pas le recul suffisant pour choisir plus grand. Ils pourront être intéressés par une meilleure qualité d'image et des fonctions avancées. Ceux sensibles au design seront séduits par un téléviseur aux bords fins. Un écran de cette taille est également le compagnon idéal d'une console de jeu et ce sera alors la réactivité qui pourra servir d'argument. C'est donc une erreur de croire qu'en 32 pouces, seul le prix peut faire vendre. Mais si on veut qu'il en soit autrement, le rayon doit être structuré en conséquence et un effort de communication doit être fait autour du produit. Le plus évident sera de créer un espace 32 pouces pour que les modèles en promotion n'attirent pas toute l'attention. S'attendre à vendre des déclinaisons 32

pouces d'écrans de grande taille sophistiqués en mentionnant seulement leur existence semble illusoire. Ensuite, la démonstration par l'image des technologies embarquées et des fonctions supplémentaires sera sans doute aussi une aide précieuse.

## Technologique aussi

Voyons déjà ce que le 32 pouces n'est pas. Il n'est pas 3D, du moins pour l'heure. Il est vrai que l'immersion requise pour un effet de relief marquant n'est pas garantie dans cette diagonale. Panasonic arrive tout de même avec une gamme LED 3D qui nous a fait grande



**Samsung**  
UE32G6000

## Un effort de design

Le design est ici à l'honneur, même si la finition Crystal Gloss n'est plus à la dernière mode de ce que pratique le constructeur en grande taille. C'est pour autant très réussi et peut attirer ceux qui s'intéressent au look en premier lieu. Le rendu en haute définition est assez convaincant. Les images sont nettes, propres et fluides, à condition d'ajouter une dose de Motion+ LED vraiment efficace. Le contraste est l'un des meilleurs avec 2 200 :1 à la mesure. En définition standard, c'est un peu moins bien avec un peu de fourmillement de temps en temps mais la netteté est satisfaisante. On notera au passage que l'écran n'est pas connecté. Il intègre cependant un lecteur multimédia compatible avec de nombreux formats vidéo, mais nous avons cru remarquer un léger décalage entre l'image et la voix. Dans les jeux vidéo, l'écran offre une réactivité correcte. La partie audio est en revanche très spartiate, comme souvent sur les écrans du constructeur coréen.



**Panasonic**  
TX-L32D28

## Adapté au jeu vidéo

Le design est relativement commun mais l'appareil est décliné en plusieurs coloris, du noir au blanc en passant par l'argenté. Comme souvent chez le constructeur, l'écran n'est pas original mais la finition est irréprochable. Comme LG, Panasonic a fait appel à ISF pour ses réglages. Le résultat est à l'avenant, avec des images particulièrement nettes et des couleurs très justes. Le contraste est largement suffisant. En définition standard, le constructeur a fait du bon travail. Les images sont propres et dépourvues de bruit vidéo. La technologie 200 Hz mise à jour dans sa version IFC-Pro apporte son lot d'améliorations par rapport à la génération précédente. C'est toujours perfectible mais globalement nous avons constaté moins de saccades sur les travellings. La réactivité est l'un des points positifs de ce modèle. Nous avons également apprécié les images très vives du mode jeu vidéo. On retrouve sur ce petit 32 pouces la connectivité Internet offerte par le VieraCast. Enfin, la partie audio est moins convaincante que d'ordinaire chez Panasonic.

Technologie : LCD/LED  
Résolution : 1920 x 1080 pixels  
Tuner TNT HD

Connectiques : 4 HDMI, 2 Péritel, 1 VGA, YUV

569

Technologie : LCD/LED  
Taille : 32 pouces  
Résolution : 1920 x 1080  
Tuner TNT HD

Connectiques : 4 HDMI, YUV, 2 Péritel, USB host, DLNA

899





SAISON salon Panorama

# Téléviseurs 32 pouces

impression lors du dernier CES. L'effet était spectaculaire mais le prix annoncé à 1300 euros en fera un produit d'élite. On ne trouve pas de LED matriciel en local dimming non plus. En revanche, le LED sur les bords ou edge-fit se multiplie et devrait dans l'année équiper une majorité d'écrans de marque. Les arguments en faveur du LED sont les mêmes qu'en grand taille. La consommation est réduite, ce qui plaira aux éco-amateurs même si dans cette diagonale l'économie est anecdotique. Le contraste est censé être plus élevé même si cela ne se vérifie pas forcément et surtout l'écran est généralement plus fin, ce qui autorise des designs plus avant-gardistes.

## Des atouts cachés

On aurait d'ailleurs tort de sous-estimer l'importance du design dans cette diagonale. Comme justement il s'agit souvent d'acquéreurs peu intéressés par la technologie, ils sont d'autant plus sensibles à ce point. Malheureusement, les constructeurs négligent un peu cet aspect alors que sur les moniteurs bizarrement, il y a des tentatives osées. Il sera d'autant plus intéressant de mettre sur un piédestal le téléviseur le plus design que l'enseigne aura référencé. Technologiquement, le 32 pouces offre à peu près la même chose que ses grands frères. On y trouve l'accélération 100 et 200 Hz, les différents

modes pré-réglés, le LED, etc. On peut donc aussi argumenter là-dessus pour les amateurs de belle image. De même, le Full-HD se généralise aussi chez les grandes marques et c'est un argument valable. Il y a surtout une nouveauté qui arrive sur les 32 pouces : la connexion au Web. De plus en plus, les modèles haut de gamme pourront accéder aux mêmes services que les grandes tailles. Et l'argument est de taille. On peut ainsi vanter l'accès à un service de vidéo à la demande par exemple. À signaler que Sony joue un rôle de précurseur en la matière, car son service Qriocity propose et la VOD et la musique par abonnement.



