hama® THE SMART SOLUTION

LE SPECIALISTE DE

L'ACCESSOIRE HIGH-TECH

Retrouvez toutes les nouveautés Hama

au salon MedPi 2011

Hall DIAGHILEV, stand P07

jDLi

Le Journal des Loisirs Interactifs

www.jdli.com

N°195/ 17 mai 2011

Spécial MedPi

Le Guide de l'Innovation 2011

LE GUIDE DE L'INNOVATION 2011

N°195/ SPECIAL MEDPI

jDLi

Logitech

Logitech INVENTE

LE PÉRIPHÉRIQUE

ÉCO-RESPONSABLE

PAS D'USURE - PAS D'ALIMENTATION - PAS DE FIL

Logitech met la
au service de

SOLAIRE

Wireless Solar Keyboard K750

- LA LIBERTÉ TOTALE GRÂCE À L'ÉNERGIE SOLAIRE
- ALIMENTATION PAR LA LUMIÈRE AMBIANTE
- TRANSMISSION SANS FIL

- Trois mois d'autonomie dans l'obscurité
- Se recharge au soleil mais aussi par toute source de lumière
- Elégant et ultra-plat pour un encombrement minimal
- Touches silencieuses et confortables
- Récepteur miniature et universel

Wireless Couch Mouse M515

LA SOURIS POUR LE CANAPÉ

Pour en savoir plus, venez nous retrouver
sur le stand F12 Espace Ravel ou sur www.logitech.com

Vos équipements multimédias sont-ils bien protégés ?

A voir sur le Stand G15 au MedPi

EATON
Powering Business Worldwide

La Protection électrique de vos loisirs numériques.

- **Protection totale contre la foudre, les coupures, les surtensions ...**
- **De la multiprise parafoudre à l'onduleur avec autonomie batterie**
- **Compatible avec les réseaux CPL (courant porteur en ligne)**
- **... Et le savoir-faire hérité de MGE Office Protection Systems**

www.eaton.fr/powerquality

onduleurfrance@eaton.com

Projet1:Mise en page 1 02/05/2011 17:52 Page 2

technologie l'écologie

Logitech

RECHARGEABLE

Wireless Headset H760

LE CASQUE MICRO TOUR DE COU POUR PLUS DE CONFORT

Rechargeable Speaker S715i

LA STATION IPOD VRAIMENT AUTONOME

Harmony One

LA TÉLÉCOMMANDE QUI COMMANDE TOUT

Wireless Illuminated Keyboard K800

CLAVIER RÉTRO-ÉCLAIRÉ POUR PLUS DE CONFORT

3 ANS D'AUTONOMIE

Wireless Mouse M705

LA SOURIS ERGONOMIQUE

Wireless Keyboard K340

LE CLAVIER DESIGN EXTRA PLAT

JDLI195-P004-sommaire-edito-BAT2:Mise en page 1 04/05/2011 15:18 Page 4

Guide de l'innovation 2011

JDLI 195 Spécial MedPi

Edito

2011, année de la reprise, c'est ce qu'espère chacun d'entre nous. Il y a des signes encourageants et notamment une reprise économique qui se dessine, même si c'est bien plus mesuré que chez nos voisins allemands. Toujours est-il que cette année encore, les ménages français seront prêts à investir une partie non négligeable de leur budget dans l'équipement hi-tech même si c'est au détriment d'autres dépenses. Ce n'est pas là que le bât blesse. En revanche, il y aura des arbitrages pour des appareils qui séduisent plus que d'autres ou qui savent convaincre mieux que d'autres. Quoi qu'il en soit et comme toujours, le meilleur moteur pour la valeur sera à chercher dans l'innovation avec une année un peu particulière car elle ne se caractérise pas par de grandes nouveautés mais par l'arrivée concrète des innovations majeures dévoilées l'année passée. C'est un défi particulièrement important, notamment pour empêcher la gangrène du hi-tech de s'étendre. Notre industrie a en effet le triste privilège de s'infliger sa propre maladie, auto-immune en quelque sorte. Par la pression d'une concurrence acharnée et avec des relations souvent tendues entre les constructeurs et la distribution, la chute des prix est telle que des secteurs potentiellement très rentables se retrouvent en décroissance de valeur. Ce sera sans doute le cas des téléviseurs cette année, pour citer une catégorie particulièrement critique qui aurait toutes les raisons de bien se porter. On le sait, la valeur ne peut venir que de la montée en gamme par l'innovation. Et si elle ne manque pas, il devient aussi de plus en plus difficile de l'expliquer au consommateur noyé sous une masse d'informations et de produits qui croissent exponentiellement. Avec des cycles de plus en plus courts, et une dépréciation de plus en plus rapide, on grille les étapes nécessaires à l'installation dans le temps d'une technologie. Cette année sera aussi celle de la naissance d'une famille, celle des tablettes, devenue un vrai marché en un temps record. Cette nouvelle catégorie sera l'occasion de ne pas réitérer les erreurs commises sur d'autres familles, d'autant plus qu'elle brise les frontières traditionnelles du hi-tech en concernant à la fois l'informatique, l'EGP et la téléphonie. La tablette, c'est aussi l'occasion de remettre en question les segmentations traditionnelles que ce soit par les produits ou les rayons habituels avec une convergence désormais réelle et à laquelle il faut donner une réalité, notamment en magasin. Dans ce numéro spécial du MedPi, le JDLI brosse le tableau de l'innovation avec des exemples concrets, de l'explication et l'avis de ceux qui en sont à l'origine. Le JDLI espère ainsi promouvoir cette innovation pour qu'elle puisse séduire le consommateur en magasin et générer la valeur dont nous avons tous besoin.

Sommaire

Edito

TV connectée.....6

TV 3D.....18

Reflex & hybride.....30

Compact.....42

Compact expert.....54

Audio domestique.....62

Ordinateur portable.....76

Tablette.....86

Superphone.....100

OS et apps.....110

Accesssoire et périphérique.....120

JDLI

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

Directeur de la publication
Laurent Guerder

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

Secrétaire de rédaction
Guy Pichard
guy@microscoop.com
Journalistes
Benoit Dupont,
Jean-Luc Marianna,
Roland Marianna
François Arias
Jean-Pierre Roche

Photographe
Guy Pichard

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

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

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

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

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

Crédits et copyright DR : Tous droits réservés.

NVIDIA® TEGRA™
LE PROCESSEUR MOBILE LE PLUS AVANCÉ AU MONDE

Vivez de nouvelles expériences mobiles !
En exclusivi té sur les tablettes et Superphones boostés par NVIDIA Tegra
Grâce à son CPU double coeur, NVIDIA Tegra garantit des opérations multitâches extrêmes et la meilleure expérience web mobile avec une navigation Internet jusqu'à deux fois plus rapide. Profitez de contenus Flash accélérés et d'une expérience de jeu digne des consoles de salon via un GPU NVIDIA GeForce® ULP (ultra basse consommation).
Vivez des expériences exclusives sur vos appareils mobiles avec NVIDIA Tegra.
Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.nvidia.fr/tegra

acer
ICONIA Tab A100, 7''

acer
ICONIA Tab A500, 10''

ASUS
Eee Pad Transformer, 10''

© 2011 NVIDIA Corporation. NVIDIA, le logo NVIDIA, NVIDIA GeForce et NVIDIA Tegra sont des marques commerciales et/ou des marques déposées de NVIDIA Corporation

POWERED BY
NVIDIA® TEGRA™

TV connectée

Quelle plus-value ?

Quelle plus-value ?

La TV connectée permet d'accéder à Internet pour y puiser du contenu, c'est aussi simple que cela. Mais derrière cette apparente simplicité se cache une mutation en profondeur, peut-être la plus fondamentale que la télévision ait connue et qui devrait aussi changer à terme la manière de vendre l'écran.

En y réfléchissant, la manière de consommer la TV n'a guère changé depuis les débuts. La qualité s'est améliorée, les chaînes se sont multipliées, on peut enregistrer mais fondamentalement, il s'agit toujours de trouver un programme qui plaise en parcourant les chaînes disponibles. La connexion à Internet bouleverse complètement ce schéma. Il est désormais possible d'accéder à du contenu à la demande. On ne regarde plus ce qui se passe en télédiffusion mais on choisit un programme dans un catalogue. Au-delà, le téléviseur devient un diffuseur multimédia au vrai sens du terme. Déjà, il peut aller puiser du contenu personnel et l'échanger, que ce soit sur le réseau domestique ou dans le cloud. Il donne également accès à des services et à des applications. Jeux vidéo ou logiciels pratiques, ce qui est disponible sur l'ordinateur et sur le téléphone l'est désormais aussi sur le téléviseur. Sans parler de la recherche directe sur le Web. Même le modèle économique est remis en question. On ne paie plus par la publicité ou par l'abonnement à une chaîne mais à l'acte ou par abonnement à un service global.

Tous les écrans

Ceci n'est pas une musique d'avenir mais une réalité dès aujourd'hui. Parmi les neuf millions de téléviseurs qui vont se vendre cette année, plus de la moitié seront connectés. Chez les constructeurs leader, on parle même de 80 %. La connexion va donc se répandre comme une trainée de poudre pour rapidement se généraliser. On peut estimer que dès 2012, la quasi-totalité de l'offre sera connectée. D'autant que pour ceux qui n'ont pas de téléviseur connecté, de nombreuses solutions existent sans en changer. Une passerelle multimédia peut aussi s'ajouter comme en proposent Toshiba, LG et Sony. On peut acheter un lecteur Blu-ray ou un ensemble home cinéma connecté. Chez les grandes marques de l'électronique grand public, ils le sont tous désormais. Avec cette quasi-généralisation de la connexion à Internet, on peut légitimement se demander quel est l'intérêt pour le rayon et même pour le constructeur. Pour ce dernier, c'est en fait une obligation. Le smartphone a initié la tendance : le matériel ne peut plus se dissocier du contenu. Le succès d'un téléphone est aujourd'hui autant lié à ses qualités intrinsèques qu'à l'écosystème dont il fait partie. On achète un iPhone parce que c'est un téléphone multimédia génial mais au moins tout autant car il donne accès à un marché applicatif gigantesque. Devant des technologies dont les progrès ne sont plus aussi flagrants, l'environnement prend une importance croissante. Revenons au téléviseur. En 2011, il n'a plus de bords du tout ou presque. Que fera-t-on ensuite ? Sa qualité d'image est parfaite. Comment encore argumenter sur son amélioration ? La 3D ? C'est pour les passionnés dans un premier temps. Les fabricants en sont donc arrivés à la conclusion que la seule évolution possible est là encore la création d'un écosystème complet dans lequel le matériel vient s'insérer.

Une offre propriétaire

Comme souvent en hi-tech, il n'y a pas de plate-forme unifiée. Certes, on peut mentionner le consortium Net TV initié par Philips et auquel se sont ralliés Sharp et Loewe mais c'est à peu près tout. Pour les autres, chacun y va de son interface et de ses services et applications. Est-ce un problème ? Oui et non. C'en est un pour arriver très rapidement à une démocratisation de la TV connectée. S'il y avait une plate-forme unique, elle proposerait tous les services et toutes les applications. Là, c'est chaque fabricant qui signe des accords dans son coin. En TV de rattrapage, on trouve donc une chaîne chez l'un, une chez l'autre mais jamais une offre globale. Il en va de même pour la vidéo à la demande. Et ne parlons pas du marché applicatif car il faut adapter chaque application à la plate-forme. On peut cependant tempérer ce problème car l'adaptation semble se faire assez simplement, du moins aujourd'hui avec des coûts et des ambitions limitées, nous y reviendrons. Pour le constructeur, cette plate-forme propriétaire est évidemment vitale car c'est uniquement par elle qu'il pourra se distinguer dans le rayon. Si

VOD EN HD
Sony Qriocity

Sony a été le premier à proposer sur ses téléviseurs un service de vidéo à la demande convaincant. Déjà, l'inscription se fait très aisément sur un ordinateur par le Web au clavier et à la souris. Lors de la location à l'écran du téléviseur, on ne vous demandera qu'un code Pin à cinq chiffres faciles à entrer avec la télécommande. L'interface est simple mais on trouve ce que l'on cherche assez facilement. Ensuite, il est possible de choisir entre la SD et la HD. Pour cette dernière une bande passante de 4 Mbits est nécessaire ce qui est tout de même commun en France. La qualité en HD est limitée au 720p mais le rendu est suffisamment net et détaillé, sans effets de compression trop visibles. Le catalogue est déjà suffisamment étoffé et les prix pratiqués sont raisonnables

4 € pour la SD

5 € pour la HD

CE QU'EN PENSE... SAMSUNG

Charles Lelong, Chef produit TV

JDLI : Pourquoi le contenu est-il si important pour le constructeur ?

Charles Lelong : Au vu des nouveaux modes de consommation d'image des consommateurs dans un univers de TV connectée, il apparaît qu'ils ont deux attentes principales : être acteur de la recherche de contenus et retrouver des contenus de type TV comme la VOD et le catch-up notamment. Dans une situation où la distinction par le design n'est plus suffisante et où de manière générale les constructeurs fabriquent des téléviseurs dont les qualités sont très comparables, il faut proposer aux consommateurs de nouveaux facteurs de différenciation. La richesse des contenus accessibles est donc un axe important. La dimension locale de ces contenus est très importante car il faut proposer aux utilisateurs des contenus en adéquation avec leurs souhaits et leurs habitudes. Il est donc primordial d'avoir la possibilité de monter des partenariats avec des fournisseurs de contenus locaux tant en VOD et catch-up que dans les domaines de l'interactivité, de la recherche d'information ou du divertissement. On a vu avec l'exemple de la téléphonie que la richesse des plates-formes mais aussi l'ergonomie et la simplicité d'utilisation sont des facteurs déterminants pour le succès. Samsung a été le premier à proposer des TV connectée et profite d'une expérience de plus de cinq ans dans ce domaine pour être celui qui offre la première boutique d'applications du marché, la plus grande diversité de services et la possibilité de personnaliser son interface en téléchargeant les applications dont l'utilisateur a réellement besoin.

La multiplication des plates-formes propriétaires constitue-t-elle un frein ?

Il est très important de proposer aux utilisateurs des plates-formes évolutives qui pourront s'enrichir avec de nouvelles applications et surtout s'adapter aux demandes des consommateurs. La multiplication des plates-formes peut être un frein car le jeu des partenariats exclura de fait certains services chez certaines marques. De même, les développeurs devront faire des choix dans les priorités de développement. C'est pourquoi Samsung a été la première marque à lancer un concours d'applications qui a vu de nombreux développeurs travailler sur le système Samsung. Il a permis d'enrichir le nombre d'applications proposées et leur variété.

Quel contenu fait sens sur un grand écran dans le salon ?

Les contenus qui font le plus de sens sont ceux en lien avec l'utilisation principale d'un téléviseur, soit la vidéo. Ainsi, la VOD et le catch-up sont les premiers besoins exprimés par les consommateurs. Ensuite viennent des usages autour des réseaux sociaux et d'Internet. C'est pourquoi Samsung proposera un navigateur Web compatible Flash 10 et des applications Twitter, Facebook et G Talk sur les modèles de montée en gamme.

tout était regroupé sur une plateforme que tous les téléviseurs intègrent, il n'y aurait pas de plus-value possible pour chacun. Si là encore on reprend l'analogie du marché des télécoms en avance sur le sujet, on voit bien le dilemme aussi. Apple a imposé sa plate-forme propriétaire et à côté il y a deux OS ouverts sur lesquels se rabattent les autres constructeurs mais sans pouvoir se distinguer. Enfin, les constructeurs qui en ont les moyens tentent d'imposer leur OS propriétaire, Samsung avec Bada ou HP avec Web OS, pour ne citer que les plus gros. Sur le marché du téléviseur, la situation est radicalement différente. Il est dominé par un nombre restreint d'acteurs et il n'y a pas eu de réel précurseur pour la TV connectée. Samsung, LG, Sony, Philips, Toshiba et peut-être encore Panasonic, cela ne fait jamais que six plates-formes ce qui semble viable. Pour les autres acteurs en revanche, ce sera difficile sur le marché français. Et il y a des marques qui partent avec des avantages évidents par rapports aux autres. Ainsi, Sony est déjà un acteur global sur le marché du contenu vidéo, audio et jeu : un immense avantage concurrentiel. Samsung lui peut se vanter de ses parts de marché colossales et de ses moyens illimités.

Quel contenu ?

Si donc la question des plates-formes et du parc installé se règle assez simplement, il y a un point de détail à aborder ; celui du contenu que l'on met dedans. Cette ironie est intentionnelle car on peut légitimement se demander si la question s'est posée chez les uns et les autres tant l'euphorie généralisée était grande. Que peut-on faire sur un téléviseur connecté ? Il y a déjà comme sur smartphone la création d'un marché applicatif et des services à offrir. Mais il ne faut pas oublier que le téléviseur n'est ni un téléphone, ni même un ordinateur. Or pour l'heure, l'essentiel de l'offre a été dérivée de ce qui existe sur ces supports, ce qui est une ineptie. Car sur petit écran, on est en situation d'interaction individuelle alors que sur un téléviseur, il s'agit d'un acte social, sans parler de la taille d'écran qui change tout. Prenons l'exemple des Pages Jaunes qui on été immédiatement adaptées sur TV connectée. Pour aller chercher une adresse d'un professionnel, qui va allumer le téléviseur, rameuter la famille et effectuer la recherche avec une télécommande au mieux alphanumérique alors qu'il peut le faire très simplement sur son téléphone tactile avec en plus une géo-localisation pour chercher autour de soi ? Personne évidemment. De même, on peut prendre l'exemple de Voyages SNCF pour un trajet de train. Cela se fait devant l'ordinateur à la souris et au clavier. Ne serait-ce qu'entrer le numéro de carte bleue avec la télécommande relève du cauchemar… Non, tout cela n'a aucun sens, il faut créer des services et des applications pour le téléviseur. Alors certes, il y a déjà des exemples plus probants comme l'immobilier par exemple. Effectuer la visite vir-

LG optimus black

ÉBLOUISSANT DE FINESSE.

235 MILLIONS DE CONTACTS
DE MAI À JUIN.

Un Design tout en finesse • Une image ultra lumineuse

TV	Du 20 mai au 12 juin. TF1 CANAL+ W9 NRJ
Web	Présence sur les sites opérateurs. Campagne sur les sites affinitaires, portails et réseaux sociaux. Yahoo! YouTube chet Google
Affichage	Du 24 au 30 mai. Grandes agglomérations + renfort sur Paris.
Relations Presse	Evénement de lancement presse et bloggeurs le 22 mars.
Opérations consommateurs	Jusqu'au 31 juillet - pour l'achat d'un LG Optimus Black, LG vous rembourse 30 €. - pour l'achat d'un accessoire* LG, LG vous rembourse 20 €.
Points de vente	- Formation de 1 100 magasins (S.20 et 21). - Kits d'information et de formation vendeurs, 5 000 exemplaires.

ANDROID™

DAS : 1,27 W/kg. Le DAS (débit d'absorption spécifique) des téléphones mobiles quantifie le niveau d'exposition maximal de l'utilisateur aux ondes électromagnétiques, pour une utilisation à l'oreille. La réglementation française impose que le DAS ne dépasse pas 2 W/kg. Life's good = La vie est belle. Android™ est une marque commerciale de Google Inc. Tous les autres noms de sociétés et de produits peuvent être des marques commerciales des sociétés auxquelles ils sont associés. *Sur une sélection d'accessoires LG. Voir conditions en magasin.

LG
Life's Good

TV connectée

tuelle sur grand écran avant de la faire physiquement est une bonne idée. Pourtant, on a beau se creuser la tête, on en revient toujours plus ou moins à l'image animée comme par exemple le service de l'INA très réussi qui permet de consulter les archives télévisuelles reliées à un évènement. Le reste fait généralement plus sens en approche individuelle sur petit écran.

Le jeu à terme

Il y a en revanche une application qui paraît évidente sur le téléviseur, c'est le jeu vidéo. La diversité des plates-formes est alors un réel problème, sans parler de la performance des téléviseurs actuels et de l'obligation de jouer en ligne sans stockage. Certes, les choses évoluent avec des processeurs de plus en plus puissants et des développements dédiés. Ainsi, Panasonic propose désormais le jeu en ligne avancé. On pour brancher une manette de jeu et les premiers titres de Gameloft sont respectables. Mais cela reste à des années-lumière de ce dont est capable une console next-gen. Pour autant, on peut être optimiste car pour certains types de jeux particulièrement adaptés à la TV comme le sport, la stratégie, l'aventure et le jeu de rôle, les performances seront suffisantes sous peu. Les fabricants pensent aussi de plus en plus à l'intégration de processeurs bien plus puissants, à l'image de Toshiba avec le Cevo, et ajouter de l'espace de stockage n'est pas compliqué non plus. Pour autant, ce sera plutôt pour l'année prochaine et ensuite il faudra qu'un parc installé suffisamment grand existe pour justifier les coûts de développement. Les consoles de salon ne sont donc pas prêtes à céder la place au seul téléviseur, alors qu'en revanche le smartphone pourrait bien signer l'arrêt de mort des consoles portables.

Pas de rattrapage généralisé

On en revient donc au point de départ avec un contenu qui fait surtout sens s'il s'agit de vidéo. Le téléviseur est un appareil de spectacle et il a besoin d'images animées pour s'exprimer. On pense en premier lieu à la TV de rattrapage. Il est vrai que l'enregistrement est contraignant et nécessite d'y penser. Revoir une émission quand on le décide, c'est pratiquement la TV à la carte et relègue le direct au second rang. Le seul problème est que cette possibilité inquiète les chaînes qui perdent la maîtrise de l'impact publicitaire et des mesures d'audience car cette dernière s'éparpille fatalement. Il y a aussi des questions de droits qui sont loin d'être réglées. Ajouter à cela la multiplication des plates-formes qui oblige à négocier avec chaque fabricant et vous comprendrez qu'une offre généralisée de toutes les chaînes en catch-up sur un téléviseur, ce n'est pas pour demain non plus. D'autant qu'il y a aussi le problème de la qualité d'image avec un bande passante aujourd'hui insuffisante, nous y reviendrons. La TV à la carte par rattrapage est une excellente idée qui achoppe malheureusement pour l'heure à sa mise en œuvre pratique pour des raisons de revenus, de droits, de débit et d'unification de l'offre. Par décence, évitons de parler des chaînes de TV Internet avec une offre thématique. Déjà les grandes chaînes produisent le contenu que l'on connait alors imaginez la même chose sans aucun budget… Sony propose de nombreuses chaînes Web américaines de ce type et le résultat est plus que catastrophique. On est souvent en dessous de la qualité d'une vidéo amateur réalisée au caméscope, c'est dire...

CLAVIER
Google TV Sony

L'exemple de ce qu'il ne faut pas faire ! Pour piloter la navigation Internet de sa Google TV vendue aux Etats-Unis, Sony a développé un clavier design. Si l'idée est bonne car on ne voit guère d'autres solution pour aller sur le Web, encore faut-il penser à l'ergonomie. Or ce clavier a été conçu pour une pieuvre ou un alien mais pas pour la main d'un être humain ! Une autre solution consiste à s'appuyer sur une tablette, qui avec son large clavier tactile sera idéale pour la navigation Web.

NPG®

Digitizes your Life

EN HAUTE DÉFINITION, VOUS VERREZ LA DIFFÉRENCE

MINI DHT 31MP

Mini Syntoniseur TNT HD Enregistreur
Respecte le standard SD MPEG-2 & HD MPEG-4/H.264
Son Dolby Digital Plus
1000 mémoires de chaînes de TV et Radio Numérique
Enregistreur USB
Fonction Time-Shifting
Entrées / Sorties: Antenne TV (IN/OUT), Mini USB, HDMI
Reproducteur Multimédia (JPG, BMP, MP3, WMA, AVI, MKV, Mp4...)
Dimensions Réduites 101x65x18 mm

Le syntoniseur le plus petit et le plus avancé du marché

ADAPTATEUR TNT HD

SYNTONISEURS TNT HD

TÉLÉVISEURS TNT HD

NPG® possède les licences DVB T et MPEG Empowered

P.G.Technology, S.A. - Tel. 06 19 86 08 57 - www.npgtech.com/fr - info@npgtech.com

Nous Recherchons des distributeurs sur la France!

Distributeur région grand Est: CYRRUS 0664119768

CE QU'EN PENSE...

LG

Julien Geffortin, Responsable contenus et services TV connectée

JDLI : Pourquoi le contenu est-il si important pour le constructeur ?

Julien Geffortin : Le contenu joue de toute évidence un rôle clé dans le succès de la TV connectée. Cependant, au-delà de la valeur intrinsèque des contenus disponibles, c'est surtout l'ergonomie et le type de navigation proposés par les fabricants qui vont faciliter la démocratisation de la Smart TV. A cet égard, le positionnement de la marque LG est de proposer une interface ultra conviviale adaptée aux écrans de toute taille. De plus, nous sommes aujourd'hui les seuls à proposer une télécommande avec un gyroscope intégré qui permet de naviguer d'un point à un autre en toute simplicité. C'est d'ailleurs cette interface qui a été récompensée « Best Innovation » au CES 2011 pour sa simplicité d'emploi et sa précision.

La multiplication des plates-formes propriétaires constitue-t-elle un frein ?

Certes, la multiplication des plates-formes complique la tâche des éditeurs de contenus. En revanche, c'est aussi cette multiplicité qui permet aux marques de proposer des solutions différenciantes et originales. En effet, une plate-forme commune, ce sont aussi des restrictions techniques qui freinent la capacité d'innovation des marques.

Quel contenu fait sens sur un grand écran dans le salon ?

Au travers d'études consommateurs menées par LG, il apparaît nettement que le contenu attendu par le consommateur est principalement orienté autour de la vidéo. En ce sens, les services VOD et de rattrapage TV arrivent en tête des applications vedettes. On observe également un attrait fort pour les services interactifs et personnalisables. De manière générale, les services et applications proposés par les différentes solutions Smart TV doivent être complètement repensés au travers d'un contexte d'utilisation totalement différent de celui d'un smartphone ou d'un PC. En effet, l'expérience Smart TV sera plus familiale avec des notions de partage et de divertissement avant tout.

Par la VOD

Reste la « killer app » de la TV connectée ; la vidéo à la demande. A elle seule, elle peut justifier la connexion. Aujourd'hui, il faut aller en magasin acheter un DVD ou un Blu-ray ou éventuellement aller le louer en vidéoclub. Demain, il suffira d'effectuer une recherche et quelques instants plus tard, le film, la série ou le documentaire s'affichera à l'écran. C'est d'une telle évidence que l'on ne comprend pas bien pourquoi l'industrie de l'édition vidéo ne s'y commet pas davantage. Avec une promotion inexistante et une disponibilité limitée pour l'heure aux box opérateur ADSL ou câble, la VOD réalise déjà 10 % des recettes du marché de la vidéo ! Le fait est que là aussi des problèmes existent. Au moins celui du calendrier a été résolu désormais avec au pire une sortie simultanée en support optique et en VOD. Reste le problème de la qualité d'image et il est de taille. 20 millions de foyers sur 25 disposent d'une connexion haut débit, c'est énorme. Mais le débit varie de 500 Kb/s à 20 Mb/s. Pour adresser une audience suffisamment large, les services de VOD doivent donc se satisfaire d'une bande passante limitée, typiquement de 1,5 Mb/s. Nombreux sont ceux qui pourront recevoir ce flux mais en termes de qualité, il nous ramène des années en arrière, au niveau d'une cassette VHS. Même si le grand public n'est pas très exigeant,

my-Ditto

Centralisez toute votre Bibliothéque Numérique!

my-Ditto sauvegarde, centralise et partage votre vie numérique où que vous soyez.

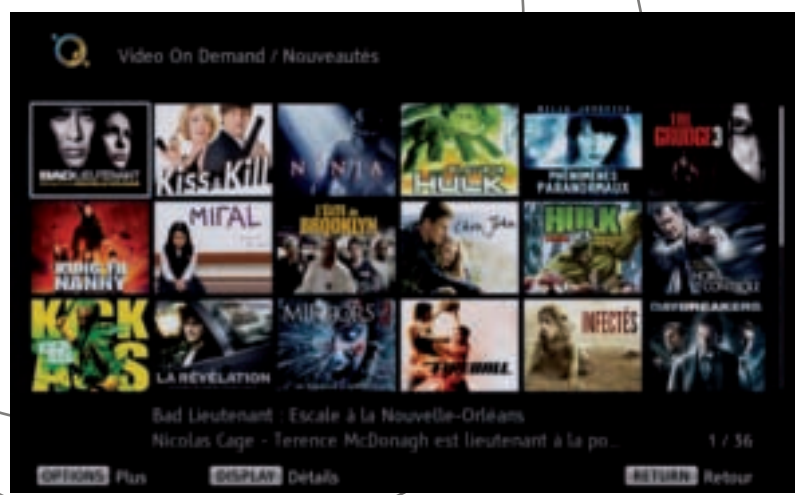
- Sauvegarde automatique en un clic
- Accès à tout votre contenu multimédia même à distance
- Partagez vos musiques, films et photos avec vos amis et votre famille
- Mise en route en moins de 2 minutes
- Zéro configuration, aucune installation logicielle
- Service gratuit, aucun abonnement

Mac Windows Available on the App Store

www.my-Ditto.com

DANE-ELEC

Apple, iPad, iPhone, iPod touch, and iTunes are trademarks of Apple Inc., registered in the U.S. and other countries. App Store is a service mark of Apple Inc.
Portions of this page are modifications based on work created and shared by Google and used according to terms described in the Creative Commons 3.0 Attribution License.
*Mac OSx 10.6 and higher, Microsoft Windows XP, Microsoft Windows Vista, Microsoft Windows Seven, Linux Ubuntu latest LTS.
*iOS 4.3 and higher, Windows® Mobile 6.1 or higher and Android® 2.2 and higher.



CE QU'EN PENSE... SONY

Stéphane Curtelin, Chef de groupe TV

JDLI : Pourquoi le contenu est-il si important pour le constructeur ?
Stéphane Cuterlin : Chez Sony, nous sommes désormais convaincus que le contenu joue un rôle à part entière comme peut le faire une caractéristique technique majeure. Un téléviseur prêt pour la 3D, c'est la garantie d'avoir un produit « future proof », un écran connectable à une plateforme riche, c'est désormais la garantie de profiter facilement et confortablement des nouvelles possibilités de divertissement existant déjà sur le Web !

La multiplication des plates-formes propriétaires constitue-t-elle un frein ?
Je dirais qu'il faut surtout bien regarder quels usages concrets permettent ces plates-formes. S'agit-il de proposer des services complets comme la TV de rattrapage ou la VOD ? Ou s'agit-il seulement de widgets avec des extraits de contenus ?

Quel contenu fait sens sur un grand écran dans le salon ?
Huit millions de Français regardaient en 2010 des contenus télévisuels… sur un PC, probablement faute de mieux car il s'agissait essentiellement de TV de rattrapage et de VOD. Ces deux types d'usage s'apprécient bien mieux sur un grand écran, ce que ne permet pas vraiment un PC.

c'est tout de même difficile à digérer sur un écran Full-HD. De ce point de vue, Sony montre la voie avec son service Qriocity, le premier disponible en HD sur TV connectée. Certes, ce n'est que du 720p mais la qualité est vraiment bonne, du niveau de la TNT HD, voire un peu mieux. Le flux nécessite un débit de 4 MB/s, une valeur disponible chez environ la moitié des abonnés au haut débit, près de 10 millions de foyers. Qriocity règle aussi le problème de l'ergonomie. L'inscription et les coordonnées bancaires s'enregistrent sur Internet et sur un ordinateur. Sur la TV à chaque séance, il suffira d'entre un code Pin à la télécommande. Côté téléviseur, il faut aussi un modèle suffisamment performant pour diffuser de la VOD de qualité ce qui est le cas pour tous les modèles 2011 ou presque. Et les avancées technologiques prévues rendent encore plus optimistes. Pour l'heure, les serveurs des services de VOD diffusent à un débit fixe, mais demain, ils seront capables de l'adapter à celui disponible chez l'utilisateur, une avancée majeure. Et si avec l'ADSL rapide à plus de 10 Mb/s, on peut déjà passer de la HD en 3D, imaginez la fibre optique ! Son déploiement est très rapide en France car comme pour l'ADSL, nous sommes à la pointe et de la technologie et de l'offre. En milieu urbain, la VOD pourra prochainement être diffusée à la qualité du Blu-ray !

La concurrence des box

La VOD peut à elle-seule justifier la TV connectée et pourra aider à vendre des écrans plats plus grands et de meilleure qualité. Hélas, il y a là encore un bémol. La France, c'est aussi le pays de la box opérateur avec huit millions d'offres triple play en utilisation. Or toutes les box TV proposent désormais la VOD et le plus souvent en HD. Et ce sont souvent tous les services existants dans l'Hexagone qui sont accessibles alors que sur le téléviseur, il n'y en a généralement qu'un ou deux. Certes, il reste ceux qui n'ont pas accès à cette offre mais ce sont aussi généralement ceux qui ont un débit plus faible. C'est le serpent qui se mort la queue. Que reste-il comme argument au téléviseur connecté ? Il est plus simple

APPLICATION IPHONE
Samsung et Sony

Samsung et Sony proposent des applications gratuites à télécharger sur l'App Store pour piloter plus efficacement la TV connectée et c'est une réussite. Déjà, on peut utiliser la surface tactile pur se déplacer dans les menus, ce qui est plus aisé qu'avec les flèches de la télécommande. Mais c'est surtout l'apparition d'un clavier qui favorise grandement la recherche en VOD ou dans la boutique. A signaler que Samsung transforme l'écran de l'iPhone en manette de jeu pour piloter les titres de sa boutique en ligne. Pour que la TV connectée soit un succès, il est probable qu'il faille développer ce type d'applications sur tous les OS mobiles pour en doter tous les smartphones et toutes les tablettes. Ceux qui ne disposent d'aucun de ces appareils, et ils sont de moins en moins nombreux, pourront toujours acheter une télécommande tactile que Samsung vend par exemple en option.

d'intégrer le tout. C'est un argument léger. Les opérateurs français ne négocient qu'au niveau local, alors que des acteurs mondiaux comme Sony ont plus de facilités. Certes, mais il n'y a pas de raisons que les services de VOD français ne signent pas avec tous les studios eux aussi. Bien malin celui qui peut prédire comment cette concurrence entre la box et la TV connectée va évoluer.

Internet aussi

Toutefois, les constructeurs ont déjà pris à bras le corps le problème suivant car en matière de contenu comme de matériel, le hi-tech doit toujours aller plus vite que la musique. Et il a trouvé un allié au moins aussi pressé et ambitieux que lui en la personne de Google. Désormais, il s'agit de passer la navigation Internet sur la TV. Et on s'empresse de commettre les mêmes erreurs au lieu de réfléchir en amont à ce qui peut faire sens sur un téléviseur. Le surf est là encore une action individuelle pour l'essentiel, mais on peut se dire que pour certains types d'activités ou de recherches, cela peut être un acte social à partager entre amis ou avec la famille. Autre problème plus important encore, comme trouver une ergonomie compatible avec la recherche sur le Web ? Et surtout : que faire sur le Web qui fasse sens sur un téléviseur ? On en revient là encore à l'image animée et il faut avouer que Google a réfléchi avant d'agir. Si on surfe et cherche sur le Web sur grand écran, c'est pour partager une activité et donc le plus souvent une vidéo. La recherche donnera donc en premier lieu les résultats qui font sens sur téléviseur. Il y aura les programmes de TV reliés à la recherche, les films à la demande, les vidéos sur les réseaux sociaux, les sites contenant des vidéos et ainsi de suite. C'est une bonne idée qui semble viable. Google TV est d'ailleurs déjà sorti sur le marché américain. Et presque immédiatement, une dispute sérieuse s'est engagée entre Google et les chaînes de TV qui n'apprécient pas du tout qu'on manipule leur contenu pour les mêmes raisons que le catch-up : la maîtrise des recettes publicitaires, de l'audience, des droits, etc. Et ce au pays où le livre numérique s'impose à la vitesse de l'éclair. Imaginez au pays d'Hadopi et des lobbys… Pour l'heure, toute velléité de Google TV est repoussée aux calendes grecques pour l'Europe.

Une ergonomie à réinventer

En admettons que les problèmes afférant à la diffusion par le Web se règlent, un autre problème de taille se pose et concerne aussi les interfaces, les services et les applications : celui de la manière de piloter la TV connectée.

TV connectée

Une chose est sûre, il faut en exclure la bonne vieille télécommande à infrarouge. Ne serait-ce que naviguer dans une interface visuelle avec de multiples choix relève du cauchemar et ne parlons pas d'entrer des renseignements texte. Mais par quel appareil faut-il la remplacer ? La piste la plus probante semble être le tactile et la TV va trouver des alliés de choix en la personne du smartphone et de la tablette. Déjà, les leaders comme Samsung et Sony proposent des applications gratuites à télécharger sur iPhone et sous Android. Et le résultat est très concluant ! En parallèle, les constructeurs développent des télécommandes tactiles similaires à un smartphone. C'est bien aussi mais fait augmenter le coût du téléviseur. Peut-être faudrait-il proposer les deux avec ce type de télécommande tactile en option, pour ceux qui n'ont pas de smartphone ou de tablette ce qui va devenir rare. D'autres suivent des voies plus originales comme LG avec une télécommande à détection de mouvement sur le même principe qu'une manette de Wii. Mais si c'est bien pour l'interface, cela ne résout pas le problème de l'entrée d'une information texte. Reste que la télécommande tactile sous forme de smartphone ou de tablette n'est pas la panacée pour la navigation Web non plus. Pour le surf, il faudra envisager de livrer le téléviseur avec un clavier qui intègre un touchpad, on n'a pas fait mieux. Gare à l'ergonomie aussi : le clavier livré avec les téléviseurs Sony Google TV a sans doute été dessiné pour un poulpe ou un alien à huit tentacules mais certainement pas pour les doigts d'un être humain.

Et dans le rayon ?