## LG 32LE5310 Très grand public

Sa ligne est quelconque et la finition juste correcte. En compensation, c'est un téléviseur vraiment grand public car il est parfaitement réglé par défaut. Pour obtenir un rendu cinéma avec une calibration pratiquement parfaite, il suffit de basculer sur l'un des modes concoctés par l'ISF (Imaging Science Foundation). Le résultat est exceptionnel. Les tons chair sont justes et le rendu en HD est vraiment conforme au cinéma, toute proportion gardée sur un écran de 32 pouces naturellement. Hélas, le choix de la dalle pose problème. Le contraste est trop faible avec un niveau de noir insuffisamment profond. Les films perdent donc en intensité. La fluidité des Blu-ray est assurée par le système TrueMotion 100 Hz. Et il suffit d'une petite dose pour profiter de traveling sans accroc. En définition standard, LG fait plutôt mieux que la moyenne. Les images sont d'une netteté correcte avec toujours cette colorimétrie quasi parfaite. On regrette en revanche le manque de contraste. Dans les jeux vidéo, la réactivité est suffisante. Là encore, les joueurs se plaindront d'un niveau de noir trop élevé. Enfin, la partie audio est vraiment limite avec un rendu très en-dessous de la moyenne.

Technologie : LCD/LED  
Résolution : 1920 x 1080 pixels  
Latence : 2,4 ms  
Contraste : 3 000 000 :1

Tuner TNT HD  
Connectiques : 4 HDMI, Périéal, VGA, YUV, USB host

459



## Sharp LC32LE210 Pour la TNT

Ce téléviseur ne brille pas par son rendu en haute définition. La netteté n'est pas au rendez-vous, il y a beaucoup de grain, notamment sur les arrière-plans et on ne peut rien faire contre les saccades qui ne manquent pas de s'inviter dans les travellings. C'est dommage car le contraste est bon avec plus de 2 400 :1 sous la sonde de mesure. Mais les tons chair mériteraient une calibration digne de ce nom. En effet, les couleurs par défaut sont beaucoup trop froides, il faut les rehausser manuellement. Mauvaise surprise, il n'y a pas de mode cinéma, un oubli gênant quand on sait que ce téléviseur n'est pas destiné aux spécialistes de l'image. En définition standard, c'est beaucoup mieux. Les images sont nettes et il n'y a pas de fourmillements gênants. Dans les jeux vidéo, ce téléviseur est à l'aise aussi. La réactivité est plutôt bonne. La partie audio dispose étrangement, quant à elle, d'un mode cinéma. Il est recommandable mais sans le Surround qui ne fait qu'étouffer les médiums pour un résultat médiocre. Ce téléviseur intègre un lecteur multimédia assez performant qui lit les vidéos HD stockées sur un support USB.

Technologie : LCD/LED  
Résolution : 1920 x 1080 pixels  
Luminosité : 450 cd/m2  
Tuner TNT HD

Connectiques : 3 HDMI, 2 Périéal, VGA, YUV, USB host

499



DU 17 AU 20 MAI 2011

GRIMALDI FORUM  
MONACO

# MedPi 2011

LE BUSINESS CLUB DES LOISIRS NUMERIQUES

BUSINESS  
PERFORMANCE  
CONVERGENCE  
ENRICHISSEMENT



TÉLÉPHONIE  
& PRODUITS NOMADES



IMAGE PHOTO  
& VIDÉO



TV & AUDIO



ORDINATEURS & PÉRIPHÉRIQUES  
ET ACCESSOIRES MULTIMÉDIA



SOFTWARE  
ET CONTENUS



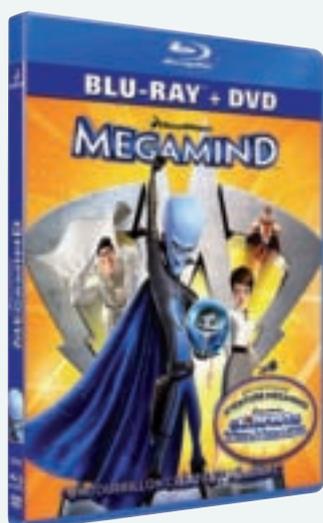
JEUX VIDÉO



ÉNERGIE

**Drôle de méchant !**  
Megamind

Animation



15 avril

Après Dragons et Shrek 4, DreamWorks Animation présente son dernier hit en vidéo et s'attaque au mythe du super-héros. Megamind, un super-méchant, a besoin d'un super-héros pour pouvoir exister. Après avoir tué Metroman, son pire ennemi, il décide de se fabriquer un nouvel adversaire. Mais Titan découvre qu'il est bien plus amusant d'être méchant, ce qui n'arrange pas les affaires de Megamind qui est pris finalement à son propre piège. Doublé en Français par Kad Merad et Franck Dubosc, ce film d'animation décalé a réuni plus de 1,2 million de spectateurs.

**MISE EN PLACE**  
Non communiquée.

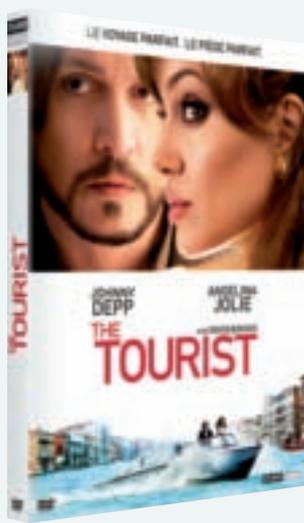
**PLAN MARKETING**

Gros investissement média sur le film avec deux semaines de campagne TV d'un montant 300 000 euros sur TF1, France 3, NRJ 12, Disney Channel, Disney XD et Nickelodeon, des parutions presse dans Télé Loisirs, Direct Soir, Direct Matin Télé Star, TV Envie, Télé Câble Satellite, France Soir, Télé TNT, Le Figaro et vous, une présence radio sur Chérie FM et une campagne Web ciblée sur les sites enfants/familles.

Editeur **DreamWorks Home Entertainment**  
Distributeur **Paramount Home Entertainment**  
Prix publics conseillés **19,99€** (DVD)  
**24,99€** (Blu-ray combo)

**Couple de stars**  
The Tourist

Thriller



19 avril

Remake du film français Anthony Zimmer de Jérôme Salle avec Sophie Marceau et Yvan Attal, The Tourist avait toutes les chances d'être un thriller alléchant. Malgré la présence de deux têtes d'affiche, Johnny Depp et Angelina Jolie, du réalisateur de La Vie des autres, Florian Henckel von Donnersmarck, de la ville de Venise où se déroule l'intrigue, le film ne suscite qu'ennui et déception. Le public français l'a d'ailleurs boudé puisque The Tourist n'a réalisé que 856 000 entrées, ce qui est loin de correspondre aux résultats escomptés.