Si on met tout ce qui a été dit bout à bout, c'est un peu la perplexité en rayon. A quoi me sert la TV connectée pour vendre un téléviseur dans un contexte aussi flou et aussi compliqué ? A rien, si le rayon n'est pas connecté lui-même, c'est déjà certain. C'est donc une première étape obligatoire. Une fois connecté, il n'y a que la démonstration qui puisse aider à vendre et surtout à apporter une plus-value au magasin. Car effectivement si tous les écrans seront prochainement connectés, c'est aussi une incitation à passer sur une grande marque et à des tailles plus grandes, à un équipement plus luxueux avec télécommande tactile, à un téléviseur au processeur plus performant, etc. L'expérience en magasin avec un libre accès aux services pour le client sera la formule gagnante et il est probable que les fabricants soient motivés pour apporter le soutien logistique nécessaire. Au-delà, il faudrait que chaque vendeur en rayon maîtrise à peu près le sujet en sachant expliquer tout ce qui s'est dit dans cet article.

Sony Ericsson
make.believe
Smart Phone. Smart Play*.
PlayStation™ Certified
Vivez une expérience de jeu hors du commun.
Entrez dans l'action grâce à ce smartphone certifié PlayStation™ et à son grand écran multipoints au graphisme incomparable. Doté de touches dédiées au jeu, il vous plonge au cœur de ses 6 jeux embarqués (tels que FIFA 10, Sims™ 3, Star Battalion) et des plus grandes licences téléchargeables sur Android Market™. Avec la dernière version d'Android™, cet incroyable smartphone vous permet d'accéder à l'ensemble des services Google™ et à plus de 200 000 applications.
www.sonyericsson.com/fr/xperia-play/
XPERIA PLAY
* Téléphone multimédia, console de jeu.
Sony Ericsson est la marque ou la marque déposée de Sony Ericsson ou est utilisée sous licence accordée par Sony corporation ou Telefonaktiebolaget LM Ericsson. Sony Ericsson "make.believe" est une marque de Sony Corporation, Japon. Xperia et le logo Xperia sont des marques déposées de Sony Ericsson mobile communications AB. Sony Ericsson Mobile Communications AB. N° imm : 556615-6658 – Nya Vattentornet – SE22188 Lund, Suède. Android est une marque de Google Inc. Playstation et sont des marques déposées de Sony Computer Entertainment Inc. © 2010 Gameloft. All Rights Reserved. Gameloft and the Gameloft logo are trademarks of Gameloft in the U.S. and/or other countries.

TV 3D

Plus vite que la musique !

Plus vite que la musique !

La 3D arrive mais ce n'est pas une mutation qui s'opère en quelques mois, n'en déplaise à une industrie du hi-tech dont la patience n'est pas la première des vertus. Il va falloir du temps et du contenu à une époque où une innovation en chasse une autre à la vitesse de l'éclair.

Le passage à la 3D est indéniablement une révolution. Décrier ce phénomène n'a aucun sens. C'est un peu comme à l'époque ceux qui ont affirmé que le parlant signait l'arrêt de mort du cinéma artistique et ceux qui ont affirmé que la couleur n'apportait finalement pas grand-chose. Ainsi Paul Rotha, expert du cinéma de son époque, a déclaré en 1930 : *« un film, dans lequel les discours et bruitages sont parfaitement synchronisés et coïncident avec les images durant la projection est tout à fait contraire au but du cinéma. C'est une tentative dégénérée et erronée de détruire l'utilisation réelle du cinéma et ne peut être acceptée comme entrant dans les vraies frontières du cinéma. »* L'énorme Hitchcock déclarait à la même époque un peu plus intelligemment que les films muets constituaient la forme la plus pure du cinéma. Nous avons des oreilles, nous percevons les couleurs et nous disposons d'une vision stéréoscopique. C'est ainsi. Que le cinéma restitue tout cela est donc une évidence et on peut même se dire qu'il en aura fallu du temps pour que la 3D arrive, alors qu'elle est expérimentée au cinéma depuis plus de 50 ans. Nier l'évidence n'est qu'une preuve d'immobilisme ou d'angoisse face au changement. Ce n'est pas tous les jours qu'une nouvelle dimension s'ajoute aux images animées. C'est une innovation cruciale, sans doute du même ordre que le passage au parlant et à la couleur, si ce n'est plus fondamentale encore.

LUNETTES ACTIVES
Samsung SSG-3300

139 €

Samsung prend de l'avance, pas tant par le téléviseur en lui-même que par les lunettes SSG-3300. Certes, on est sur du haut de gamme mais cela laisse augurer de l'évolution qui ira sans aucun doute dans ce sens. Si le poids des lunettes n'est finalement pas tellement moindre, c'est d'avoir déporté l'électronique dans les branches qui fait la différence. Ainsi, le port est devenu très confortable.

1 600 €

TÉLÉVISEUR 3D
LG 47LW650

LG dispose désormais d'une gamme de téléviseurs 3D passifs ou polarisés, dont ce 47 pouces en est un peu le porte-étendard. Il n'a pas à rougir sur le plan de la finition et de l'esthétique face à ses concurrents à technologie active. Pour autant, il est moins cher et surtout livré avec quatre paires de lunettes. Rappelons qu'elles ne coûtent que quelques euros et qu'elles sont très agréables à porter de par leur légèreté. On peut d'ailleurs s'en procurer dans les cinémas et elles sont interchangeables. La résolution divisée par deux est compensée par une fatigue visuelle bien moindre et également par moins de contraintes dans l'installation car les sources de lumière ne provoquent aucun clignotement. Ce modèle convainc particulièrement par le rendu 3D mais aussi par son contraste exceptionnel en 2D.

La charrue avant les bœufs

Si le passage à la 3D est en marche, et inéluctable, il ne faut pas non plus aller trop vite. En hi-tech, la valeur ne peut être maintenue que par l'innovation qui doit arriver en flot continu par le haut de gamme et c'est particulièrement vrai pour les téléviseurs. Et dès l'instant où la nouvelle technologie est arrivée en rayon, elle se déprécie à la vitesse de l'éclair. Paradoxalement, c'est d'autant plus vrai si les prévisions ne sont pas satisfaites. Ce cycle infernal noie le consommateur dans un déluge de nouveautés à assimiler bien plus vite qu'il n'en est capable. Les construc-

one touch | 990

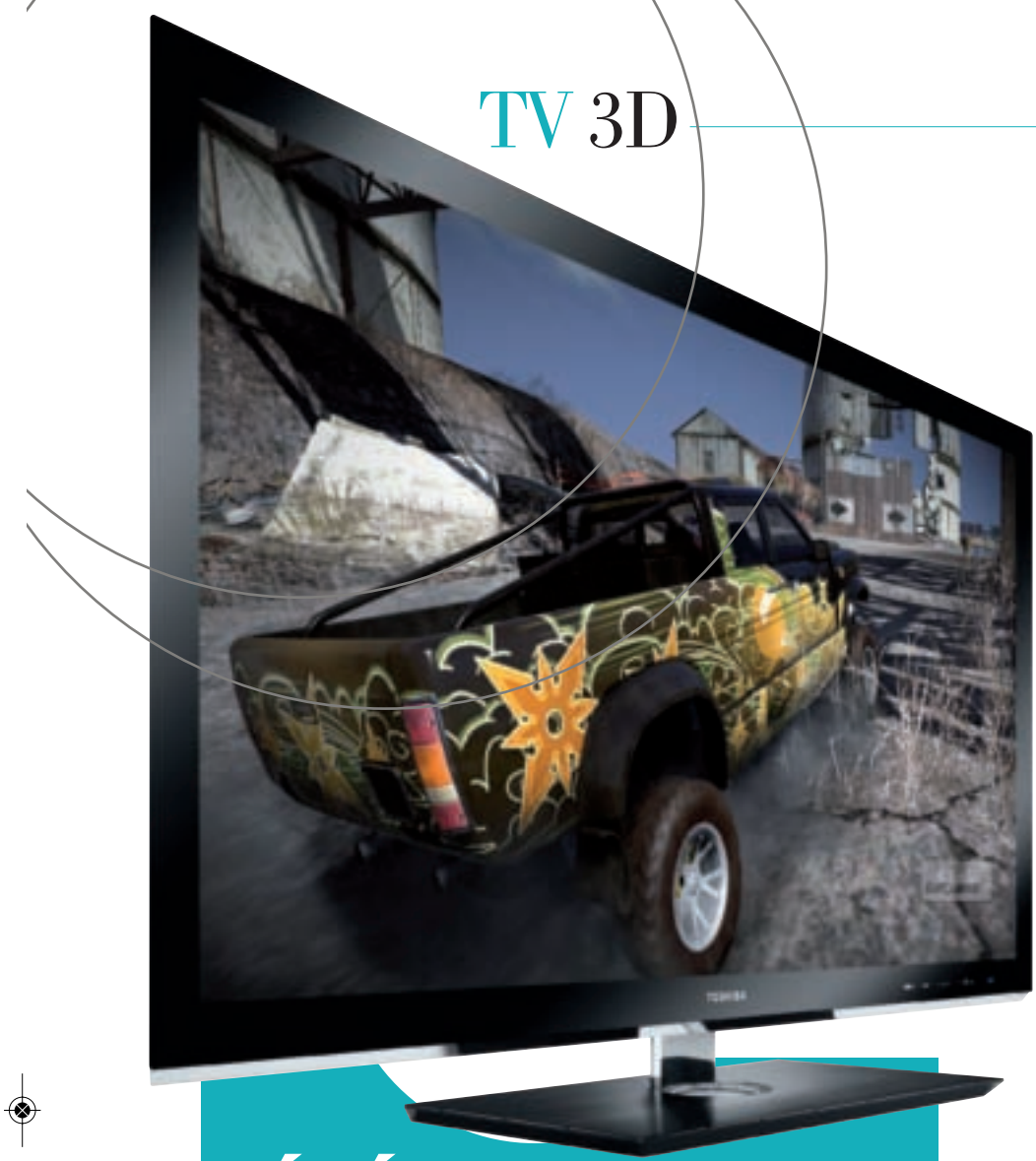
Sure, I love speed!

Intelligence is pretty groovy too.

- Android 2.2
- AGPS
- 5 Mpx
- 3G+
- 3.5 inch display
- Wi-Fi
- G-sensor
- Capacitive touch

my world in one touch

ALCATEL onetouch



TÉLÉVISEUR 3D
Toshiba Cevo 55ZL1

5 000 €

Toshiba frappe un grand coup avec ce téléviseur 55 pouces doté d'un processeur surpuissant. Non seulement, la qualité d'image est considérablement améliorée en général, mais cela profite aussi et surtout à la 3D. Avec un rétro-éclairage LED qui s'adapte très localement, le contraste et la luminosité sont boostés ce qui est particulièrement profitable en 3D active. Par ailleurs, la conversion 2D vers 3D prend une tout autre dimension, c'est le cas de le dire. Elle est bien plus performante que ce que l'on avait vu jusque-là.

teurs pensent qu'il suffit d'investir massivement dans une campagne de communication pour qu'aussitôt les utilisateurs se ruent en magasin. Que s'est-il passé pour la 3D ? Fort logiquement, elle est arrivée par le très haut de gamme et c'est bien. Elle s'accompagne aussi de contraintes lourdes comme les lunettes, la nécessité d'une grande taille et un placement difficile dans le salon. Parallèlement, il n'y a logiquement que très peu de contenu disponible. Il suffit de se rappeler combien de temps a pris le passage à la HD qui n'est toujours pas achevé au bout de 10 ans. Les ventes furent donc confidentielles. Comme on avait prévu du stock, ce fut la panique. Du coup, les constructeurs ont conclu des partenariats exclusifs avec des éditeurs pour offrir du contenu. Paradoxalement, ce fut contreproductif. Car le rayon Blu-ray 3D en est resté désespérément vide. L'accord le plus nuisible fut sans doute celui d'Avatar chez Panasonic. C'était le seul film à même de démontrer à un public intéressé ce que la 3D allait être dans un proche avenir. Pour ne pas pointer un seul responsable, on peut aussi citer Samsung avec les dessins animés les plus marquants comme Dragon et Shreck. En parallèle, les constructeurs ont fait ce

CE QU'EN PENSE... SAMSUNG

Charles Lelong,
Chef de produit TV

JDLI : Pourquoi la 3D a-t-elle démarré timidement ?
Charles Lelong : La 3D a souffert d'un manque important de contenus disponibles sur 2010, avec six titres en Blu-Ray 3D seulement et rien à la télévision. Certains consommateurs ont également pensé que la qualité en 2D était entamée, voire qu'ils ne pouvaient plus regarder en 2D. Le surcoût pour un usage encore limité, les incertitudes sur la fiabilité, la pérennité et la cohabitation de plusieurs technologies ont sans doute été un frein aussi. Mais ce sont les lunettes qui les en ont principalement dissuadé en raison de leur prix et de leur inconfort relatif. C'est pourquoi nous avons fait beaucoup d'efforts pour les améliorer. Le poids de nos lunettes est passé sous les 30 grammes, elles sont plus ergonomiques et leur autonomie est de 100 heures. Le système de synchronisation a été amélioré aussi grâce à l'utilisation de la technologie radio qui diminue les effets de Cross-talk (doublage des lignes verticales). Sur certaines références de nos lunettes actives, Il est désormais possible de faire installer des verres correcteurs à la vue.

L'optimisme est-il de rigueur pour 2011 ?
Oui, car la 3D se généralise et va être disponible sur des téléviseurs plus abordables. Il va s'agir désormais d'une caractéristique faisant partie de la montée en gamme logique. Elle ne sera plus un moyen de différenciation unique pour un écran. La 3D sera disponible sur un plus grand nombre de quartiles et va de ce fait toucher un marché nettement plus important. Par ailleurs, plus de 60 films 3D sont attendus en salle en 2011 dont une grande partie sont des blockbusters, ce qui va renforcer l'intérêt pour la technologie. En outre, de nombreuses chaînes ont annoncé le lancement de la diffusion en 3D ou par la VOD ou des chaînes payantes. Enfin, les consommateurs auront aussi la possibilité de convertir la 2D en 3D et ce quelle que soit la source, TNT, DVD ou Blu-ray 2D. Les lecteurs Blu-ray ne seront d'ailleurs pas en reste. Chez Samsung, ils seront tous 3D avec la conversion 2D vers 3D comme moyen de monter en gamme.

Pour conquérir le grand public, faut-il attendre la 3D sans lunettes ?
La 3D sans lunettes n'est pas une réalité. Elle implique une très forte dégradation de la qualité d'image en 2D du fait des filtres employés. Par ailleurs, il est nécessaire d'alimenter les téléviseurs avec des contenus très spécifiques (sept prises de vues simultanées) incompatibles avec les caractéristiques des disques optiques actuels et encore moins compatibles avec les bandes passantes des réseaux de diffusion actuels. A date, l'auto-stéréoscopie n'est possible que sur des écrans de petite taille et représente un coût très important. Cette technologie est pour le moment au stade du laboratoire. La technologie la plus adaptée est la technologie 3D active. Elle assure une excellente qualité d'image en 2D comme en 3D, respectant les standards les plus exigeants en termes de résolution (Full-HD en 2D et en 3D) et garantissant une restitution des couleurs et des contrastes parfaits en toutes circonstances. La seule contrainte est celles de lunettes mais comme évoqué ci-dessus, des progrès considérables ont été réalisés dans ce domaine.

Plus vite que la musique !

CE QU'EN PENSE... SONY

Stéphane Curtelin, Chef de groupe TV

JDLI : Pourquoi la 3D a-t-elle démarré timidement ?
Stéphane Curtelin : Les téléviseurs 3D sont restés des modèles haut de gamme sur la fin d'année 2010, mais leurs ventes ont eu un effet bénéfique pour ceux qui ont su les mettre en avant. En effet, elles ont fait remonter le prix moyen de 5 % sur la fin d'année alors qu'à la même époque en 2009, il ne montait que d'environ 2 % avec les LED ! Les gammes se démocratisent désormais et le consommateur va pouvoir choisir entre acheter un téléviseur 100 Hz prêt pour la 3D à environ 1 000 euros ou décider de profiter immédiatement de toute l'expérience 3D en étant plus exigeant avec des écrans 200 ou 400 Hz.

L'optimisme est-il de rigueur pour 2011 ?
L'arrêt de l'analogique a fait partir 2011 sur de bonnes tendances en quantité mais saurons-nous, fabricants et distributeurs, monter en gamme ? Cela passera par le fait d'expliquer et de démontrer le plaisir d'utiliser son téléviseur non seulement en 3D, mais aussi par la fonction connectée. Le marché est là. Huit millions de Français regardaient en 2010 des contenus télévisuels sur un PC, faute de mieux car il s'agissait essentiellement de TV de rattrapage et de VOD. Ces deux types d'usage s'apprécient mieux sur un grand écran, c'est évident.

Pour conquérir le grand public, faut-il attendre la 3D sans lunettes ?
L'expérience 3D peut se concevoir comme un moment spectacle qui n'est donc pas le moment du JT par exemple. Pour conquérir le grand public, il faut surtout des contenus spectaculaires, cinéma bien sûr mais aussi documentaires, événements sportifs et jeux. Tous ces contenus sont en train d'être développés : des matchs de football en 3D, le tournoi de Wimbledon, la légende de Narnia et le jeu Gran Turismo sont autant d'exemples d'ores et déjà disponibles.

qu'ils font toujours quand les prévisions ne se réalisent pas, ils ont commencé à brader, dévalorisant par là même la technologie avant même qu'elle n'ait eu une quelconque chance de rencontrer son public. Résultat prévisible : 113 000 téléviseurs 3D vendus en 2010 !

La nécessité du temps

Faut-il pour autant abdiquer ou cataloguer la 3D en tant que produit sans intérêt comme on l'entend de plus en plus. Bien sûr que non. Que la 3D ait réalisé des ventes confidentielles en fin d'année en raison du prix, de l'absence de contenu, des contraintes et surtout de la méconnaissance du public est parfaitement normal. Et cela va encore durer quelque temps très probablement. Pour l'heure, la 3D est un spectacle exceptionnel réservé aux connaisseurs qui en acceptent les contraintes, un peu comme un home cinéma avec un vidéoprojecteur. C'est plus fondamental comme évolution que la HD dont toutes les images pouvaient profiter immédiatement. Pour la 3D, il faut que de nombreuses conditions soient réunies. A commencer par un contenu qui n'en profite pas génériquement. Le dessin animé et les films, pas de doutes à avoir, leur avenir passera par la 3D. A la TV, le sport et les séries, tout autant. On peut y ajouter les documentaires et les concerts mais le reste n'en tire pas grand profit. Sans doute sera-t-il à terme en 3D aussi, comme les talk-show sont en couleur même si l'intérêt reste discutable. Le passage à la 3D est un processus qui prendra du temps déjà pour des raisons techniques de réalisation mais aussi et surtout parce qu'il nécessite un apprentissage long et compliqué. D'un pur point de vue technique pour une retransmission sportive par exemple, il demande des investissements colossaux pour les chaînes. Seuls des évènements planétaires tels la Coupe du monde de foot peuvent pour l'heure justifier une telle dépense. Alors que les chaînes ne sont même pas encore entièrement équipées HD, il s'écoulera des années avant que la 3D se généralise. Au cinéma cela ira plus vite, il n'y a qu'à voir ce qui est en train de se passer à Hollywood. Pour autant, le cinéma mettra du temps à passer de l'effet champ de foire à l'écriture cinématographique 3D. Là encore, on parle d'années avant que le réalisateur en usera comme il use d'une contre-plongée.

Plus de confort

En parallèle, la technologie doit aussi évoluer pour devenir grand public. Il faut bien reconnaître que les téléviseurs 2010 demandaient une grande abnégation au spectateur. Lunettes inconfortables, problèmes de rendu, fatigue visuelle importante, nécessité de s'approcher de l'écran, d'être dans le noir… Logique que cela ne puisse toucher que des enthousiastes fans de home cinéma. En 2011, les choses vont déjà s'améliorer. Désormais, les constructeurs maîtrisent mieux la technologie. Cela signifie déjà une qualité d'image meilleure en 3D avec moins de fatigue à la clef. Autre facteur important, les lunettes en technologie active subissent une telle cure d'amaigrissement qu'elles peuvent presque se faire oublier. Samsung a pris une avance considérable en la matière et ses derniers modèles sont si légers et équilibrés qu'ils ne sont guère plus gênants à porter que des lunettes de soleil. En parallèle, la technologie passive ou polarisée décriée par le passé devrait se répandre cette année. LG dispose d'une gamme complète et Toshiba arrive avec des 42 et 47 pouces sous peu. C'est un moyen idéal pour démocratiser un peu plus la 3D. Que l'on perde la moitié de la résolution n'a pas grande importance dans cette optique. En revanche, cette technologie est plus abordable, les lunettes ne coûtent que quelques euros et leur port est très confortable. De plus, le phénomène de fatigue visuelle est plus réduit. Autre facteur réconfortant, les

constructeurs majeurs vont étendre leur gamme 3D, il s'agit pour la plupart d'une majorité de modèles dès que l'on arrive au 40 pouces. Rien que mathématiquement, les ventes de téléviseurs 3D devraient se multiplier pour cette raison. Partir sur un chiffre compris entre 500 000 et un million de téléviseurs 3D pour 2011 n'est sans doute pas trop optimiste. Pour autant, il ne faut surtout pas brader cette technologie qui par le stade actuel de son évolution conserve forcément une certaine forme de confidentialité.

Des films à gogo

Qu'en est-il du contenu ? Il arrive en 2011, c'est sûr. Du côté de l'édition vidéo, on peut tabler sur 50 à 100 titres en Blu-ray. De plus, il ne s'agira pas que de dessins animés pour les enfants mais il y aura aussi de grosses productions hollywoodiennes. Autre nouvelle réjouissante, on devrait retrouver ces films sur d'autres supports, notamment dématérialisés. La VOD à la demande est déjà une réalité par l'ADSL et surtout sur la fibre optique qui devrait se développer en 2011. Pour la TV, ce sera plus long. De plus en l'absence d'évènement sportif mondial d'envergure cette année (hormis la Coupe du Monde de rugby), les chaînes rechigneront à investir. Sur des canaux payants, on peut s'attendre à quelques évolutions, peut-être même sur la TNT gratuite. Ce ne sera pas un raz-de-marée pour autant, tout juste des manifestations sportives ponctuelles et peut-être une chaîne documentaire. Il y a en revanche un autre allié à la 3D en 2011, c'est le jeu vidéo qui pourrait bien être son meilleur pourvoyeur. Déjà, il y a le phénomène 3DS qui va forcément démocratiser la notion de jeu vidéo en relief. Les consoles HD - PlayStation 3 en tête -

CE QU'EN PENSE... LG

Alexandre Fourmond, Directeur marketing LG France

JDLI : Pourquoi la 3D a-t-elle démarré timidement ?
Alexandre Fourmond : Non, c'est un démarrage normal pour un nouvel écosystème où toute la chaîne doit se renouveler : façon de filmer, matériels professionnels, équipements particuliers. Le volume des téléviseurs 3D qui ont été vendus en 2010 correspond à une part très importante si l'on doit ramener cela à leur positionnement prix sur le marché. Ainsi, les téléviseurs à plus de 1 500 euros représentent 3 % du marché, soit environ 270 000 écrans par an. Or en 2010, la 3D n'était présente que sur ce segment pour l'essentiel et il s'en est vendu 120 000 !

L'optimisme est-il de rigueur pour 2011 ?
Oui. Le lancement de notre nouvelle génération de téléviseurs 3D, LG Cinéma 3D, qui s'appuie sur la technologie polarisée, permettra de répondre aux attentes des consommateurs, mais également des distributeurs. Fluidité, accessibilité, partage, facilité, convertisseur 2D 3D, luminosité, autant de qualificatifs pour décrire les bienfaits du Cinéma 3D par LG.

Pour conquérir le grand public, faut-il attendre la 3D sans lunettes ?
Non. La technologie sans lunettes n'est pas encore au point pour regarder sur une longue durée de la 3D. Problèmes de points de convergence, flou, angle de vue, visualisation d'images 2D... Il est peu probable que des téléviseurs 3D sans lunettes accessibles au grand public arrivent sur le marché avant une petite dizaine d'années.

annonc_jdli.pdf 18/04/11 17:34:58

LED40H9825M

LE CHOIX DE LA QUALITÉ AU SERVICE DE L'IMAGE

Une TV à l'image pure, fiable et simple d'utilisation ?
Avec la technologie japonaise de Funai, vivez une expérience visuelle de qualité en toute sérénité. Gardez aussi l'esprit tranquille, votre téléviseur a subi plus de 600 contrôles lors de sa fabrication et bénéficie d'une garantie de 5 ans.

RETROUVEZ FUNAI SUR LE MEDPI
AU STAND W27
HALL APOLLINAIRE

FUNAI
LA GARANTIE
5 ANS

Flashez ce QR code avec votre smartphone pour découvrir la garantie 5 ans ou rendez-vous sur

www.funai.fr

Funai,
bienvenue
dans le réel

FUNAI

2 100 €

TÉLÉVISEUR 3D
Panasonic TX-P50VT30

Le plasma est toujours la technologie la plus adaptée à la 3D. Ce nouveau 50 pouces sera parfait pour une installation home cinéma en 2D, comme en 3D. L'image est magnifique et très contrastée. De plus, il s'accommode plutôt bien d'un environnement plus lumineux lorsque l'on regarde la télévision. En 3D, le spectacle est maximal. Que ce soient les jaillissements ou les effets de profondeur dans la scène, il n'y a pas mieux. En revanche pour la 3D, il convient d'être dans le noir ou dans la pénombre à la rigueur.

devrait multiplier les titres en 3D qui sont déjà très nombreux sur PC. De plus, le jeu vidéo a déjà passé la phase d'apprentissage et sait désormais gérer la 3D pour ce qu'elle apporte et plus seulement pour l'effet champ de foire. On peut citer Gran Turismo 5 déjà en vente depuis la fin de l'année dernière. S'y ajoutent au premier semestre 2011 des jeux d'action comme Killzone 3, des jeux de course comme Motorstorm Apocalypse et prochainement des jeux de sport et de combat. Cela pourra notamment aussi favoriser la vente de téléviseurs 3D en plus petite taille, comme le 32 pouces.

Un événement

Tout cela porte à croire que 2011 verra la 3D se développer mais qu'il ne faut pas en attendre non plus un raz-de-marée. Le contenu disponible et les contraintes toujours présentes comme les lunettes et la grande taille font que regarder en 3D demeurera cette année encore un évènement exceptionnel. Celui pour lequel on organise une session dans son salon et à laquelle on invite la famille ou des amis. Fatalement, on ne touche que la cible des passionnés, typiquement le public actuel du home cinéma et les fans de jeux vidéo. Si c'est une clientèle fortunée et prête à investir, il ne faut surtout pas la décevoir. Il vaut donc mieux limiter les ambitions et ne sortir que des produits qui les satisferont. Car s'ils ont horreur d'une chose, c'est d'être déçus par une technologie. Sans doute sera-t-il plus productif de s'en tenir à la cible réelle et de lui proposer des écrans en conséquence.

Quel calendrier ?

Quel va être le calendrier de la démocratisation pour la 3D, c'est évidemment LA question qui se pose. On peut déjà l'aborder par le contenu. Premier facteur, la généralisation de la 3D dans l'édition vidéo. Ce sera sans doute rapide, sous deux ans maximum. Par ailleurs, d'ici à deux ans, les possibilités de délivrer cette vidéo directement au consommateur par la connexion Internet tou-

CE QU'EN PENSE... TOSHIBA

Thierry Chabrol, Directeur général division Electronique Grand Public

JDLI : Pourquoi la 3D a-t-elle démarré timidement ?
Thierry Chabrol : On se plait 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 pic des ventes sur tous les modèles haut de gamme qui en étaient équipés. 113 000 unités vendues en 2010, c'est plutôt bien face au contenu disponible et face aux 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.

L'optimisme est-il de rigueur pour 2011 ?
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 des 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. 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 évènements sportifs majeurs étaient diffusés en 3D, le grand public passerait outre le les contraintes techniques et financières pour s'équiper. 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. On parle de 10 % des ventes en 2011, ce qui n'est déjà pas si mal.

Pour conquérir le grand public, faut-il attendre la 3D sans lunettes ?
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. Au contraire, 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 tel un film ou un évènement sportif. Nous n'en sommes d'ailleurs plus au stage 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 et cela nous rend très optimistes sur le calendrier. Nous avons annoncé la sortie de notre écran de grande taille en 3D sans lunettes durant cet exercice fiscal qui se termine en mars 2012. Nous mettons cependant tout en œuvre 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. Les premiers modèles seront destinés à une clientèle premium qui est prête à y mettre le prix. 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, il faut que nous puissions rationnaliser 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.

BE THE FIRST**

DU 9 MAI AU 30 JUILLET 2011

SOYEZ LES PREMIERS

À ENRICHIR VOTRE TV

50€ REMBOURSÉS(1)

POUR L'ACHAT D'UNE BOX TOSHIBA PLACES STB2F

COMPATIBLE AVEC 100% des TV

BOX TOSHIBA PLACES

- SERVICES INTERNET
- VIDÉO À LA DEMANDE (VOD)
- TV DE RATTRAPAGE
- TUNER TNT HD
- PORT USB MULTIMEDIA (PVR)

Pour tout savoir, rendez-vous vite sur www.toshiba.fr/promo

(1) Offre valable pour l'achat d'une Box Toshiba Places STB2F du 9 mai au 30 juillet 2011, dans la limite des stocks disponibles et dans les magasins participants à l'opération.

TOSHIBA

Leading Innovation*

cheront une part significative de la population. Car en agglomération majeure, l'ADSL très haut débit et la fibre vont se répandre très rapidement. Pour autant, cela ne suffira pas pour créer une demande généralisée pour la 3D de la part du grand public. Pour la TV, il y aura de l'évènement sportif en 2012 (l'Euro de football et les JO d'Hiver) qui sera retransmis en 3D et qui devrait susciter l'intérêt des masses. Mais pour que tout le monde en veuille, il faut que la retransmission sportive et évènementielle en 3D se généralise et cela ne se fera sans doute pas avant une échéance de plusieurs années.

Sans lunettes

Côté technologique, on pense bien évidemment au téléviseur 3D sans lunettes qui n'est plus une utopie. Toshiba envisage une commercialisation en 40, 46 et 55 pouces avant la fin de l'année ou au plus tard courant premier trimestre 2012. C'est donc désormais une réalité. Pour ceux qui n'ont pas eu la chance de voir par eux-mêmes au CES de cette année, voici une petite explication. Il est déjà intéressant de savoir comment ça marche pour se faire une idée. On multiplie la résolution de la dalle par deux ou quatre. De là, on procède par groupe de pixels ou points lumineux que l'on dirige dans différentes directions par des systèmes de prismes, voire par une seconde dalle LCD. On aboutit ainsi à une résolution finale qui demeure HD (720p) et à une image 3D pouvant être perçues par neuf points de vue différents. Cela correspond en gros à un angle de 20 à 30 degrés. Il est donc possible de percevoir correctement la 3D si on est assis en face du téléviseur dans les limites d'un canapé et de deux fauteuils contigus. Cela correspond à la situation usuelle dans le salon et ne devrait donc pas poser trop de problèmes. Comme il s'agit de points de vues, si on se situe entre les deux, il faudra tout de même ajuster pour voir au mieux la 3D. cependant sur le 55 pouces en démonstration au CES, nous nous sommes progressivement décalés du centre vers la gauche et la droite dans une limite de 20 degrés. A priori, nous aurions tendance à penser que les angles et les positions ne poseront donc pas un problème majeur à la sortie du premier modèle commercialisé. Quant à l'effet, il est certes moins spectaculaire qu'avec les lunettes mais bien présent. Le jaillissement est moindre mais les plans successifs dans la profondeur sont bien réels, ce qui correspond finalement bien à une démocratisation et à une banalisation de la 3D. Evidemment à la sortie et notamment en raison de dalles bien plus résolues, le prix sera astronomique et probablement proche des 10 000 euros, mais on peut faire confiance à la production japonaise pour rationnaliser cela à la vitesse de l'éclair.

Boule de cristal

A partir de là, on ne peut que jouer les Madame Irma. La sortie de la 3D sans lunettes à un prix inabordable au commun des mortels va-t-elle freiner les ventes avec lunettes, probablement un peu mais c'est le sens de l'histoire. Pour autant, le contenu et les progrès dans la 3D avec lunettes feront que les passionnés de cinéma s'y commettront de plus en plus. En revanche, il est sans doute raisonnable de penser que la 3D populaire sera sans lunettes car la démocratisation de la technologie et du contenu se fera sans doute concomitamment à un horizon de quatre à cinq ans. Ce sera donc une évolution lente à l'échelle du hi-tech mais inévitable. Et surtout dont il faut profiter pour générer de la valeur tout au long de cette phase de démocratisation. Il est évident qu'en magasin, cette année la 3D doit encore être gérée comme un phénomène exceptionnel qui pilote le rayon, le rend attractif, y attire du monde et permet de vendre à des prix élevés aux passionnés. Pour ce faire, il faut apprendre des erreurs passées. Réunir contenu et contenant au même endroit, effectuer des démonstrations, y ajouter aussi les moyens de création personnelle en 3D comme la vidéo ou la photo et y associer le jeu vidéo : ce sont autant de manières pour donner du rêve au rayon TV.

BE THE FIRST**
DU 2 MAI AU 2 JUILLET 2011
BONUS ÉCONOMIQUE
LIONEL NALLET
JOUEUR INTERNATIONAL DE RUGBY
10% REMBOURSÉS
SUR L'ACHAT D'UN TÉLÉVISEUR LED DE 102 CM ET PLUS(1)
20% REMBOURSÉS
SUR L'ACHAT D'UN TÉLÉVISEUR LED DE 102 CM ET PLUS ET D'UNE BOX TOSHIBA PLACES STB2F(2)
BOX TOSHIBA PLACES STB2F
TOSHIBA

Retrouvez les détails de l'offre sur www.toshiba.fr/promo

Offre valable du 2 mai au 2 juillet 2011
(1) 10% remboursés pour l'achat d'un téléviseur Toshiba parmi les références suivantes : 55ZL1, 42HL833, 42SL833, 46SL833.
(2) 20% remboursés pour l'achat d'une Box Toshiba Places STB2F et d'un téléviseur Toshiba parmi les références suivantes : 55ZL1, 42HL833, 42SL833, 46SL833.
Dans la limite des stocks disponibles et dans les magasins participants.

TOSHIBA
Leading Innovation*

Reflex et hybride

L'évolution de la photo passion

JDLI195-P30-40-Reflex-BAT:Mise en page 1 29/04/2011 16:57 Page 31

La photo est devenue une passion pour une part croissante de ceux qui ont adhéré au numérique et ils sont très nombreux. Le reflex et l'hybride permettent d'étendre leur pratique sans obligatoirement s'intéresser à la technique, un exploit rare dans notre monde hi-tech ultra-spécialisé. De plus, la valeur du marché de la photo repose largement sur cette évolution.

Pour que la valeur puisse se maintenir sur un marché aussi mature que la photo, il faut pouvoir convaincre celui qui veut évoluer dans sa pratique à acquérir des appareils à forte plus-value. Or la photo peut tabler sur une réussite, celle d'avoir convaincu une large frange de la population que le numérique était vraiment fait pour tous. Tous ces utilisateurs, qui sont venus à la photo pour différentes raisons, et, qui n'ont pour une part jamais eu d'appareils autres qu'un jetable auparavant, progressent dans leur pratique au fil du temps. Nombreux sont ceux qui se découvrent une réelle passion pour le huitième art. Cela ne s'accompagne pas nécessairement d'une bonne connaissance de la technique ou d'une volonté de la maîtriser. C'est souvent tout simplement une aspiration créatrice avec le désir de réaliser des clichés originaux de qualité, sans pour autant avoir à éplucher le mode d'emploi. Et la force du marché a été de proposer à chacun la montée en gamme qui lui correspond. Cela s'est déjà fait par un reflex qui est devenu grand public en s'allégeant, en réduisant son encombrement et en devenant aussi simple à utiliser qu'un compact. Le résultat ne s'est pas fait attendre, avec une progression du reflex qui se situe bien au-delà de ce qu'il représentait au temps de l'argentique où il était réservé à un public motivé et surtout intéressé par la technique. En parallèle est apparu l'an dernier un nouveau type d'appareil qui entend réunir les avantages du compact et du reflex pour un usage grand public. L'hybride est ainsi à la base un compact qui se dote d'objectifs interchangeables. Après un succès phénoménal au Japon, on s'attendait à une percée notable en France mais ce ne fut pas le cas. Un message un peu confus, un choix restreint, des prix élevés et une typologie encore mal définie expliquent sans doute ces débuts modestes. A l'inverse, le bridge, doté d'un objectif fixe mais à forte amplitude, a connu un regain d'intérêt alors qu'il était déjà donné comme étant en voie d'extinction.

Le reflex se segmente

Le succès du reflex ne se dément pas et explique en bonne partie à lui seul la relative bonne tenue du marché de la photo. S'il ne réalise que 10 % des parts en volume, il assure un tiers du revenu ! Si son prix moyen baisse fort logiquement au fur et à mesure qu'il devient grand public et que son taux de pénétration augmente, il demeure suffisamment élevé pour réaliser de fortes plus-values. Sans oublier que le reflex est aussi un écosystème qui permet de réaliser des ventes associées, notamment par des objectifs. A l'intérieur même du segment reflex, il y a désormais plusieurs cibles bien identifiées, ce qui induit une montée en gamme qui se fait naturellement. Ainsi, cela commence par l'utilisateur grand public qui passe au reflex pour faire évoluer ce qui devient une passion sans que pour autant il soit compétent technologiquement ou que son achat soit motivé par la fascination qu'exerce la technologie. A l'autre bout de d'échelle, on trouve l'amateur éclairé qui s'intéresse fortement à l'objet en lui-même et que les modèles professionnels inspirent largement. Cette cible à fort pouvoir d'achat est prête à investir lourdement si on aiguise son appétit par l'innovation et surtout par l'accessibilité à des caractéristiques réservées précédemment aux seuls professionnels.