**MISE EN PLACE**  
60 000 exemplaires (DVD), 20 000 exemplaires (Blu-ray).

**PLAN MARKETING**

Le film est soutenu par une campagne TV de 400 000 euros, un partenariat avec W9 (module « quoi de 9 » et relais Web), une présence sur aufeminin.com et de la publicité dans 20 minutes.

Editeur **StudioCanal Vidéo**  
Distributeur **Universal StudioCanal Vidéo**  
Prix publics conseillés **19,99€** (DVD)  
**24,99€** (Blu-ray)

**Dynamique conte de fées**  
Raiponce

Animation



1er avril

Depuis longtemps, l'histoire de Raiponce fascine les studios Disney. Les réalisateurs Byron Howard et Nathan Greno ont ainsi revisité le conte des frères Grimm pour le porter à l'écran et y apporter une touche de modernité. Dotée d'une personnalité bien trempée, l'héroïne aux longs cheveux d'or est en quête d'émancipation. L'humour est largement présent dans ce film d'animation bien rythmé touchant à la fois un public d'enfants et d'adultes. Raiponce a totalisé plus de 3,7 millions d'entrées.

**MISE EN PLACE**  
415 000 exemplaires au total dont 305 000 DVD et 50 000 Blu-ray.

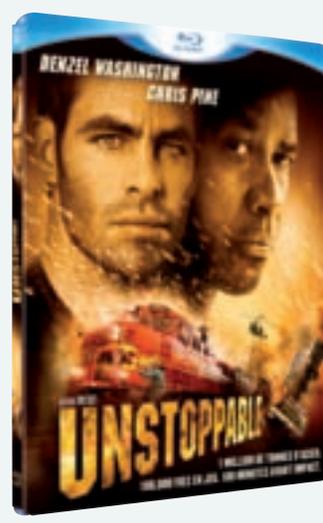
**PLAN MARKETING**

La promotion s'articule autour d'une campagne TV de deux semaines avec des spots de 10 et 20 secondes ciblant les 25-45 ans avec enfants (TF1, M6) et les enfants (Gulli, Télétoon, Disney Channel, Boomerang), de partenariats presse avec Gala et 20 minutes, de parutions dans la presse enfants, de la radio sur Chérie FM, d'une campagne Web ciblant les fans de ciné et DVD (allocine.com, toutleciné.com, google, facebook), les parents (aufeminin.com) et les enfants (jeux.fr, girlsgames.fr, jedessine.com).

Editeur **Walt Disney Home Entertainment**  
Distributeur **Walt Disney Studios Home Entertainment**  
Prix publics conseillés **19,99€** (DVD)  
**24,99€** (Blu-ray)  
**29,99€** (Blu-ray version 2D et 3D, inclus copie digitale)

**Train d'enfer**  
Unstoppable

Action



16 mars

Inspiré de faits réels, Unstoppable signé Tony Scott (Man On Fire, L'Attaque du métro 123, True Romance) met en scène un conducteur de trains vétérans et un jeune ingénieur qui vont s'associer pour tenter d'arrêter un train lancé à toute vitesse. Les deux héros incarnés par Denzel Washington et Chris Pine font face à ce monstre d'acier capable d'écraser tout ce qui va se mettre en travers de sa route. Ce film catastrophe nerveux et efficace aux cascades spectaculaires a cumulé plus de 566 000 entrées en France.

**MISE EN PLACE**  
120 000 exemplaires au total dont 65 000 (DVD) et 35 000 (Blu-ray).

**PLAN MARKETING**

Ciblant une clientèle masculine 25-49 ans et les fans de films d'action, Unstoppable bénéficie de partenariats avec RMC et NRJ mobile et d'un investissement média de 500 000 euros en TV, radio et catch-up TV (Web).

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

Networks People Trust™

www.trendnet.fr

# CPL 500Mbps

TPL401E2K HomePlug AV

## Le plus rapide des kits CPL



### 500 Mbps !

Audio, vidéo HD et Internet à haut débit. Rétrocompatibilité avec le CPL 200 Mbps.

### Plug & Play

Installation et configuration simples, rapides et intuitives : branchez, synchronisez, c'est prêt !

### Compatible Box Internet

Compatible avec toutes les Box Internet et avec tous les adaptateurs compatibles HomePlug

### Sécurisé

Vos données sont protégées d'une simple pression sur un bouton par un cryptage 128Bits



Distribué en France exclusivement par COMTRADE  
www.comtrade.fr - Tel: 01 56 470 470 - Fax: 01 56 470 471  
©2011 TRENDnet. Tous droits réservés.



## LG N1T1

### Disque dur réseau

Sur le marché très concurrentiel des disques durs réseau, LG essaye de se différencier en proposant des produits un peu atypiques. Ainsi avec le N1T1, LG propose un disque dur de 1 To couplé à un lecteur/graveur de DVD. Un bouton à l'arrière de l'appareil permet de passer du mode disque externe, au lecteur optique externe en passant par la fonction disque dur réseau. La connectique est complète avec une prise réseau et une prise USB 2.0. Outre le stockage réseau, le disque dur est compatible avec les protocoles de partage multimédia tels que le DLNA et l'UPnP. L'utilisateur pourra également accéder très simplement aux données distantes. L'interface de configuration est très intuitive. Les nombreuses fonctionnalités comme le partage de fichier sur Internet, la sauvegarde automatique, ou le serveur Torrent sont très facilement paramétrables. Enfin, notons que le graveur intégré permet de faire des sauvegardes de données du disque dur sur DVD, un plus indéniable.