REFLEX GRAND PUBLIC

Nikon D3100

Nouveau modèle d'entrée de gamme, le D3100 redéfinit un peu ce qu'est devenu ce type d'appareil qui est vraiment loin d'être pauvre, en performances comme en fonctions ! Si son aspect général est identique à celui de précédents modèles, le D3100 gagne encore un peu en compacité. Il ajoute la visée par l'écran arrière et surtout la vidéo en Full-HD. Mieux encore, il est capable de faire la mise au point en continu pendant la réalisation d'une vidéo. A l'usage, on retrouve la très bonne prise en main des reflex Nikon et des commandes que l'on peut souvent adapter à ses besoins. Le comportement aux sensibilités élevées est tout à fait excellent pour la catégorie. Jusqu'à 6 400 ISO, la diminution de qualité reste très acceptable pour la plupart des usages. Cet appareil sera idéal pour celui qui veut passer au reflex et qui pourra évoluer dans sa pratique sans être handicapé par des possibilités trop restreintes.

550 €

Reflex et hybride

Pour le grand public

Le reflex grand public a beaucoup évolué ces derniers temps. D'un côté il s'est allégé et son encombrement s'est réduit, mais il est aussi très simple à utiliser. Pour autant, il ne fait pas de concession sur la qualité et les fonctionnalités qui permettent au photographe débutant d'évoluer avec sa passion. Pour la simplicité, le reflex a repris des éléments du compact. Ainsi, le mode vert permet de réaliser une photo toujours réussie en appuyant simplement sur le déclencheur. Et ces automatismes sont devenus de plus en plus sophistiqués avec l'adaptation de la sensibilité et même la détection de scènes. Photographier avec un reflex grand public n'est donc pas plus compliqué qu'avec un compact. Au contraire, le résultat est souvent meilleur sur le reflex car l'optique et le capteur sont de meilleure qualité aussi. Pour le confort d'utilisation, le reflex en offre plus aussi. Non seulement, il intègre systématiquement la visée par l'écran, mais il offre évidemment en plus la visée reflex souvent plus adaptée pour ne pas rater un cadrage. Et le reflex grand public se segmente à son tour d'ailleurs. Ainsi, il y a une montée en gamme possible avec des modèles toujours aussi simples et peu encombrants mais qui ajoutent des fonctionnalités avancées comme la vidéo HD, l'écran orientable ou encore une vitesse en rafale élevée.

Pour l'amateur éclairé

Le reflex a franchi une première étape dans la montée en gamme en commençant progressivement à intégrer des fonctionnalités plus avancées ou à

REFLEX EXPERT
Canon EOS 60D

1 100 €

Nouveau modèle expert de Canon, le 60D reprend nombre d'éléments du modèle semi-professionnel 7D. Il devrait donc attirer les amateurs qui les ont enviées sans pouvoir en payer le prix ! Au premier abord, il est plutôt imposant mais en fait son volume n'est pas vraiment plus important que celui de ses concurrents. Destiné à des utilisateurs exigeants, il offre une ergonomie proche d'un modèle professionnel avec deux roues de commande et un écran supérieur permettant de vérifier ou d'effectuer des réglages. Naturellement, les principaux paramètres disposent de commandes directes évitant le passage par les menus. Parmi les caractéristiques intéressantes du 60D, il faut aussi souligner la présence d'un écran orientable en tous sens qui permet des prises de vues originales ou difficiles autrement. Le viseur est également bien meilleur que celui des modèles grand public. Comme ses concurrents, le 60D offre la vidéo Full-HD et le choix de la fréquence jusqu'à 30 images par seconde. Pour la montée en sensibilité, le 60D se montre performant et sa résolution élevée ne constitue pas un handicap. Répondant bien aux besoins de la plupart des utilisateurs exigeants, le Canon EOS 60D est un compromis attractif entre les modèles grand public et les appareils professionnels beaucoup plus onéreux.

Faites-le glisser,
il numérise.

Numérisez
Des livres, des magazines
N'importe quel document !
Convertissez, éditez et compressez
Des fichiers texte
Des fichiers au format PDF
A l'aide du compresseur d'images : iHQC™

Numérisez des livres et des magazines, n'importe où, sans l'aide d'un ordinateur !

Retrouvez-nous au MEDPI
17 au 20 mai 2011
Grimaldi Forum - Monaco
Hall RAVEL C07

IRIScan™ Book 2

Faites-le simplement glisser sur vos pages de magazine favorites, vos livres ou documents personnels !

Le scanner mobile et portable le plus facile à utiliser qui vous permet de créer des fichiers éditables et compressés en parfaite mobilité !

pour Windows® et Mac®

www.irislink.com/iriscanbook

T110503-01

IRIScanBook2-pub-IPSC-fr.indd 1 3/05/11 15:26

CE QU'EN PENSE... OLYMPUS

Christophe Valentin, Directeur marketing

JDLI : Pour quelle raison le démarrage de l'hybride a-t-il été plutôt timide en France ?

Christophe Valentin : Comme toute nouvelle approche de la photographie, les hybrides doivent d'abord se faire connaître, à la fois auprès de la distribution et du grand public. Pour la distribution, cela implique une formation des vendeurs et une modification des linéaires afin de positionner cette nouvelle catégorie de façon claire. Pour les consommateurs, il s'agit de démontrer les bénéfices de cette gamme de produits et, en particulier, la qualité photo, que nous comparons à celle des reflex. D'une manière générale, la France est un pays qui adopte lentement les changements, par contre, une fois installés, leur présence est plus pérenne qu'ailleurs.

L'hybride va-t-il cannibaliser le reflex grand public à terme ?

Les hybrides sont une véritable alternative au reflex grand public, les consommateurs ont aujourd'hui un vrai choix entre deux systèmes, le reflex ou l'hybride ! Les personnes qui ne souhaitaient pas aller vers le reflex car trop encombrant et compliqué disposent aujourd'hui de l'appareil qu'ils attendaient. La cannibalisation pourra éventuellement se faire sur les reflex d'entrée de gamme, mais l'objectif ultime des hybrides, c'est d'abord de favoriser la montée en gamme des utilisateurs de compacts.

La cible va-t-elle encore s'élargir fortement ? A qui se destine l'hybride ?

C'est l'objectif des hybrides. Avoir une cible beaucoup plus large grâce à des produits qui offrent une vraie réponse aux freins d'achat des reflex, à savoir le poids, l'encombrement et la complexité. De plus, l'élargissement de l'offre va renforcer la présence et la crédibilité de cette gamme de produits. Nul ne doute qu'à la fin 2011, la situation du marché aura beaucoup évolué.

proposer une ergonomie mieux adaptée à une pratique avancée. Ainsi, on peut citer l'apparition de commandes plus nombreuses évitant de passer par le menu à l'écran pour un réglage plus en profondeur. Le capteur voit ses pixels augmenter mais l'appareil monte aussi d'avantage en sensibilité. La cadence de prise de vue s'accélère, tout comme la finition devient plus robuste d'aspect avec en contrepartie un poids et un encombrement qui augmentent aussi. En haut de cette catégorie intermédiaire, on commence à avoir des boîtiers qui ressemblent de plus en plus aux appareils pour amateurs éclairés. En parallèle, les gammes d'objectifs adaptés évoluent aussi et proposent peu à peu une plus grande ouverture ou des focales plus extrêmes. Certains cherchent aussi à explorer d'autres voies à mi-chemin entre le reflex et l'hybride. Ainsi Sony fait perdre au reflex ce qui lui vaut son appellation : le miroir mobile qui permet de viser à travers l'objectif. Sony le remplace par un miroir fixe semi-transparent permettant de garder le système autofocus plus performant du reflex. La visée devient électronique, ce qui fait évidemment perdre une partie du confort que propose le reflex. En revanche, ce choix autorise des cadences élevées, un fonctionnement silencieux et surtout d'excellentes aptitudes à la vidéo.

Pour le passionné

En 2010, une bonne partie de l'attention des constructeurs leader s'est concentrée sur l'amateur très averti qui rêve d'un matériel le plus proche possible de celui des professionnels. Cette cible est devenue significative car depuis l'arrivée du reflex numérique, il s'est passé du temps mis à profit par de nombreux photographes pour évoluer dans leur pratique et surtout dans leurs ambitions. Il sont prêts à dépenser de grosses sommes et ne sont pas rebutés par un matériel plus lourd et plus compliqué à manipuler. Au contraire, c'est même un gage pour eux. Chaque fabricant y a donc été de son modèle dont l'aspect extérieur est proche d'un boîtier professionnel. L'ergonomie est calquée dessus aussi, avec souvent une commande pour une fonction. Les capteurs et les performances sont similaires aussi. Ainsi, la

Pub_MedPi 230x300v2.pdf 1 03/05/11 13:11

SEDEA® ELECTRONIQUE

Parabole Plate

ASTRA

FRANSAT TÉLÉVISION NUMÉRIQUE

TNT SAT

CANALSAT

COMPATIBLE HD

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

trophée de la maison — TESTÉ PAR UN JURY DE CONSOMMATEURS 2010-2011

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

Enregistreur TNT HD
avec Disque Dur intégré

TNT HD

HD TV — MULTIMÉDIA

Récepteur TNT SAT

TNT SAT

CANAL — ASTRA

Récepteur TNT SAT HD

TNT SAT — USB Entrée / Sortie

HD TV — MULTIMÉDIA — CANAL — ASTRA

Récepteur FRANSAT HD

FRANSAT TÉLÉVISION NUMÉRIQUE — USB Entrée / Sortie

HD TV — MULTIMÉDIA — via eutelsat

Kit FRANSAT SD
Parabole 65 + récepteur satellite

FRANSAT TÉLÉVISION NUMÉRIQUE

Une gamme complète de récepteurs

SEDEA® ELECTRONIQUE
Présent au
MedPi 2011
Hall Diaghilev Stand S11

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

SEDEA - RCS Lille 302 262 613 - tél. 03 20 96 47 47. Documents et photos non contractuels.
Tous droits de reproduction réservés textes, photos et illustration.

www.SEDEA.com

CE QU'EN PENSE... SONY

Edouard Schmitt, Chef produits reflex & hybrides

JDLI : Pour quelle raison le démarrage de l'hybride a-t-il été plutôt timide en France ?
Edouard Schmitt : Nous trouvons que ce début est au contraire très prometteur avec des ventes multipliées par quatre en un an. Il se vend déjà un hybride pour neuf reflex. A termes, nous pensons que l'hybride représentera 30 à 35 % du marché des reflex.

L'hybride va-t-il cannibaliser le reflex grand public à terme ?
Il est trop tôt pour le dire, même si on estime que les acheteurs de reflex grand public peuvent trouver dans ces produits une réponse plus adaptée à leurs besoins. Mais il s'agit en priorité d'une création de marché. Le but est de toucher une cible qui n'achèterait pas un reflex de toute manière. Ce sont donc des utilisateurs de compacts plutôt haut de gamme qui sont bloqués entre une offre compact et reflex qui ne les satisfait pas.

La cible va-t-elle encore s'élargir fortement ? A qui se destine l'hybride ?
Il se destine en priorité au grand public utilisateur de compacts qui cherche de la qualité mais qui est rebuté par les reflex trop lourds, trop gros et trop compliqués. L'expert sera également concerné. Il pourra trouver avec l'hybride un second boîtier plus facile à transporter pour les situations où le reflex s'avère trop encombrant.

cadence en rafale s'élève grandement, les autofocus deviennent très sophistiqués et les possibilités innombrables bien entendu. Ces boitiers s'accompagnent d'une gamme d'objectifs qui jouent sur le même registre avec du métal omniprésent et des optiques plus lumineuses. L'innovation y est présente aussi avec des écrans plus grands et plus définis et surtout avec l'arrivée de fonctions vidéo plus élaborées.

La vidéo à améliorer

La vidéo est d'ailleurs la fonction sur laquelle il reste le plus de progrès à faire en reflex. Si la qualité est souvent exceptionnelle, surtout en montant en gamme, il est difficile d'obtenir un bon résultat si on ne s'applique pas beaucoup. Cela évolue toutefois rapidement avec un autofocus qui peut fonctionner pendant la prise de vue, un zoom utilisable en cours d'enregistrement, une meilleure stabilité de l'image et l'arrivée d'objectifs particulièrement adaptés à la vidéo. Pour autant, c'est dans le domaine de la vidéo que l'hybride a une carte à jouer car il est plus performant par sa conception. De plus, il y a des modèles qui s'y dédient particulièrement mais dont les tarifs avoisinent là aussi celui du matériel professionnel. Pour autant, il ne faut pas surestimer le potentiel de la vidéo. Le plus souvent un photographe passionné se focalise au contraire sur la photo. Il est d'ailleurs intéressant de constater que les modèles reflex doués pour la vidéo sont de plus en plus prisés par des professionnels de la vidéo qui cherchent du matériel mobile léger mais dont la qualité intrinsèque soit suffisante pour un usage broadcast.

L'hybride cherche sa voie

L'hybride a donc fort à faire avec un reflex qui se décline et qui plait aux Français apparemment peu gênés par son encombrement légèrement plus important. Même le bridge est une concurrence qui reprend du poil de la bête, avec une offre qui a trouvé son chemin et délaisse le haut de gamme

GARMIN®
Leader mondial du GPS

Votre GPS à jour **pour toujours !**

Savez-vous qu'environ 15% du réseau routier change chaque année ? Nouveaux ronds-points, nouvelles routes, changements de sens de circulation…votre GPS est-il au courant ?

Garmin est le seul fabricant à vous proposer une gamme de GPS incluant la mise à jour de vos cartes, **gratuite à vie*** !

www.garmin.com/fr

* En Europe, durant toute la durée de vie du produit. Publicité non contractuelle .

NAVTEQ MAPS

HYBRIDE VIDÉO
Panasonic GH2

900 €

Avec sa forme de reflex particulièrement compact, le GH2 ne surprendra guère l'amateur éclairé auquel il se destine. Il se distingue surtout par ses aptitudes à la vidéo qui sont quasi professionnelles. Le GH2 filme en Full-HD et promet une qualité exceptionnelle. A l'usage, le GH2 est un appareil réactif et efficace pour tous les usages courants. Avec le zoom 14-140 mm, la vitesse de l'autofocus est vraiment bonne pour un fonctionnement très silencieux, particulièrement appréciable pour la vidéo. La qualité d'image est comparable à celle d'un reflex, avec une montée en sensibilité qui préserve une très bonne qualité d'image jusqu'à 1 600 ISO. En vidéo, le résultat est excellent avec une image stable et fluide, un autofocus performant et un usage du zoom possible pendant la capture. Evolution positive de ses prédécesseurs, le Panasonic GH2 est un hybride au format reflex adapté à la photo comme à la vidéo qui bénéficie d'un viseur électronique de qualité et d'une gamme d'optiques déjà sérieuse.

trop proche du reflex pour des appareils polyvalents aux valeurs de zooms extrêmes, dont on sait que le photographe amateur est friand. L'hybride doit donc se faire une place dans ce paysage et la tâche semble plus ardue que prévue. Commençons d'ailleurs par l'encombrement qui n'est pas un sujet aussi simple qu'il y parait. Certes l'hybride peut se faire très discret s'il est associé à une optique fixe ou à la rigueur à un zoom de faible amplitude. Or cela va à l'encontre de ce que recherche traditionnellement le grand public, soit un zoom de forte amplitude sous un faible encombrement. Pourtant, les fabricants rivalisent d'ingéniosité avec par exemple des zooms qui s'aplatissent s'ils ne sont pas utilisés. Il n'y a pas de miracle pour autant, l'encombrement en longue focale est lié à un capteur plus grand et obligatoire pour garantir la qualité. C'est donc une limitation optique qui sera difficile à contourner. Cela amène d'ailleurs parfois à des OVNI de la photo comme les hybrides de Sony qui, dotés d'un télé-zoom, ont vraiment un aspect curieux avec un appareil qui disparait presque derrière l'optique.

En demande d'explications

Il faut surtout que le concept même plaise au grand public, ce qui n'est peut-être pas encore le cas. Ainsi, le fait de disposer d'objectifs interchangeables ne le rend pas plus compliqué, il s'agit de rassurer sur ce point. Le plus simple est encore de s'en tenir à la formule compact à optique interchangeable. C'est donc un appareil qui allie les avantages du compact (à savoir la simplicité, les automatismes et son ergonomie) à l'avantage d'un grand capteur et d'objectifs interchangeables qui apportent en se combinant une meilleure qualité d'image et plus de possibilités. Et c'est en cela que l'hybride se distingue et du reflex et du bridge. Ce dernier doit se contenter de petits capteurs pour un prix et un encombrement qui restent contenus au regard d'une plage de focale maximale. Il n'a donc pas les mêmes ambitions pour la qualité d'image et notamment la photographie en basse lumière. En revanche, l'hybride se distingue du reflex par une ergonomie de compact et les avantages associés. La visée par l'écran est très performante, on retrouve les mêmes automatismes et une bonne aptitude à la vidéo. Tout cela est cependant assez compliqué à expliquer et demande à entrer dans le détail, ce qui est un peu antinomique avec une approche grand public qui doit être immédiate.

Trop de choix…

De plus, le message est brouillé par quasiment autant de sous-segments que d'appareils hybrides sur le marché. Il y a l'hybride proche du compact par

JDLI195-P30-40-Reflex-BAT:Mise en page 1 29/04/2011 16:57 Page 39

CE QU'EN PENSE... PANASONIC

Michael Ponomarenko, Chef produit Lumix G

JDLI : Pour quelle raison le démarrage de l'hybride a-t-il été plutôt timide en France ?

Michael Ponomarenko : Comme toute nouvelle catégorie de produit, il faut des investissements massifs pour l'imposer dans un temps très court. La progression des ventes de l'hybride reste néanmoins très forte : elle a doublé entre 2009 et 2010 en France. Les mentalités ont également très fortement évolué en magasins. La plupart reconnaisse l'attrait et l'apport de l'hybride pour le consommateur : compacité, facilité d'usage, qualité photo et vidéo. D'ailleurs, de nombreux constructeurs photo se sont positionnées en 2010 et ce n'est sans doute pas fini... Cela prouve l'attractivité et le fort potentiel que représentent les hybrides.

L'hybride va-t-il cannibaliser le reflex grand public à terme ?

Il est possible que certaines personnes hésitantes puissent choisir un hybride au lieu d'un reflex. Néanmoins, notre approche est quelque peu différente puisque nous positionnons notre gamme comme une évolution naturelle du compact vers plus de possibilités, davantage de réactivité et plus de performances qu'un compact classique, d'où le terme de compact hybride qui correspond parfaitement à la philosophie Lumix G. Nous souhaitons mettre l'accent sur la compacité de nos boitiers, le tout pour des performances supérieures et ce avec une simplicité d'utilisation déconcertante. On ne s'adresse donc pas aux personnes expertes mais plutôt à ceux en attente d'un appareil simple, performant et compact.

La cible va-t-elle encore s'élargir fortement ? A qui se destine l'hybride ?

La cible des appareils Lumix G est très large puisque la plupart des utilisateurs sont en attente d'un produit accessible qui permette de faire des photos et des vidéos en toute liberté et sans contraintes. C'est l'appareil photo/vidéo nomade par excellence, ultra-performant et très facile d'utilisation. Il vise tous ceux qui ont déjà une expérience de l'image numérique et qui souhaite plus de réactivité, un meilleur résultat en photo basse lumière et la possibilité de réaliser des séquences vidéo à partager sur un écran Full-HD. La cible est donc très large, virtuellement chaque utilisateur d'un appareil photo. Naturellement, c'est la tranche d'âge 20 à 40 ans qui devrait être la plus séduite par les hybrides. Car ce sont des générations qui ont peu de souvenirs de l'usage de l'appareil argentique et n'ont aucune utilité d'avoir un viseur optique sur leur boitier. Nos clients potentiels sont donc plutôt issus du monde de l'électronique grand public et du numérique, bien plus que de la photo traditionnelle !

HYBRIDE COMPACT

Olympus E-PL2

600 €

Compact hybride de nouvelle génération, le PL2 est de dimensions et de poids similaires à un gros compact avec une excroissance à l'avant, son objectif. Olympus le livre avec un zoom standard repliable offrant une longueur réduite pour le transport. A l'arrière, on découvre avec plaisir un nouvel écran plus grand et plus défini. La qualité des images est comparable à ce qu'offre un reflex entrée de gamme. Le comportement aux hautes sensibilités fait le choix d'un traitement du bruit un peu agressif mais qui autorise le 1 600 ISO sans dégradation notoire. Disponible pour un tarif assez similaire à celui de certains compacts haut de gamme, l'Olympus E-PL2 est un appareil séduisant par son grand capteur et la possibilité de changer d'optique.

CE QU'EN PENSE... CANON

Pascal Briard, Directeur marketing

JDLI : L'hybride va-t-il cannibaliser le reflex grand public à terme ?

Pascal Briard : Si vous êtes une marque de l'électronique grand public et que vous voulez vous lancer sur le marché du reflex, vous vous heurtez à deux marques historiques et légitimes qui dominent. Pour éviter de s'y confronter, on contourne le problème en faisant croire que le reflex est devenu un objet lourd et encombrant pour justifier la création de l'hybride. Nous n'y croyons pas et nous pensons qu'il est bien plus efficace de démocratiser le reflex avec une offre cohérente qui répond à tous les besoins. Le haut de gamme compact couvre parfaitement les besoins d'utilisateurs plus exigeants qui ne veulent pas encore franchir le pas du reflex. En revanche pour ceux qui veulent aller plus loin, le confort d'un reflex et de sa visée en particulier est sans commune mesure avec un hybride.

Pensez-vous que le reflex va convaincre de plus en plus ceux qui sont arrivés récemment à la photo par le compact ?

La montée en gamme est au cœur de notre stratégie et ce depuis longtemps. Nous pensons que celui qui goûte au haut de gamme compact Canon - avec par exemple un S95 ou un Ixus - va tôt ou tard être tenté par la visée directe et par les optiques multiples. Nous essayons évidemment d'inciter le consommateur à franchir ces étapes en partant du compact simple, en passant par l'expert puis en arrivant au reflex. C'est en déclenchant la passion pour la photographie en tant que forme d'expression que cela se fait et c'est aussi dans ce sens qu'est orientée notre communication. Il reste aussi à convaincre encore quelques réfractaires au numérique qui s'accrochent à leur reflex argentique.

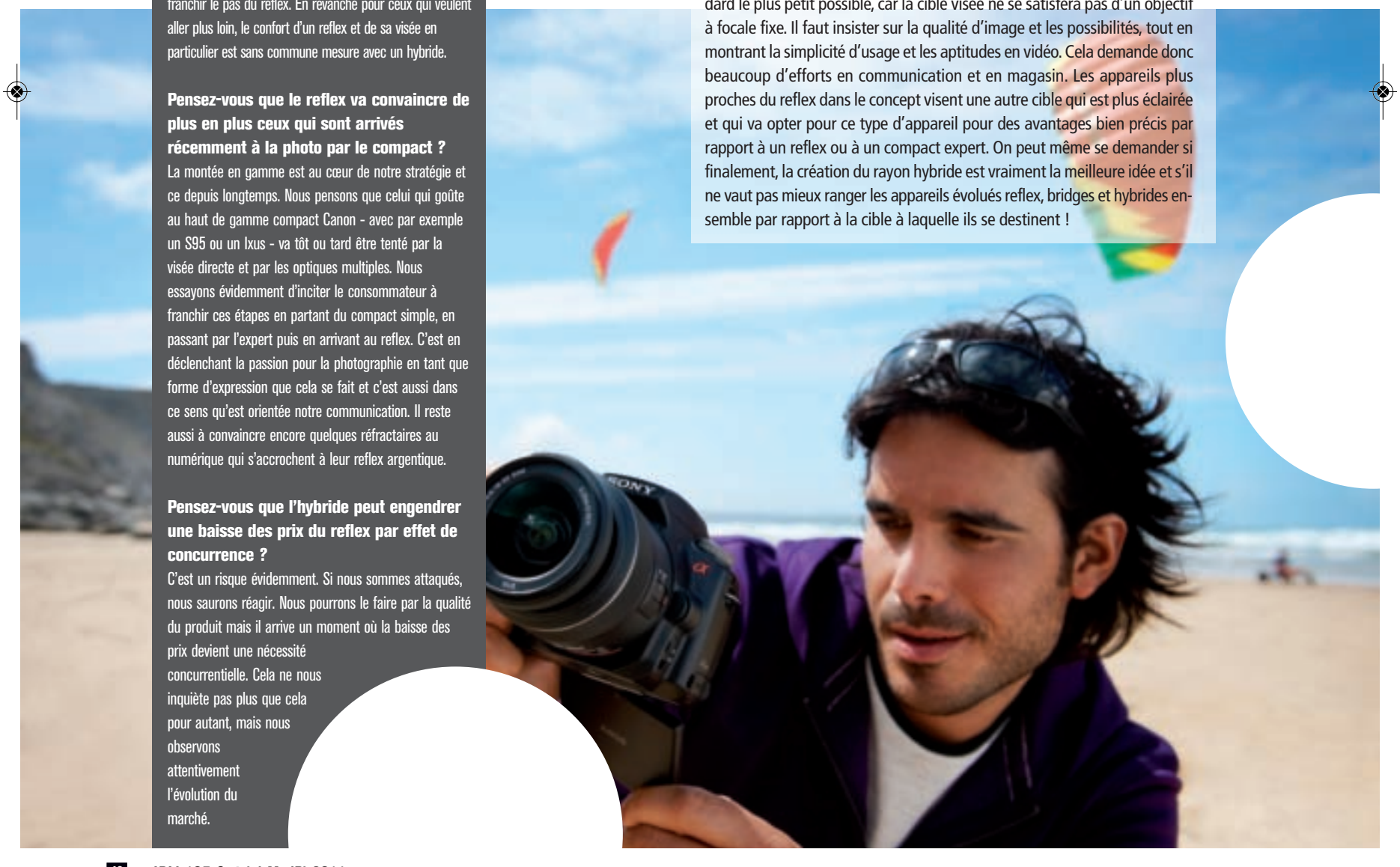
Pensez-vous que l'hybride peut engendrer une baisse des prix du reflex par effet de concurrence ?

C'est un risque évidemment. Si nous sommes attaqués, nous saurons réagir. Nous pourrons le faire par la qualité du produit mais il arrive un moment où la baisse des prix devient une nécessité concurrentielle. Cela ne nous inquiète pas plus que cela pour autant, mais nous observons attentivement l'évolution du marché.

sa conception et par son prix, tout de même plus élevé dans l'absolu. On peut citer le NX100 de Samsung ou le E-PL2 d'Olympus. Ensuite, on retrouve ce même concept en version plus haut de gamme comme chez Olympus avec le P2 par exemple. Sony sort complétement du lot en jouant la carte de la séduction sur un appareil ultra-fin. Panasonic propose lui des modèles plus proches du reflex et du bridge par leur aspect et par leur conception, avec par exemple un viseur électronique intégré. Le fabricant japonais en propose même une déclinaison vidéo quasi professionnelle par les possibilités et les tarifs. On comprend mieux pourquoi le consommateur est perdu dans cet enchevêtrement et n'adhère pas plus massivement, à la différence d'une population japonaise bien plus prompte à se jeter sur tout ce qui change.

Rationaliser l'offre

Il est donc important de rationnaliser tout cela, de cibler plus clairement et surtout de mieux expliquer en communication et en rayon. L'arrivée de nouveaux constructeurs devrait y contribuer. Déjà, les chiffres assez modestes de 2010 semblent indiquer que c'est l'hybride proche du compact qui attire le public avant tout. Ce segment est essentiel et il faut donc l'expliquer. Olympus, Samsung, Panasonic et Sony proposent déjà des modèles de ce type, ce qui permet presque de constituer un petit rayon au sein même de celui de l'hybride. Il faudrait sans doute aussi qu'il ait un tarif d'entrée plus attrayant sans pour autant dévaloriser bien sûr. Mais il semble difficile que cette catégorie démarre à des prix plus élevés qu'un reflex entrée de gamme. Il faut clairement montrer l'avantage de l'encombrement avec un zoom standard le plus petit possible, car la cible visée ne se satisfera pas d'un objectif à focale fixe. Il faut insister sur la qualité d'image et les possibilités, tout en montrant la simplicité d'usage et les aptitudes en vidéo. Cela demande donc beaucoup d'efforts en communication et en magasin. Les appareils plus proches du reflex dans le concept visent une autre cible qui est plus éclairée et qui va opter pour ce type d'appareil pour des avantages bien précis par rapport à un reflex ou à un compact expert. On peut même se demander si finalement, la création du rayon hybride est vraiment la meilleure idée et s'il ne vaut pas mieux ranger les appareils évolués reflex, bridges et hybrides ensemble par rapport à la cible à laquelle ils se destinent !



FAMILY&COMPAGNIE

FINEPIX X100

GOUTEZ A L'EXTRAORDINAIRE

Le FinePix X100 ouvre un nouvel horizon photographique. Passant en un instant de la visée optique au viseur électronique, vous maîtrisez parfaitement le cadrage sans jamais perdre le contact avec votre sujet. Ce boîtier enregistre des images d'une qualité époustouflante grâce à son optique Fujinon à lentille asphérique et son capteur au format APS-C de 12 mégapixels. Avec un design soigné, dédié à une pratique respectueuse de son sujet, vous redécouvrirez la photographie comme au premier jour !

Scannez pour accéder au site www.finepix-x100.com/fr

www.fujifilm.fr

FUJIFILM

AP FUJIFILM X100 JLD195_230x300 1 19/04/11 17:57:23

Compact

Une nouvelle approche

JDLI195-P42-52-Compact-BAT:Mise en page 1 29/04/2011 17:01 Page 43

Le compact séduit, il suffit de regarder le volume des ventes pour s'en persuader. Mais il est également de plus en plus difficile de justifier une montée en gamme entre des appareils premiers prix déjà très bien équipés et une forte tentation pour l'utilisateur confirmé de passer au reflex, à l'hybride ou au bridge. C'est sans doute dans une segmentation fine qu'il est possible de trouver la solution.

Le compact n'a pas dit son dernier mot ! L'appareil préféré des Français continue à séduire massivement, comme en témoignent des ventes encore en hausse sur 2010 alors que le taux d'équipement n'est pas loin d'être maximal. C'est logiquement du côté de la valeur que les choses sont un peu moins roses. En effet, ceux pour qui la photo est une passion ont tendance à se tourner vers le reflex ou le bridge et les autres se satisfont le plus souvent d'un compact entrée ou milieu de gamme désormais suréquipé, bardé d'automatismes et capables de réussir de clichés de qualité dans une majorité de situation. Pour autant, il y a des possibilités de montée en gamme mais elles n'ont d'autres solutions que de s'adapter finement à chaque profil d'utilisateur. En effet, les besoins et les aspirations sont très variés et il faut donc segmenter finement l'innovation pour qu'elle trouve preneur et soit suffisamment convaincante pour justifier une dépense supplémentaire.

Segmenter finement

C'est donc par des usages et des envies qu'il est possible de trouver ce qui plait et comment créer une gamme. L'idée étant de faire dépenser plus chaque type de photographe quel qu'il soit. Pour autant, il est impossible de réaliser un appareil par utilisateur et il n'y a donc pas d'autre choix que de catégoriser. La difficulté est d'autant plus grande qu'il s'agit pour l'essentiel d'utilisateurs qui ont déjà un appareil photo numérique et donc une idée assez précise de ce qu'ils cherchent. Il y a déjà celui qui veut avant tout immortaliser des évènements de sa vie sans s'intéresser à la photo en tant que telle et donc pas à sa technique non plus. Pour lui, la montée en gamme doit se justifier par un gain de confort, plus de réussite et peut-être aussi par un appareil qui soit valorisant. Ensuite, il y a celui qui s'intéresse à la photo mais pas à sa technique. Il cherche un appareil qui couvre toutes les situations, qui offre la meilleure qualité qui soit et qui lui ouvre des perspectives. Il y a aussi le féru de technologie mais pas forcément liée à la réalisation d'une photo. Ce technophile sera séduit par des fonctions hi-tech dernier cri. Ensuite vient le passionné de photo qui s'intéresse à sa pratique et qui dispose de connaissances solides. Il sera sensible à l'argument de la qualité d'image avant tout, mais aussi à tout ce qui implique une pratique avancée de la photo comme la prise en charge des différents paramètres de prise de vue. Enfin, il y a aussi celui qui veut tout : les automatismes, la qualité d'image, un maximum d'équipement technologique et la possibilité de maitriser la prise de vue. A cela s'ajoutent des groupes particuliers comme les grands voyageurs, les baroudeurs et même les vidéastes en herbe. Il semble donc a priori très difficile de combler toutes ces aspirations et pourtant déjà aujourd'hui, au moins un compact correspond à chaque utilisateur décrit ici. Il s'agit juste de relayer cela en magasin

COMPACT GRAND PUBLIC ÉVOLUÉ

Nikon Coolpix S8100

Comme d'autres modèles apparus chez Nikon, le S8100 vise particulièrement le grand public et plus généralement tous ceux qui jugent que les automatismes de leur appareil doivent se charger de tout ou presque au bénéfice d'une grande simplicité d'utilisation. Côté esthétique, le S8100 est très soigné avec des dimensions assez réduites pour être un modèle de poche malgré son super-zoom 30-300 en équivalent. Sur le plan technique, le S8100 propose les modes automatiques les plus avancés, comme la détection de scène. Cela n'empêche pas d'utiliser un capteur performant et des prestations à la pointe comme la vidéo Full-HD avec son stéréo et un mode rafale performant. La montée en sensibilité s'effectue d'autant mieux que la sensibilité de base du capteur atteint 160 ISO. Aussi le 400 ISO est très satisfaisant et le 800 encore très correct.

250 €

CE QU'EN PENSE... PANASONIC

David Lim,
Chef produit compact

JDLI : Qualité d'image et automatismes intelligents sont-ils les nouveaux arguments ?

David Lim : Quand on parle photo, il y a toujours en toile de fond la notion de qualité d'image. C'est évidemment inhérent à cette discipline. Le but premier des compacts est d'offrir cette qualité d'image le plus simplement possible. Chez Panasonic, c'est un leitmotiv. Nous travaillons depuis 10 ans avec Leica à développer des technologies permettant à la fois de garantir de superbes photos et une compacité extrême. On sent une tendance chez les utilisateurs vers plus d'exigence. A cet égard, Lumix a été pionnier dans la mise en place d'automatismes facilitant l'usage des appareils photo, notre fameux iA. Ce mode analyse les conditions de lumière, de couleurs, de texture et applique automatiquement les réglages les plus appropriés (balance des blancs, stabilisation d'image, ISO, détection des visages, exposition intelligente...). Aujourd'hui, ces aides à la prise de vue vont encore plus loin. Nous avons récemment ajouté la reconnaissance des visages qui privilégie automatiquement vos proches sur les photos et des cadences de rafale qui s'ajustent en fonction de la vitesse du sujet. On peut minimiser la portée de ces automatismes qui sont intégrés dans une majorité d'appareils photo, mais il ne s'avère pas si simple de trouver une osmose entre les réglages possibles selon les scènes pour obtenir l'image parfaite.

Comment justifier aujourd'hui la montée en gamme ?

Sur le marché français, la montée en gamme se fait principalement sur un élément : le zoom. Le client recherche avant tout dans l'appareil photo compact une polyvalence qu'il ne pourra pas trouver dans un reflex. Il faut bien sûr aussi proposer un boîtier avec une finition de meilleure qualité et y ajouter des nouvelles fonctions. La montée en gamme se fait alors naturellement sur des fonctionnalités complémentaires à la photo : la photo 3D, nouvelle tendance 2011, la vidéo Full-HD représentant un usage de plus en plus demandé au fur et à mesure que les ménages s'équipent en écrans plats, le GPS pour géolocaliser ses photos... Il y a un dernier élément dans le monde des compacts qui tire la qualité d'image et les performances générales vers le haut, il s'agit du capteur qui passe progressivement sur le haut de gamme en MOS en lieu et place du vénérable CCD.

Quelle segmentation proposer en rayon ?

Chaque compact a son usage et chaque usage correspond à une catégorie de produits. La plupart des produits du marché sont capables de produire de bonnes images. Il faut simplifier la segmentation pour mieux orienter le consommateur vers le produit qui lui conviendra le plus. Il s'agit de classer les produits par usage : familial, sportif, voyage et créatif. Ainsi, le message relayé par le conseiller de vente a davantage d'impact et le produit ne se vend plus sur ses spécifications seules mais aussi sur sa finalité : faire des photos adaptées à son usage. La communication de nos produits Lumix TZ, S, G se base en grande partie sur cette approche.

et de conseiller en fonction. L'innovation doit être associée à la pratique et c'est la combinaison des deux qui doit sans doute présider à l'organisation du rayon. De plus, le mieux est sans doute d'annoncer clairement les choses par une signalétique précise qui détaille les caractéristiques innovantes et les associent à une pratique. Pour ne citer qu'un exemple ; le mode de prise de vue en rafale pour composer un cliché dont l'exposition contrebalance une lumière difficile comme un fort contre-jour s'associe parfaitement à celui qui veut réussir sa photo sans autre réflexion. Le photographe déjà très intéressé par sa pratique et familier avec les techniques de la photo dispose désormais d'une catégorie faite pour lui, celle du compact expert auquel nous avons consacré un chapitre de ce guide en page 54.

Faciliter la prise de vue

Pour ceux qui cherchent avant tout à réussir un cliché dans n'importe quelle situation en se contentant d'appuyer sur le déclencheur en mode Vert, les progrès ont été fulgurants ces derniers temps. En revanche, on a aussi un peu l'impression que ces innovations sont passées inaperçues car noyées dans un argumentaire plus général. Or il est particulièrement important de faire savoir à cette cible ce qui va leur faciliter la vie et de construire une montée en gamme logique pour eux si on veut qu'ils dépensent davantage. De plus, il ne faut pas que cela interfère avec des arguments technologiques qui leur font peur. Première innovation de taille pour cette catégorie, le super-zoom se retrouve désormais dans des appareils qui n'affichent plus un réel embonpoint. Le plus souvent, il permet

D-Link®

Partenaire de la vie numérique

Connecter

Cette prise CPL est idéale pour créer un réseau Wi-Fi à partir de vos câbles électriques existants et pour vous connecter là où le signal ne passe pas.