#### Caractéristiques

Capacité 1 To, graveur multi-formats, DLNA, UPnP, SMB, USB 2.0, Ethernet, serveur Torrent, Serveur iTunes, serveur d'impression

Garantie	2 ans
Catégorie	Haut de gamme
Contact	LG, tél. : 01 49 89 89 49

169,99€



## Acer Liquid Metal

### Smartphone

Le Liquid devient Metal et embarque la version 2.2 d'Android (le système d'exploitation de Google). Pour justifier son nom, le Liquid Metal comporte une coque en acier inoxydable sur le cache de sa batterie. Pour autant, il n'est pas plus lourd qu'un autre avec ses 135 grammes. En revanche, ses dimensions sont légèrement supérieures à la moyenne. Il présente également la particularité d'avoir un écran légèrement bombé et un dos encore plus arrondi. Avec ses 3,6 pouces, l'écran est assez grand et réagit convenablement, tout comme sa qualité d'image est satisfaisante. Le baladeur particulièrement soigné embarque la technologie Dolby Mobile. Pour mieux l'exploiter, Acer a disposé un petit haut-parleur à l'arrière de son téléphone. D'autre part, la compatibilité avec le format vidéo Xvid permet de transférer des films directement depuis un PC. Équipé d'un capteur 5 Mpixels, les photos sont correctes mais les vidéos HD manquent un peu de fluidité. Le Liquid Metal propose en outre la navigation GPS gratuite. Côté autonomie, il se place dans la moyenne, avec une recharge tous les deux ou trois jours selon l'intensité de l'usage.



#### Caractéristiques

Quadribande, 3G+, Android 2.2, 3,6 pouces, 5 Mpixels, baladeur MP3, WAV, WMA, MP3, H.264, MP4, Xvid, connexions A-GPS, Bluetooth 2.1, WiFi n, micro-USB, mémoire 512 Mo et lecteur de cartes micro-SD, 115 x 63 x 13 mm, 135 grammes

Garantie	2 ans
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	Acer, tél. : 01 48 63 75 17

349€



## Casio Exilim EX-H20G

### Appareil photo compact

Au premier abord, le H20G est un compact plutôt classique avec des dimensions légèrement supérieures à la moyenne comme ses concurrents superzooms. On remarque immédiatement un bossage sur la face supérieure ornée du logo d'un satellite. C'est bien un GPS mais différent des modèles habituels puisque Casio intègre une carte du monde avec une sorte de guide touristique des lieux les plus intéressants. C'est également un « Hybrid GPS » qui fonctionne aussi lorsque la réception des satellites n'est pas possible grâce à un accéléromètre trois axes assurant un suivi permanent des déplacements. Comme appareil photo proprement dit, le H20G est un modèle grand public assez classique, avec un zoom 10x très grand angle et un capteur trop pourvu en pixels. Dans ce cadre, son comportement s'avère tout à fait satisfaisant mais il n'est clairement pas fait pour un passionné d'image. Offrant des fonctions GPS inédites et efficaces pour suivre ses déplacements et géolocaliser ses images, le Casio EX-H20G est à l'évidence un modèle qui ravira les utilisateurs ayant besoin de localiser leurs prises de vue en toutes circonstances.



#### Caractéristiques

Capteur 14 Mpixels stabilisé, écran 3 pouces, optique (équivalent 24x36) 3.2-5.7/24-240 mm, vidéo 1280 x 720, supports mémoire SD/SDHC/SDXC, 14 Mo internes, 102,5 x 67,5 x 28,8 mm, 216 grammes (complet)

Garantie	2 ans
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	Casio, tél. : 08 25 88 44 77

349€



## Mobility Lab Mini Design Touch Silver

### Clavier

En plus d'être très petit (28 cm x 12 cm), ce clavier est également ultra-fin. Mobility Lab a opté pour un design qui n'est pas sans rappeler une célèbre marque informatique américaine : un look épuré, un profil ultra-plat et surtout des touches blanches sur un fond métallique... L'effet est garanti. Second point positif ; son confort de frappe. Les touches sont suffisamment grandes et espacées. La frappe est aussi très silencieuse. Pour parvenir à cette taille riki, il a fallu faire des concessions. On devra donc se passer de pavé numérique et autres touches de raccourci. Conçu selon le fabriquant pour « accompagner les écrans plats contemporains et les PC portables et ultra portables type netbook », le clavier Mini Design touch Silver est très facile à utiliser. On le branche en USB au PC et le tour est joué. Aucun logiciel n'est nécessaire. Voici donc une solution d'appoint ou pérenne très pratique, fiable et peu coûteuse pour sédentariser avec élégance une installation informatique nomade.



#### Caractéristiques

Clavier USB 1.1 et 2.0, configuration plug & play, design ultra-plat, frappe silencieuse

Garantie	2 ans
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	Mobility Lab, tél. : 01 40 17 09 83

24,99€



## Toshiba Satellite R630

### Ordinateur portable

Vraiment léger, le R630 marque le retour de Toshiba sur le secteur de l'ultra-portable. Pour ce faire, le constructeur a opté pour un châssis en magnésium qui lui confère légèreté et résistance. La finition est soignée, même si le clavier s'enfoncé légèrement en appuyant franchement dessus. Il a néanmoins l'avantage d'être traité contre les éclaboussures. Malgré les dimensions du R630 et la finesse de la coque, Toshiba a réussi à intégrer une connectique riche qui comprend notamment trois ports USB et même un graveur de DVD. Autre particularité qui est la bienvenue, l'écran fait fi du rendu brillant pour un modèle mat. On évite ainsi les reflets tout en autorisant la lecture au soleil. Toutefois, l'écran pêche dans la richesse des couleurs et leur fidélité. On se consolera avec un bon niveau de noir. À l'intérieur, Toshiba a opté pour un processeur Intel Core i3 qui offre un bon compromis entre performances et consommation. Si la lecture de vidéos HD n'effraie pas le R630, le jeu reste en revanche exclu avec une carte graphique anémique. Côté autonomie, c'est plutôt satisfaisant avec plus de cinq heures en usage multimédia.