Travailler

Ce mini adaptateur se glisse dans votre ordinateur portable pour vous permettre d'accéder instantanément à Internet en Wireless N.

Partager

Stockez tous vos documents, votre musique et vos films sur votre NAS ShareCenter™ D-Link et accédez à vos contenus partout et à tout moment!

Voir

Quelque soit l'heure et quelque soit l'endroit où vous êtes, connectezvous sur le portail «MyDLink» avec votre Smart Phone (ou PC, ou Tablette). Vous pouvez surveiller en direct ce qui se passe chez vous, grâce à vos caméras IP D-Link.

Retrouvez votre spécialiste CPL, Wi-Fi, NAS, caméras IP,...
au MEDPI, Village Banque Magnétique, stand G17.

D-Link®

COMPACT POUR PHOTOGRAPHE INTÉRESSÉ

270 €

Canon PowerShot SX220HS

Le SX220 est un compact un peu plus gros que la moyenne mais qui prendra place sans problème dans la plupart des poches. Son atout majeur est évidemment : un zoom 14x qui couvre du grand angle classique au téléobjectif approchant les 400 mm ! De quoi attirer les amateurs souhaitant un téléobjectif puissant sous un encombrement réduit. Il offre aussi tous les modes experts. L'optique étant équipée d'un véritable diaphragme, la chose est vraiment exploitable. Par ailleurs, le capteur est un CMOS rétro-éclairé, formule qui a fait la preuve de ses qualités et permet à Canon d'ajouter le signe HS (haute sensibilité) à la référence de son appareil. Signalons d'ailleurs que le modèle SX230 est identique mais ajoute un GPS intégré. Aux sensibilités de base, la qualité d'image est vraiment bonne. Le 400 ISO reste de fort bonne qualité et on peut aller jusqu'à 800 pour de nombreux usages.

de couvrir une focale qui va du grand angle 28 mm en équivalent au téléobjectif déjà conséquent autour de 300 mm, en équivalent toujours. Pour autant, un compact équipé de la sorte ne pèse guère plus de 200 grammes. L'argumentaire est simple : un tel zoom permet de cadrer correctement n'importe quel sujet, où qu'il soit. Autre avancée, l'ergonomie devient plus grand public par l'écran tactile. Que ce soit d'ailleurs supposé ou réel, la mode des téléphones tactiles suffit à convaincre d'un confort amélioré. Un grand écran tactile peut également servir d'album photo, un autre argument pour cette cible. Ce sont sans doute les automatismes avancés qui pourront attirer le plus ceux qui veulent avant tout réussir une photo dans n'importe quelle situation. Et le plus souvent, ils sont peu ou mal expliqués ce qui est dommage. Il y a déjà la détection automatique avancée. Celle des visages multiples est déjà devenue banale mais mérite d'être mentionnée. Elle garantit une netteté sur plusieurs plans. Mais c'est surtout la détection automatique de scène qui facilite grandement la tâche de l'utilisateur désormais. L'appareil choisit en fait le mode le plus approprié suivant la scène qu'il détecte. Un objet en mouvement rapide et il va privilégier la vitesse, un paysage sur plusieurs plan et il ferme l'obturateur… Enfin, dernière innovation en date dans les automatismes, le compact HDR est désormais capable de corriger tous les problèmes d'exposition et de dynamique. Pour cela, il prend plusieurs clichés de suite avec différents modes d'exposition sans que l'utilisateur ne s'en rende réellement compte tant la cadence est élevée (de l'ordre de 10 images par seconde). L'appareil compose ensuite automatiquement le cliché idéal en mixant les photos prises en rafale. Le résultat est spectaculaire car il est même capable d'occulter un important contrejour. Le mieux sera évidemment de démontrer cela en magasin par l'exemple. Au final, l'appareil haut de gamme grand public sera typiquement doté d'un super-zoom 28-300 mm en équivalent, équipé d'un grand écran tactile de

JDLI195-P42-52-Compact-BAT:Mise en page 1 29/04/2011 17:02 Page 47

CE QU'EN PENSE... FUJIFILM

Frank Portelance, Responsable relations extérieures

JDLI : Qualité d'image et automatismes intelligents sont-ils les nouveaux arguments ?

Franck Portelance : Les automatismes intelligents migrent du software vers le hardware. Auparavant, les traitements logiciels amélioraient une image native dégradée par la limitation technique du capteur et de l'optique. Aujourd'hui, avec une technologie telle que l'EXR et les optiques Fujinon à lentilles asphériques, c'est le capteur qui change son mode de fonctionnement pour fournir au traitement une image aussi pure que possible. La photo y gagne beaucoup. Sa texture n'est plus transformée de manière flagrante par le traitement logiciel, lequel par ailleurs bénéficie des nouveaux processeurs beaucoup plus rapides, susceptibles d'en faire plus et mieux.

Comment justifier aujourd'hui la montée en gamme ?

La montée en gamme permet de bénéficier d'une optique et d'un capteur plus aboutis (conçus l'un pour l'autre mais fatalement plus chers) totalement corrigés des aberrations chromatiques et géométriques pour une image plus pure. L'espace photographique, à savoir toutes les situations pouvant être prises en charge par l'appareil dans de très bonnes condition, est étendu par la montée en gamme avec un très long zoom, une multi-stabilisation, une haute sensibilité sans bruit électronique, la reconnaissance de scènes et une meilleure dynamique d'image s'adaptant à des contrastes très importants. Le confort d'utilisation est également mis à l'honneur par la montée en gamme. A l'exemple du viseur hybride permettant aux images réalisées de répondre au mieux à l'intention du photographe et ouvrant la perspective d'un travail créatif de plus en plus satisfaisant. On en revient à l'humain qui à travers la souplesse de la machine est à nouveau capable de s'exprimer. Ne pas oublier aussi que les nouveaux modèles s'ouvrent à des pratiques inédites de la photographie en permettant la mise en ligne instantanée sur Facebook pour les photos et sur YouTube pour les vidéos.

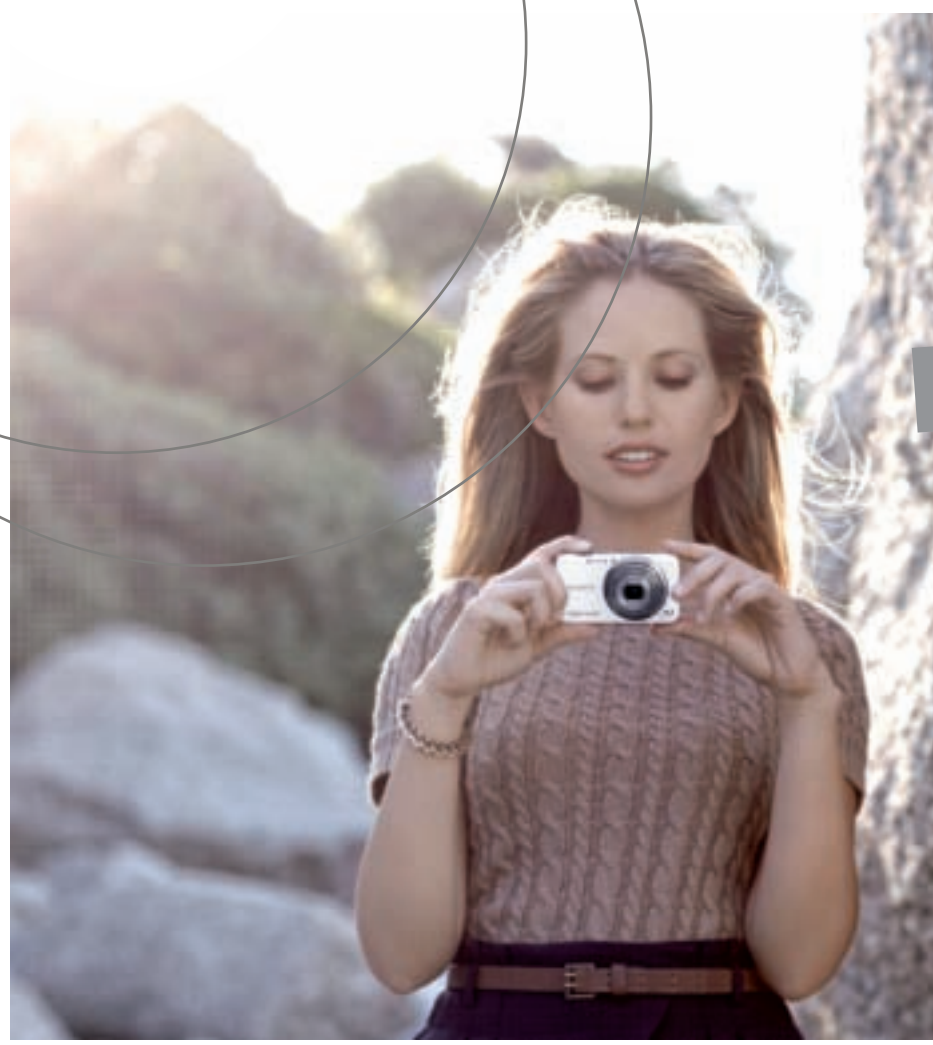
Quelle segmentation proposer en rayon ?

On pourrait en proposer quatre. Celle du photographe exigeant qui cherche un appareil rigoureux, créatif et qui offre une qualité d'image irréprochable. Celle du photographe universel qui recherche la réactivité et la souplesse d'emploi. Celle du technophile assumé qui cherche un appareil dernier cri au design valorisant. Et enfin, l'usage familial avec un bon niveau technique pour un prix modéré. On peut imaginer aussi des sous-segmentations combinant les segmentations principales avec les caractéristiques des autres segments, comme par exemple un appareil familial mais coloré et doté d'un design ultra-fin.

trois pouces et plus ainsi que des derniers automatismes raffinés comme la détection de scènes et la correction d'exposition par la prise de vue en rafale.

La photo plus créative

Seconde cible identifiée, celui ou celle qui s'intéresse désormais à la photo mais pas à sa technique. C'est le début d'une passion et il y a des arguments qui portent et qui peuvent faire la différence. Le super-zoom sera un excellent argument pour lui aussi car en couvrant toutes les situations, il permet de cadrer avec plus de souplesse. Il pourra même être plus extrême encore, ou alors aller davantage vers le grand angle. Ce type de photographe voudra sans doute aussi évoluer avec sa passion. Il ne faut donc pas lui fermer la porte et la présence de commandes et de réglages qui permettent de sortir des automatismes trouveront sans doute un écho favorable. Plus généralement, tout ce qui permettra d'exprimer une certaine créativité sera sans doute bien accueilli. On peut citer les progrès récents dans la cadence de prise de vue qui permettent de saisir des clichés improbables, notamment sur les sujets vivants. Un zoom puissant associé à une rafale rapide permet de réaliser des photos inattendues dans de nombreuses situations. Mais c'est sans doute la qualité d'image et la prise de vue en lumière difficile qui seront les arguments qui porteront le plus. Après des années passées à lutter sur le nombre de pixels au risque de produire l'effet inverse avec une dégradation des images et des possibilités, les fabricants semblent enfin décidés à tourner la page. C'était un prérequis pour pouvoir argumenter sur la qualité. Or, on le sait, il y a un vrai retour de la qualité quel que soit le domaine, photo ou autre. Après l'invasion du numérique et de sa facilité, l'utilisateur se soucie désormais à nouveau du résultat. En photo, la tâche sera ardue car l'argument n'est pas simple. Il s'agit déjà de faire comprendre qu'en matière de photo, la lumière régit tout. Que ce soit un appareil à 100 ou à 1 000 euros, si le ciel est bleu



et le soleil rasant derrière le photographe, le cliché sera toujours réussi. La différence se fera au fur et à mesure que la luminosité baisse et que les conditions deviennent plus difficiles. En parallèle, il faut remettre en cause un discours qui a prévalu pendant des années. Le nombre de pixels n'est pas une donnée significative et pour l'usage amateur au-delà des 10/12 Mpixels, le gain de définition n'apporte rien. Les fabricants de capteur ont longuement planché sur le sujet et ont réussi l'impossible : combiner une densité en pixels assez forte à une bonne montée en sensibilité et sans que l'optique nécessaire ne soit trop compliquée à réaliser. L'aboutissement de ces recherches vient d'arriver sur le marché en la personne du capteur CMOS rétro-éclairé. Malgré une densité de pixels assez forte de 12 à 16 Mpixesl sur une très petite surface, il procure une bonne définition sur l'ensemble de l'image et autorise une montée en sensibilité décente. Certains comme Fuji combinent cela à des technologies propriétaires pour augmenter encore la capacité à photographier en basse lumière ou à s'accommoder d'un fort contraste dynamique. Et cela, il faut l'expliquer au consommateur. Peut-être faut-il d'ailleurs remplacer le nombre de pixels par la valeur ISO. Il s'agit déjà de faire comprendre à quoi elle correspond. Plus, elle est élevée et plus le capteur sera sensible et donc à même de réaliser une photo en base lumière. Cela introduit une dégradation de la qualité justement limitée par ce nouveau type de capteur. Il faut aussi faire comprendre que cette valeur est liée à la luminosité de l'objectif, ce qui s'exprime par une ouverture en f/X. Pour le zoom, cela se complique encore car la valeur ne sera pas la même en grand angle et en téléobjectif. Pour autant, on peut poser quelques bases simples. Un objectif très lumineux ouvre à f/2 et il est encore lumineux jusqu'à f/3,5. La sensibilité élevée commence à 800 ISO et on peut atteindre sans dégradation

CE QU'EN PENSE... NIKON

Delphine Bordes, Chef de produit compact

JDLI : Qualité d'image et automatismes intelligents sont-ils les nouveaux arguments ?
Delphine Bordes : Certains de nos compacts comme les S8100, S9100, P300 et P500 sont dotés d'un nouveau Capteur CMOS rétro-éclairé. Ce nouveau capteur apporte une plus grande rapidité, une meilleure qualité d'image en haute sensibilité et permet de réaliser des vidéos Full HD. Nos Coolpix procurent donc des images de très haute qualité dans toutes les conditions de lumière, même les plus extrêmes. Mais au-delà du capteur, l'intelligence embarquée dans nos compacts permet d'obtenir des images toujours plus belles : photos déclenchées au bon moment grâce à la détection des sourires, des visages ou encore le nouveau mode chien et chat où l'appareil détecte automatiquement votre animal de compagnie préféré. Les Coolpix proposent aussi des modes de prises de vue qui permettent d'optimiser la scène à photographier et ainsi obtenir en toute simplicité le plus beau cliché. Le nouveau mode portrait de nuit en est un exemple. Dans ce mode, plusieurs images sont prises au même instant pour combiner intelligemment une bonne exposition du fond et du sujet principal photographié au flash. Vous obtenez ainsi un portrait de nuit naturel digne des photographes professionnels. Ce ne sont que quelques exemples de ce que sont capables de faire nos compacts.

Comment justifier aujourd'hui la montée en gamme ? Quelle segmentation proposer en rayon ?
La gamme Coolpix répond à tous les besoins des consommateurs par l'objectif, le capteur, l'écran LCD, le design, le fun… Ainsi chacun peut trouver celui qui lui correspond dans la gamme Nikon qui comprend 13 appareils et 36 coloris. De plus grâce à cette gamme étendue, nous proposons des prix allant de 79 à 449 euros pour satisfaire tous les porte-monnaie tout en se faisant plaisir. Les photographes peuvent choisir un appareil qui correspond à leurs envies. Le S3100 offre sept couleurs tendances, il est ultra-fin et sera idéal pour l'été. Le S9100 est un condensé de performances avec son capteur CMOS 12 Mpixels, son zoom 18x grand angle et la vidéo Full-HD. Le P300 propose les modes manuels qui permettent de prendre la main sur tous les réglages de l'appareil. Enfin, le P500 est doté d'un zoom d'une polyvalence extrême puisqu'il atteint le 36x. Notre gamme extrêmement large permet de répondre à toutes les segmentations possibles des enseignes afin de satisfaire leur clientèle.

BLUESTORK®

Nouvel envol, nouvelles gammes...

KB-EXPERT

KB-MICRO

Gamme claviers

Touches à technologie ciseaux
pour un meilleur confort de frappe.
Claviers filaires ultra-compacts.

KB-VISION

M-AIR-PRO

M-AIR-PRO

M-PERFO

M-PERFO

M-CARBON

Gamme souris optiques sans fil

Ultra design, elles incarnent
l'élégance et le dynamisme dans
leur forme la plus pure.
Résolution 1600 dpi.
Nano dongle 2.4Ghz.

Venez découvrir notre nouvelle identité visuelle.
(Hall Ravel, stand E48)

www.bluestork.eu

BLUESTORK®
easy technology

Bluestork_MEDPH11_JDLI(240x310).indd 1 03/05/2011 14:06:11

rédhibitoire 1 600 ISO au mieux sur un compact. En combinant ces chiffres, on peut expliquer qu'un objectif qui ouvre à f/2 combiné à une sensibilité de 1 600 ISO permet de prendre une photo de qualité dans la pénombre. Le mieux sera là encore de donner la preuve par l'exemple soit avec des clichés imprimés, soit par l'expérimentation. Le haut de gamme pour celui qui s'investit dans la photo créative sera donc un compact doté d'un surperzoom lumineux qui dispose de réglages avancés et intègre un capteur sensible.

Satisfaire le technophile

L'innovation la plus marquante à ce niveau intéressera aussi les baroudeurs et les voyageurs, puisqu'il s'agit du GPS. Il permet de géolocaliser les clichés et cela semble plaire à un nombre croissant d'utilisateurs sans doute aussi fascinés par le côté technologique de la chose. Cette année, il ne s'agit plus de marquer les clichés mais d'aller bien plus loin. Certains fabricants incluent un accéléromètre pour que même en l'absence de signal, l'appareil continue à enregistrer les déplacements, par exemple lorsqu'il est en veille. Mais l'appareil peut aussi en profiter pour afficher les photos sur une carte et ainsi les associer à un lieu. Certains intègrent même une sorte de guide qui indique ce qui vaut la peine d'être photographié. Autre avancée pas directement liée à la photo, c'est la transmission sans fil et l'intégration dans le réseau domestique. Pour l'heure, c'est un terrain qu'il s'agit encore de défricher pour y déceler ce qui fait vraiment sens. Transmettre les seules photos en WiFi à l'ordinateur ne peut être suffisant car le confort supplémentaire apporté est maigre, tant il est simple de déplacer physiquement une carte mémoire de taille très réduite. Il s'agit donc d'aller plus loin si on veut donner un sens au sans fil. Et cela passe obligatoirement par l'intégration dans un réseau, à domicile ou non. C'est d'ailleurs le smartphone qui montre la voie. On peut dès lors envoyer directement un cliché sur un réseau social ou un site de partage photo. On peut aussi imprimer directe-

COMPACT TECHNO

Samsung SH100

190 €

Ce compact pourra séduire les technophiles qui ne sont pas forcément des passionnés de technique photo. Avec son grand écran tactile de trois pouces, le SH100 se pilote au doigt mais cet écran sert aussi d'album photo avec défilement tactile. Le SH100 est également WiFi, ce qui permet d'envoyer les photos sur un ordinateur sans fil. Plus fort, il est possible d'afficher la photo prise sur un smartphone et même d'en prendre une à partir de son écran avec un accès au zoom. Cela permet notamment de réaliser des clichés quand la situation ne permet pas de voir l'écran de l'appareil photo. Compatible avec le protocole DLNA, le SH100 permet aussi de voir les photos sur un téléviseur connecté, toujours en WiFi. Tout comme il est possible de les afficher directement sur Facebook ou sur Picasa. Le SH100 est également doté d'un GPS pour localiser les photos.