#### Caractéristiques

Processeur Intel Core i3 370M (2,4 GHz), mémoire 4 Go, écran 13,3 pouces (1280 x 800), puce graphique Intel GMA HD, disque dur 500 Go, graveur DVD±RW, Wifi n, 1,4 kg

Garantie	2 ans
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	Toshiba, tél.: 08 92 35 01 92

940€



## Monster Turbine Pro Gold

### Casque intra-auriculaire

Monster continue à développer sa gamme de casques avec des arguments différents suivant les modèles. Le modèle Turbine Pro Gold promet un grave qui restitue les notes les plus basses de la musique sans distorsion et donne l'impression de disposer d'un véritable subwoofer. Présenté dans un coffret avec de nombreux accessoires dont deux étuis (un semi-rigide et une pochette souple) et les adaptateurs indispensables, le Turbine se positionne assez clairement dans le luxe. De même, la finition dorée des écouteurs illustre bien cette tendance. Le tube de sortie atteint un diamètre relativement important mais le couplage à l'oreille avec des adaptateurs qui n'ajoutent que peu de surpaisseur est très aisé à obtenir. Une utilisation simple et pratique fait donc partie des qualités du Turbine Pro Gold. À l'écoute, il est évident que ce modèle offre un équilibre et des timbres agréables sans défaut évident ni caractérisation abusive. C'est donc très satisfaisant. En revanche, l'extrême-grave particulièrement performant revendiqué par Monster ne nous a pas semblé évident. Avantage certain, l'écoute n'est pas fatigante grâce à cet équilibre et l'absence de coloration.



#### Caractéristiques

Diamètre du tube émissif 5,4 mm, longueur cordon 1,1 mètre, prise jack 3,5 mm soudé, adaptateur 6,35 mm livré

Garantie	2 ans
Catégorie	Haut de gamme
Contact	Monster, www.monstercable.com

279€



## Krator Neso 02 21030

### Enceintes multimédia

Nouveau venu sur le marché, Krator propose des enceintes 2.1 à l'aspect flatteur. Avec ses petits satellites à la face avant doublée de métal, les 21030 sont séduisants à la fois par leur faible encombrement et leur esthétique. La chose est un peu moins réussie pour le caisson de grave dont le boomer n'est pas protégé et qui utilise un bloc d'alimentation externe, ce qui augmente évidemment le nombre de fils qui traînent dans une installation informatique ou multimédia. On regrettera surtout l'absence de grille de protection. Les commandes se trouvent sur le satellite droit avec des réglages de volume, grave et aigu par potentiomètres malheureusement dépourvus de point neutre pour les timbres. À l'écoute, le bon équilibre constaté à la mesure se confirme avec une restitution à la fois convenablement équilibrée et des timbres crédibles. La pointe dans l'aigu amène de la présence sans se montrer agressive sur la plupart des musiques. Rien à redire donc. De son côté, le grave donne pleinement satisfaction. On pourra juste trouver qu'avec certaines sources, le gain est un peu juste ce qui limite le niveau possible avant que la distorsion n'apparaisse. Au global, c'est donc un système réussi qui marie design avenant et faible encombrement à une bonne qualité sonore.

#### Caractéristiques

Puissance d'amplification 30 W, réponse en fréquence 40 Hz - 20 kHz, 2 entrées ligne, satellites large bande 63 mm, caisson de grave boomer de 13 cm, dimensions satellites 90 mm x 126 mm x 109 mm, dimensions caisson 215 mm x 260 mm x 258 mm

Garantie	2 ans
Catégorie	Milieu de gamme
Contact	Xtrium, tél. : 01 45 92 08 07

79€



## Hyundai T236LD

### Moniteur

Hyundai propose ici un écran 23 pouces extra plat grâce au rétro-éclairage par LED. Mais c'est là son seul trait de design vraiment notable. Avec une dalle juste inclinable et un débattement symbolique, l'ergonomie quant à elle est réduite à sa plus simple expression. La température des couleurs est des plus correctes si l'on passe par quelques réglages. Le contraste est appréciable avec un rapport de plus de 1000 :1. Le rendu dans les films est correct, une fois la température couleurs corrigée, cela s'entend. Les tons chair sont alors naturels. Si des fourmillements apparaissent sur les aplats de couleurs, cela reste tolérable. Les joueurs peuvent en revanche regagner leur souris. La réactivité est vraiment moyenne, avec environ 20 ms. C'est encore très jouable, mais avec l'impossibilité d'ajuster l'overdrive, on reste coincé avec cette valeur. La connectique est assez classique avec une double entrée DVI, VGA. Compte tenu de son prix de vente et de ses capacités, c'est un modèle à recommander pour ceux qui cherchent un écran assez grand mais petit budget pour un usage informatique classique.



#### Caractéristiques

Technologie LCD/LED, taille 23 pouces, résolution 1920 x 1200, latence 5 ms, contraste 5 000 000 :1 (dyn.), luminosité 250 cd/m2, connectiques : DVI, VGA

Garantie	2 ans
Catégorie	Entrée de gamme
Contact	Hyundai, tél.: 01 55 47 26 59

210€



Course

Motorstorm Apocalypse



Le 16 mars

Cette nouvelle itération de la série de course Motorstorm explore un nouveau décor post-apocalyptique beaucoup plus urbain qu'autrefois. Jusqu'à 16 joueurs (4 sur une console) pourront s'affronter sans pitié sur des pistes où les dangers ne manquent pas. Basé sur un moteur amélioré, le jeu promet une mise en scène très Hollywoodienne avec force immeubles s'écroulant et autres effets spéciaux. 12 catégories de véhicules sont proposés (quads, motos, voitures...) dans ce jeu qui propose l'affichage en 3D sur les écrans compatibles.

PLAN MARKETING

Sony Computer va communiquer sur le jeu sur Internet (sites spécialisés, portails, sur le site « le Sport est un Jeu » de l'éditeur...), en Presse (spécialisée, 20 Minutes...). Des partenariats ont été signés avec Orange (portail, mini-site, CRM) et Honda (tournage d'un film publicitaire live). Sony Computer va activer les 700 000 contacts de sa base de données (Player's Republic, 150 blogs...). Le jeu va également être soutenu en magasins avec PLV et espaces valorisant la 3D dans certaines enseignes.

Développeur	Evolution Studios
Editeur	Sony Computer
Distributeur	Sony Computer
Nombre de joueurs	Sony Computer 16
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	environ 60€



Simulation de vol

Pilotwings Resort



Le 25 mars

En attendant l'arrivée de Mario et Zelda sur la nouvelle console portable, Nintendo permet aux premiers acquéreurs de la machine de retrouver une licence bien connue des amateurs de la marque. Après des versions Super Nintendo et N64, Pilotwings fait aujourd'hui son grand retour ici dans un épisode permettant d'explorer avec son Mii les hauteurs de l'île vue dans Wii Sports Resort. Avions, deltaplanes et jetpacks sont au programme pour accomplir des missions spécifiques ou laisser libre cours à son envie d'exploration.

PLAN MARKETING

Non communiqué

MISE EN PLACE

Non communiquée.

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



Stratégie

Total War : Shogun 2



Le 15 mars

Dix ans après le premier Shogun, le studio anglais The Creative Assembly propose une nouvelle plongée dans l'univers du Japon médiéval. Neuf clans se disputent la prédominance et, pour se distinguer, le joueur devra gérer avec brio son armée, combattre les adversaires et bâtir son empire. Jouable en solo, le titre permet également à huit joueurs de coopérer ou s'affronter en ligne pour assurer la suprématie. Sega annonce un nouveau système d'intelligence artificielle capable d'analyser constamment la situation et de réagir en fonction des circonstances.

PLAN MARKETING

Le jeu va être mis en avant en presse spécialisée jeux PC mais aussi via un partenariat avec Historia (habillage du daté mars, page de publicité, dossier de 30 pages sur le jeu et contexte historique, démos jouables pour les abonnés). Sur Internet, Sega a opté pour jeuxvideo.com, Allociné, Facebook... La gestion de la communauté a été confiée à Gamesfed et un concours sur Facebook d'un mois est organisé avec Studio Canal, Sony Vaio, Intel et Historia. Une version collector est prévue.

Développeur	The Creative Assembly
Editeur	Sega
Distributeur	Sega
Nombre de joueurs	1 à 8
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	NC



Aventure

Black Mirror III



Le 14 avril

Micro Application commercialise le troisième (et dernier ?) volet de la série Black Mirror. Débutée fin 2003, cette série de jeux « point and click » à l'ambiance horrifique prend place dans la campagne anglaise où le château de Black Mirror renferme de nombreux mystères. En bouclant la trilogie, ce troisième opus devrait apporter son lot de révélations. Le jeu met en scène le personnage de Darren quelques minutes après la fin du précédent jeu où il finissait arrêté pour homicide. Libéré sans savoir qui a payé sa caution, il va se plonger dans une aventure plus sombre encore que les précédentes. 150 lieux et une cinquantaine de personnages différents sont au programme.

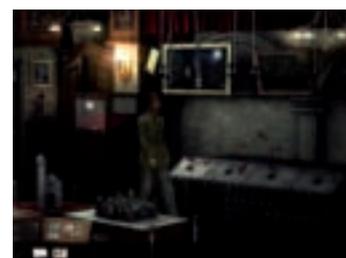
PLAN MARKETING

Non communiqué

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Cranberry Production
Editeur	DTP Entertainment
Distributeur	Micro Application
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	environ 29,95€

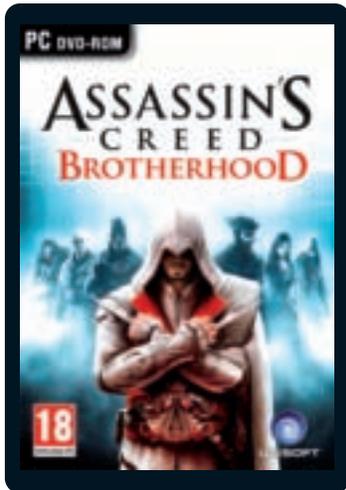




**Assassin's Creed Brotherhood**



Action/aventure



Le 17 mars

Quelques mois après les versions pour consoles de salon, Ubisoft propose enfin la version PC d'Assassin's Creed Brotherhood. On y retrouve donc Ezio aux prises avec l'Ordre des Templiers dans l'immense ville de Rome. Il peut désormais diriger une confrérie d'assassins et du multijoueurs fait son apparition ici. La version PC du jeu devrait être proche des consoles HD et embarquera d'entrée les extensions sorties depuis (Abstergo Project Update 1.0 et 2.0, La Disparition de Da Vinci).

**PLAN MARKETING**

La version PC va profiter d'une campagne en Presse (spécialistes PC) et sur Internet (idem et des sites multiplates-formes généralistes). Ubisoft va relancer l'Assassin's Creed League, cette fois exclusivement au format PC et qui sera au centre de la communication pour cette version.

**MISE EN PLACE**

Non communiquée.

Développeur	Ubisoft Montréal
Editeur	Ubisoft
Distributeur	Ubisoft
Nombre de joueurs	NC
Jeu en ligne	Oui

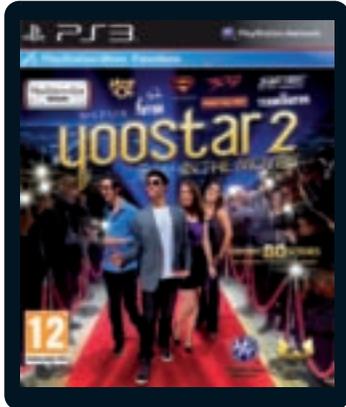
Prix public conseillé environ 45€ (version standard)



**Yoostar 2**



Party Game



Le 11 mars

Exploitant les cameras de Kinect ou PlayStation Move, Yoostar 2 invite à revisiter des scènes marquantes du septième art ou de séries TV en remplaçant les images des acteurs par celles du ou des joueurs. Il est possible également de créer des scènes de toutes pièces en utilisant les décors de la base de données et le jeu incitera au partage des créations via un portail dédié ou des connexions à Facebook et Twitter. La galette comprendra 80 scènes différentes, extraites de classiques comme Casablanca, Le Flic de Beverly Hills, The Blues Brothers, Frankenstein, Karate Kid Rocky ou encore Karate Kid.

**PLAN MARKETING**

Le jeu va profiter d'une campagne sur Internet, ciblée autour de PlayStation Move et Kinect avec une cible prioritaire chez les 25 à 34 ans. Une opération spéciale avec Allociné est également prévue. Un programme de relations presse est également au programme.

**MISE EN PLACE**

Non communiquée.

Développeur	Blitz Games
Editeur	Yoostar Entertainment
Distributeur	Namco Bandai
Nombre de joueurs	1 à 2
Jeu en ligne	Oui

Prix public conseillé environ 50€



**Homefront**



Action



Le 15 mars

En 2020, les Etats-Unis sont envahis par l'armée coréenne. Dans le rôle d'un simple citoyen, le joueur va rallier la résistance et lutter dans les décombres d'un pays en ruines où il faut savoir la différence entre collaborateurs et forces rebelles. Jeu d'action en vue subjective, Homefront mise sur un aspect spectaculaire très hollywoodien pour sa campagne solo. 32 joueurs pourront se retrouver en ligne sur une même carte dans les différents modes multijoueurs. Infanterie, blindés et autres drones font partie des réjouissances qui devraient donner du piquant aux parties.

**PLAN MARKETING**

THQ va communiquer en TV hertzienne (TF1, M6) et TNT. Le jeu va aussi être mis en avant sur Internet (sites spécialisés, Allocine, Facebook, MSN...) ainsi qu'en presse (spécialisée, Direct Matin...). Du street marketing est prévu (2 500 faces SNCF et RATP) ainsi que du trade marketing (PLV, catalogues).

**MISE EN PLACE**

Non communiquée.

Développeur	Kaos Studios
Editeur	THQ
Distributeur	THQ
Nombre de joueurs	1 à 32
Jeu en ligne	Oui

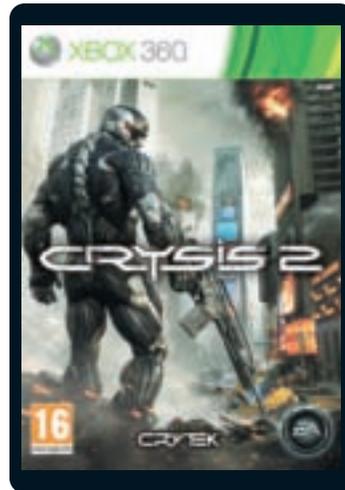
Prix public conseillé environ 60€ (consoles)



**Crysis 2**



Action



Le 24 mars

Quatre ans après un premier Crysis, titre emblématique dans le domaine du jeu d'action en vue subjective sur PC, Crytek Studios signe une suite cette fois multiplates-formes. Les aliens font leur retour et veulent à nouveau éradiquer l'espèce humaine de la surface de la Terre. Dans une ville de New York dévastée par les combats, le joueur devra utiliser toutes les capacités et pouvoirs de la panoplie nanosuite pour repousser l'ennemi dans le chaos ambiant. Le jeu repose sur une version avancée du moteur CryEngine (FarCry, Crysis). La démo du jeu sur PC et Xbox est disponible depuis début mars. A noter que Crysis 2 sera compatible avec l'affichage 3D.

**PLAN MARKETING**

Non communiqué.

**MISE EN PLACE**

Non communiquée.

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

Prix public conseillé entre 45 et 55 €



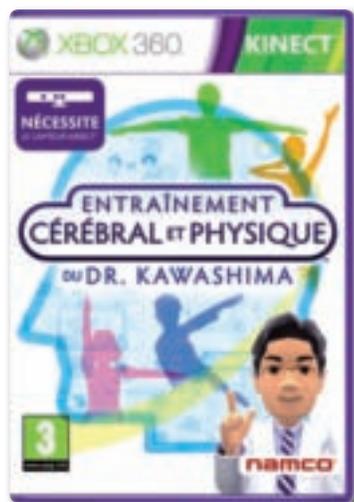
## Entraînement Cérébral et Physique du Dr Kawashima



Vie pratique

**S**pécialement concocté pour l'accessoire de reconnaissance de mouvements Kinect, ce titre propose de travailler aussi bien le cerveau que les capacités physiques de l'utilisateur. Basé sur les travaux du neuroscientifique japonais qui a donné son nom à la méthode, le logiciel consiste à faire cogiter le ou les utilisateurs sur des questions notamment de logique puis de les faire bouger pour donner la bonne réponse. Une vingtaine d'exercices différents sont présents et l'éditeur annonce la parution de contenus supplémentaires à télécharger par la suite.

PLAN MARKETING  
Non communiqué.



Disponible

Développeur **Namco Bandai**  
Éditeur **Namco Bandai Games**  
Distributeur **Namco Bandai Partners**

Prix public conseillé

50€



Vie pratique

**C**oyote System, spécialiste des procédés d'aide à la conduite, propose via cette application un service permettant à l'utilisateur d'identifier zones à risques, perturbations routières et autres présence de radars sur le chemin. La communauté des utilisateurs met à jour les informations sur l'état du trafic. L'application, vendue à moindre coût, propose le service pour une durée de 30 jours, au terme de laquelle l'utilisateur pourra reconduire la formule (un mois pour 11,99 euros ou un an pour 49,99 euros). Les sommes sont alors débitées directement via le compte iTunes.

PLAN MARKETING  
Non communiqué.



Disponible

Développeur **Coyote System**  
Éditeur **Coyote System**  
Distributeur **App Store**

Prix public conseillé

1,59€ (30 jours)

## iCoyote FR 4.1



Vie pratique

**L'**encyclopédie en ligne et collaborative Wikipedia est un moyen simple et efficace (mais toujours à vérifier !) pour trouver rapidement les informations essentielles concernant un sujet. Cette application pour appareils Apple propose d'accompagner l'utilisateur dans sa consultation du fameux site. Plus agréable à lire que dans un simple navigateur Internet, Wikipedia profite pour l'occasion de quelques aménagements comme un passage rapide d'une langue à l'autre ou une gestion de l'historique des consultations. Une fonction, liée à la géolocalisation, permet par ailleurs d'indiquer les articles liés à des sujets en rapport avec les lieux les plus proches de l'utilisateur.

PLAN MARKETING  
Non communiqué.



Disponible

Développeur **Sophia Teuschler**  
Éditeur **Sophiestication Software**  
Distributeur **App Store**

Prix publics conseillés

0,79€

## L'appli Wikipedia



Création

**T**HQ propose avec cet accessoire la première tablette graphique compatible avec la console de salon de Nintendo. Une fois la wiimote encastrée dans l'appareil, un stylet permet de tracer directement sur le plateau des dessins qui apparaissent à l'écran. L'appareil est livré avec un logiciel, uDraw Studio, qui permet de laisser libre cours à sa créativité (dessin, coloriage, peinture...) et de sauvegarder ses créations. L'éditeur commercialise dans le même temps des titres compatibles (Pictionary...) et d'autres applications devraient suivre.

PLAN MARKETING  
THQ va communiquer en TV (chaînes hertziennes notamment), sur Internet (Facebook, YouTube...) mais aussi en trade et en RP.



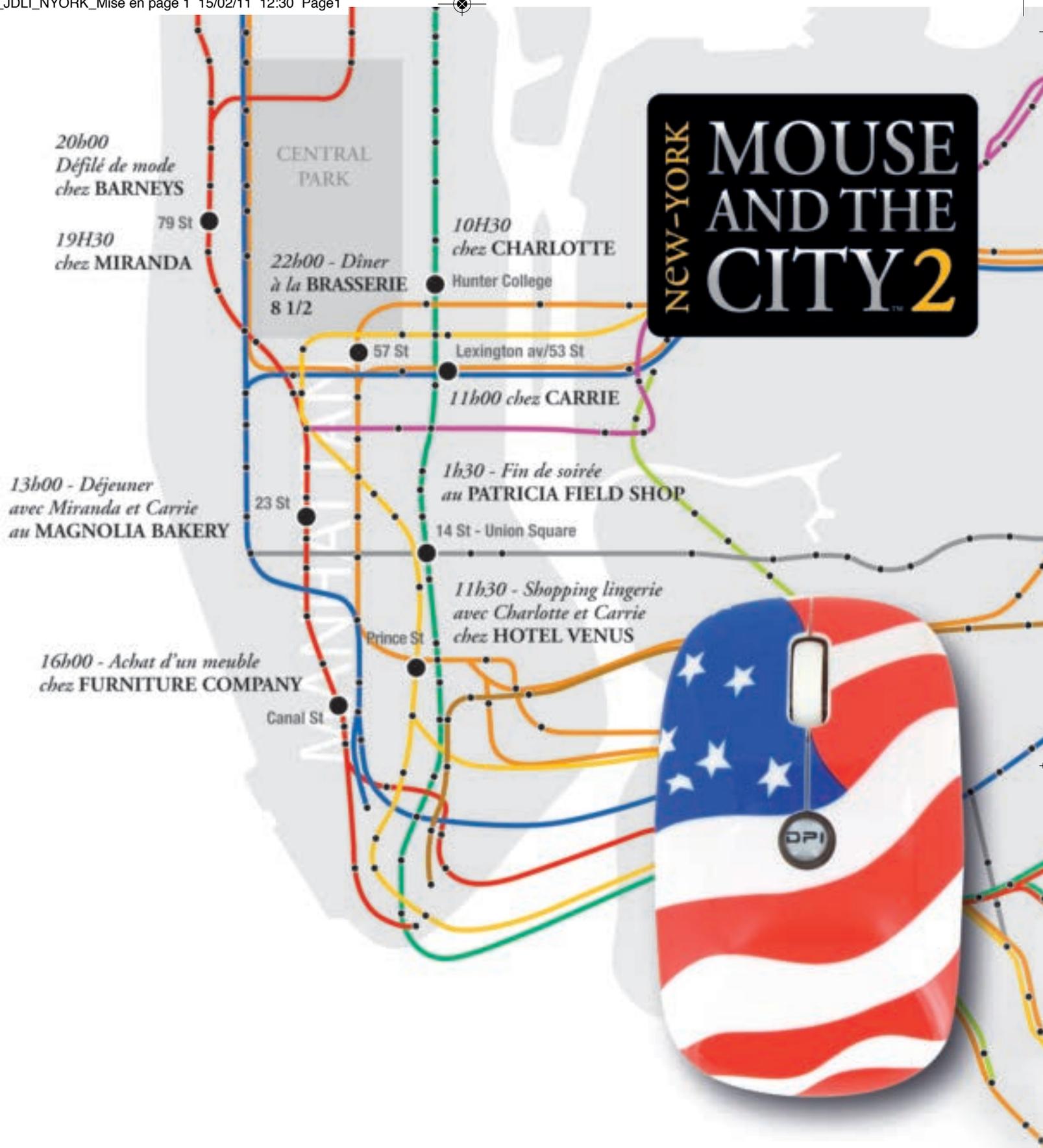
Disponible

Développeur **THQ**  
Éditeur **THQ**  
Distributeur **THQ**

Prix public conseillé

environ 70€ (tablette et jeu)

## uDraw Gametablet



## 24h à New York by Mobility Lab™

Souris optique compacte sans fil avec nano récepteur logeable dans la souris. Bouton de permutation de sensibilité de 800 à 1600 ppp. Technologie 2,4 GHz pour un mouvement continu et une portée de 8 mètres. Nano récepteur USB : branchez-le une fois pour toutes et ne le retirez plus jamais. Modèle compact occupant très peu de place dans les sacs d'ordinateur portable. A brancher et utiliser immédiatement : aucun pilote nécessaire. Adaptée aussi bien aux droitiers qu'aux gauchers. Tapis de souris inclus. Existe en version LONDON.

[www.mobilitylab.eu](http://www.mobilitylab.eu) [www.mouseandthecity.com](http://www.mouseandthecity.com)



Be Mobile, Simply.

# SHIFT 2 UNLEASHED

# LA SIMULATION LA ULTIME



FRONTONS TG



MINI DISPLAYS



**HITS DU JEU VIDEO.COM**

UNE OPÉRATION IMPACTANTE EN MAGASINS AVEC TOUS LES OUTILS DÉDIÉS



STANDEES



BOXS TOUR



**31.03.11**  
NEEDFORPSEED.FR

© 2011 Electronic Arts Inc. EA, the EA logo, Need for Speed, the Need for Speed logo, the stylized 'N' icon, Shift 2 Unleashed and the Shift 2 Unleashed logo are trademarks of Electronic Arts Inc. Maserati is a registered trademark. Under license from Maserati S.p.A. 'Nissan' and the names, logos, marks and designs of the NISSAN products are trademarks and/or intellectual property rights of NISSAN MOTOR CO., LTD. and used under license to Electronic Arts Inc. "PS3", "PS2", and "PS" are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. KINECT, Microsoft, Xbox, Xbox 360, Xbox LIVE, and the Xbox logos are trademarks of the Microsoft group of companies. The names, designs, and logos of all products are the property of their respective owners and used by permission. All other trademarks are the property of their respective owners.