ALTEC LANSING®

Le son à la poursuite du design

VS4621

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

70 YEARS of AUDIO INNOVATION
www.alteclansing.fr

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

hear what's next™

10-04_Altec_VS4621_JDLI(240x310).indd 1 15/04/2010 18:05:38

ment sans passer par un ordinateur. Mais c'est sans doute la communication avec un téléviseur qui est l'avancée la plus prometteuse. En optant pour le protocole DLNA, il est possible d'afficher directement les photos à l'écran sans passer par un câble et sans procédure compliquée. A signaler que dans l'optique technophile, un grand écran tactile fait tout autant sens que pour le grand public. Si on combine toutes ces avancées, on obtient un haut de gamme technophile qui est déjà doté d'automatismes avancés mais qui inclut surtout la localisation, un écran tactile et une connexion sans fil au réseau, de préférence en DLNA.

La vidéo pour tous

Reste à traiter le cas de la vidéo qui peut intéresser toutes les catégories d'utilisateurs si filmer fait partie de leur préoccupations. Déjà, il y a là aussi la résolution. Si la HD s'impose de plus en plus, on peut même penser que le Full-HD devienne aussi incontournable et c'est donc un bon argument de montée en gamme, même si dans l'absolu le 720p est bien plus adapté à un compact. De par sa prise en main et son ergonomie photo, il est plus facile de réussir une vidéo stable en HD-Ready qui sera aussi plus facile à manipuler ensuite. Mais la tendance va au 1080p. Ensuite, c'est par la capacité à réaliser la mise au point tout en zoomant que la fonction vidéo peut se distinguer aussi. De même, son format devra être standard et la prise de son pourra être stéréo.

Tout combiné

Au final on l'a vu, le compact demande un effort de segmentation et d'explication pour faire monter en gamme par l'innovation. Partir des usages et des besoins pour créer les envies semble incontournable. On peut aussi imaginer un appareil haut de gamme absolu qui satisfasse tous les utilisateurs qui sont prêts à y mettre le prix. Certains suivent cette voie aussi. Ce super-compact disposerait de tous les automatismes les plus avancés mais pourrait aussi se débrayer en mode manuel. La qualité d'image serait aussi au centre de ses préoccupations avec un capteur CMOS rétro-éclairé et une optique lumineuse. Le zoom couvrirait du grand angle au téléobjectif déjà sérieux, mais sans rien sacrifier de la qualité optique et sans faire prendre trop d'embonpoint à l'appareil. Il intégrera un GPS mais pourra aussi se connecter sans fil au réseau domestique. Enfin, son grand écran tactile doublé de commandes directes permettrait d'offrir une ergonomie adaptée en toute situation.

brother®
at your side

OSEZ DES OBJECTIFS À 141%

PLUS AMBITIEUX.

141%, C'EST LA DIFFÉRENCE ENTRE UNE FEUILLE A4 ET A3. CE N'EST PAS GRAND-CHOSE. MAIS CELA FAIT TOUTE LA DIFFÉRENCE POUR UNE PETITE ENTREPRISE AUX AMBITIONS FORTES.

Tout imprimer, numériser, photocopier et télécopier en A3

brother141.fr

at your side = à vos côtés

Insert_pub_Monde_de_limage_vs_141%format230x300.indd 1 15/04/11 14:02

JDLI195-P54-60-Compact expert-BAT:Mise en page 1 29/04/2011 17:10 Page 54

© DR / CANON

Compact expert

Pour l'amateur exigeant

Pour l'amateur exigeant

Pour que l'amateur avisé puisse trouver son compte en achetant un compact haut de gamme, il faut qu'il lui corresponde. Cela peut se faire par de meilleures aptitudes à photographier en basse lumière, mais aussi par une ergonomie plus adaptée aux réglages manuels. Et pour l'amateur fortuné, le compact expert joue aussi sur la sophistication et la nostalgie.

L'appareil photo compact a convaincu au-delà des plus folles prévisions faites au début du numérique. Le taux d'équipement est plus élevé qu'au temps de l'argentique et même un smartphone devenu un appareil photo décent ne constitue pas une réelle concurrence. Cet engouement massif a aussi pour conséquence que de plus en plus de photographes en herbe s'investissent dans leur passion. Ils passent en partie au reflex et au bridge qui sont tout aussi simples d'emploi, ne renient pas les automatismes et les fonctions du compact, tout en étendant le champ des possibilités par une couverture de zoom plus grande. Ces photographes plus investis peuvent aussi choisir de monter en gamme en achetant un compact plus élaboré qui se dote d'un zoom très puisant et se voit bardé de fonctionnalités comme le GPS ou encore des automatismes intelligents. Tout cela induit une certaine surenchère des capacités, des automatismes et des fonctionnalités qui font parfois oublier les qualités premières d'un appareil photo plus évolué, soit la qualité d'image et l'aptitude à réussir un cliché en lumière plus faible.

Un compact exigeant

Le photographe expérimenté, celui qui maîtrise la technique de la photo, n'y trouve peut-être plus entièrement son compte à moins de s'équiper d'un reflex haut de gamme forcément encombrant. Or, nombreux sont sans doute ceux qui cherchent aussi un appareil compact mais qui réponde davantage à ces critères de qualité photo. Ils pourraient se tourner vers l'hybride qui dispose des qualités requises avec son grand capteur et ses objectifs interchangeables mais son embonpoint n'est guère plus réduit que celui d'un reflex dès que l'on passe aux longues focales, a fortiori sur un zoom. D'où l'idée de créer une nouvelle catégorie, celle du compact expert qui revient à une conception différente de la photo. Le confort d'un appareil capable de faire face à toutes les situations est abandonné au profit de la qualité d'image et de l'aptitude à monter en sensibilité. Certains constructeurs explorent déjà cette piste depuis des années, notamment Canon avec sa série G. Mais ce n'est que depuis deux ans que la majorité des fabricants ont découvert ce segment. Depuis, les modèles se multiplient, segmentant à leur tour cette nouvelle catégorie, qui en devient une à part entière.

Privilégier la qualité

Il s'agit donc avant tout d'offrir une réelle qualité photo, même si cela doit se faire au détriment de l'universalité. C'est logiquement le premier type d'appareil à avoir abandonné la course aux pixels car il n'y a pas de miracles. Pour que l'encombrement soit réduit, l'emploi d'un capteur de petite taille s'avère incontournable. Il y a donc eu un certain consensus autour d'un capteur 10 Mpixels. En restant à cette valeur réduite, la montée en sensibilité et l'association à des optiques lumineuses peuvent se faire tout en limitant l'encombrement. Mais depuis l'apparition du compact expert, le compact en général s'est remis en question aussi et les fabricants ont cherché à miser sur la qualité d'image. Sony a tout d'abord ouvert le bal avec ses capteurs EXMOR qui offrent une meilleure sensibilité à nombre de pixels équivalent. Désormais, c'est le capteur CMOS rétro-éclairé qui arrive dans les compacts. Il est capable de combiner résolution plus élevée à bonne sensibilité. Il est probable que ces capteurs plus évolués arriveront sous peu dans le compact expert aussi. Fujifilm avait suivi sa propre voie avec l'EXR qui consiste à disposer les pixels différemment et à n'utiliser qu'une partie de la résolution pour améliorer la sensibilité. Sur son prochain compact haut de gamme, Fuji va combiner cette technologie au CMOS rétro éclairé pour aboutir à un capteur qui est capable de tout : être petit, sensible et résolu.

COMPACT EXPERT UNIVERSEL

500 €

Nikon Coolpix P7000

Le P7000 est un gros compact suivant les critères actuels mais à l'encombrement et au poids tout à fait raisonnables. Sans être un super zoom, le P7000 offre une étendue de focales permettant de s'attaquer avec bonheur à la plupart des sujets. Revers de la médaille, la luminosité est moins grande que chez certains concurrents. Point qui intéressera les experts, le P7000 dispose à la fois d'un diaphragme et de filtres gris neutre. Il est donc possible de trouver le meilleur compromis entre ouverture et vitesse d'obturation. Toute la gamme de sensibilités est réellement exploitable avec une qualité remarquable jusqu'à 1 600 ISO. A signaler aussi le P7000 est capable de filmer en HD 720p. Comme il se doit pour un modèle expert, le P7000 offre un grand nombre de commandes mécaniques évitant de passer par les menus pour les réglages les plus utiles.

CE QU'EN PENSE... FUJIFILM

Frank Portelance, Responsable des relations extérieures

JDLI : A qui s'adressent les nouveaux compacts experts?
Franck Portelance : Tout dépend du compact dont on parle. Compact très haut de gamme, le Finepix X100 s'adresse aux puristes à la recherche d'une pratique de la photographie discrète, précise, rigoureuse, respectueuse, et à ce jour oubliée voire impossible à réaliser avec des matériels encombrants ou des appareils trop limités techniquement. Ensuite, il y a le FinePix F550EXR, un matériel de poche, de petite taille, techniquement très abouti. C'est une sorte de couteau suisse photographique avec zoom 15x (24-360 mm), GPS, 16 mégapixels EXR, et multi-stabilisations qui pourra répondre à toutes les sollicitations de la vie courante quand celle-ci nous rappelle que vous restez photographe alors même que vous n'avez pas votre matériel de pro sur vous. Dans tous les cas de figures, les clients de ce type de boîtiers sont des photographes technophiles soucieux de ne pas être pris en défaut le moment venu. Ils veulent de la belle image en toute occasion avec un matériel de style, à leur hauteur, auquel ils peuvent faire techniquement et esthétiquement confiance.

Est-ce une alternative à l'hybride ?
C'est une alternative à l'hybride, tant ce dernier reste collé au reflex par son côté quasiment professionnel (multi-objectifs) et finalement déjà un peu trop encombrant.

Y aura-t-il à terme une gamme experte pour adresser un public plus large ?
Une série telle que le série F, très compacte et dotée de mode d'accès simples et instantanés répond déjà à cette préoccupation. A 300 euros, un FinePix F500 a tout d'un grand.

A voir si cette évolution à la fois des capteurs et de l'argument pixels va bénéficier au compact expert ou au contraire signer son arrêt de mort par manque de justification.

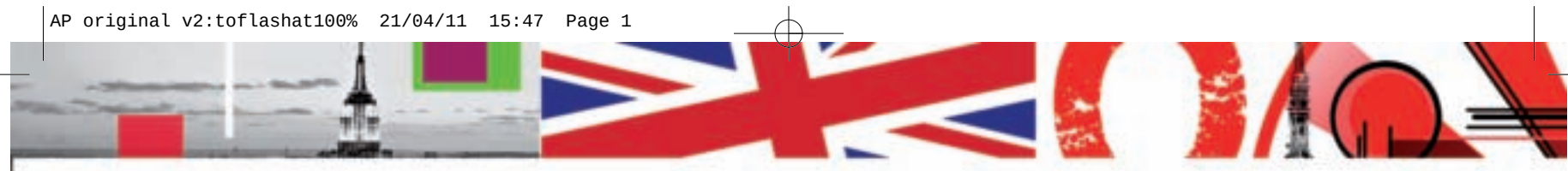
Un zoom lumineux

Heureusement, le capteur n'est qu'un élément parmi d'autres qui caractérisent le compact expert. L'optique est toute aussi importante et elle privilégie l'ouverture. On se contentera donc souvent d'un zoom à l'amplitude réduite, typiquement de 28 à 105 mm mais on essaiera d'en améliorer la luminosité pour être aux alentours de f/2 en grande angle, voire moins. De même, le fabricant pourra tenter de garder une certaine linéarité dans l'ouverture en allant vers le téléobjectif. La combinaison d'un capteur un peu plus grand et plus sensible avec un zoom lumineux servira à satisfaire l'argument de base qui est de réussir de belles photos en luminosité plus faible sans avoir recours au flash. Autre argument du compact expert, il revient à une ergonomie pensée pour celui qui sait ce qu'il fait. Ainsi, les fabricants multiplient les commandes directes et surtout, tous les réglages avancés sont réellement disponibles. Ceci suppose aussi qu'il y ait un véritable diaphragme et pas seulement un filtre de gris. La finition et l'aspect jouent évidemment aussi un rôle important. Avec souvent du noir ou du gris métallisé, le compact expert privilégie le métal et la sobriété.

Qualité et mobilité

La cible du compact expert est un photographe déjà expérimenté et qui a de bonnes connaissances en technique photo. Il est d'ailleurs peut-être déjà équipé d'un reflex. Toujours est-il qu'il la recherche d'un appareil peu encombrant mais qui ne fasse pas de compromis sur la qualité photo. En revanche, il est prêt à en faire sur l'universalité et l'aptitude à couvrir toutes les situations. Les usages sont aussi divers que variés. Le compact expert peut servir d'appareil secondaire quand il est difficile d'emporter le reflex par

AP original v2:toflashat100% 21/04/11 15:47 Page 1



T'nB

Original Collection

NEW YORK LONDON TOKYO

ORIGINAL STYLES FOR **ORIGINAL** PEOPLE*

www.agence-talisman.com
* DES STYLES ORIGINAUX POUR DES GENS ORIGINAUX

Misez sur l'originalité !

Avec la collection "Original", T'*n*B vous propose une gamme de casques et de mallettes au design résolument urbain et tendance. Casques "Live'n" ou mallettes messenger pour ordinateur 15.6", faites le choix de la qualité et de la différence.
Bientôt disponible en sacoches photo.

Retrouvez-nous au MEDPI sur le stand K20, hall Diaghilev.

MULTIMEDIA → AUDIO-VIDEO → PHOTO-VIDEO → RANGEMENT → CONNECTIQUE

T'nB INTELLiGENT accessories

www.t-nb.com

COMPACT EXPERT LUMINEUX

Olympus XZ-1

450 €

Dans la catégorie expert, le XZ-1 est un petit compact d'allure classique guère plus gros que la moyenne à l'exception de la couronne d'objectif. Olympus a fait le choix d'équiper son XZ-1 d'un zoom aux focales très classiques mais avec une luminosité élevée. Avec des valeurs de 28 à 112 mm (en équivalent 24x36), le XZ-1 couvre l'ensemble des focales indispensables à la majorité des sujets photographiques. L'ouverture qui varie de f/1.8 à 2.5 ne manquera pas d'attirer les amateurs de photo en lumière ambiante faible. Suivant sa technique habituelle, Olympus utilise une stabilisation par déplacement du capteur. Pour ce dernier, on retrouve un modèle relativement grand avec une définition raisonnable. Olympus a mis l'accent sur la qualité optique du zoom de son XZ-1 et les clichés sont vraiment très bons. De même, la montée en sensibilité est bien gérée.plus utiles.

manque de place ou par souci de discrétion. Il peut être l'appareil principal de celui qui se déplace beaucoup et qui met la compacité au premier rang de ses priorités. Et à partir de ces différents usages, la catégorie du compact expert peut se segmenter à son tour.

Une segmentation possible

Le premier segment du compact expert est celui dont est issue la catégorie. Il s'agit d'un appareil qui n'est pas si petit que cela mais capable de couvrir une majorité de situations sans rogner sur la qualité et tout en offrent tous les réglages avancés. C'est typiquement le domaine de la gamme G de Canon dont le G12 est le dernier représentant. Il affiche déjà un poids conséquent avec ses 400 grammes mais en échange, il offre un zoom respectable qui va du 28 au 140 mm en équivalent. Il mise aussi sur une ergonomie travaillée et propose un écran orientable pour plus de souplesse. Longtemps resté seul sur ce segment, Nikon a rejoint Canon avec son P7000 qui pour un poids un peu moindre va jusqu'au 200 mm en équivalent. Ces modèles se destinent à ceux qui cherchent un appareil encore compact et sans accessoires mais qui couvre une majorité de situations photographiques.

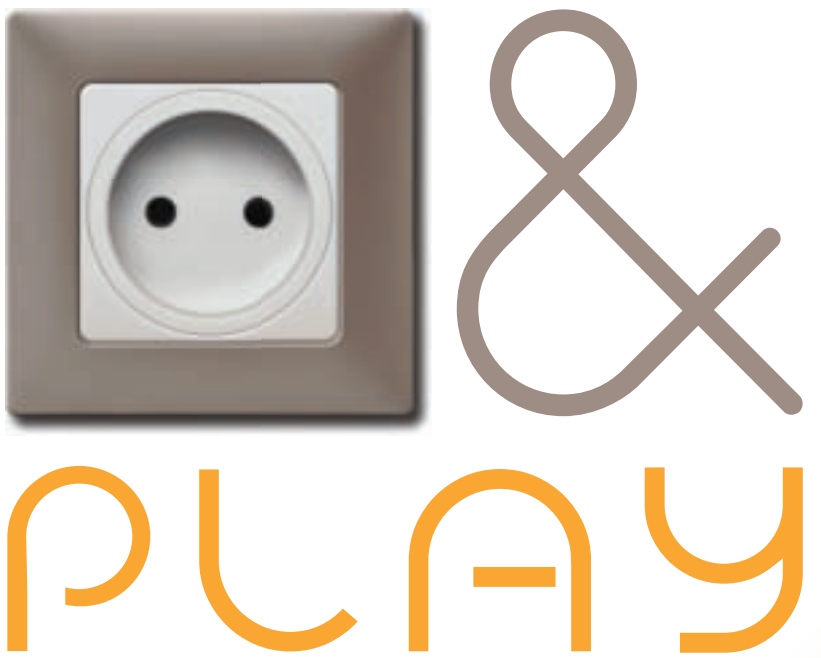
La compacité maximale

Un peu à l'opposé, le second segment recherche la compacité avant tout. De par les dimensions et le poids, on est dans ce qui se pratique en compact standard. Panasonic a joué un rôle précurseur avec ses LX et le 5 en est actuellement l'aboutissement. Le capteur en reste toujours aux traditionnels 10 Mpixels à un format légèrement plus grand que ce qui se pratique en compact standard. Le zoom privilégie le très grand angle qui démarre à 24 mm. C'est un choix astucieux pour plaire au photographe expert. L'ouverture va jusqu'à f/2 en grand angle et conserve un honnête 3.3 au 90 mm. La sensibilité va même jusqu'à 12 800 ISO. Le poids reste contenu avec 271 grammes. A signaler aussi que c'est un des premiers compacts experts qui propose la vidéo en HD. Le S95 de Canon en est capable aussi et il mise sur une compacité encore plus grande avec un poids de 193 grammes seulement. Son zoom est plus classique puisqu'il couvre du 28 au 105 mm en ouvrant à f/2 en position grand angle. Cette luminosité diminue assez fortement en position télé avec un f/4.9. Olympus arrive sur ce marché avec un modèle XZ-1 qui privilégie clairement la qualité optique. Encore léger (275 grammes), son zoom couvre du 28 au 112 mm en équivalent avec une ouverture spectaculaire qui va du f/1.8 au 2.5. A signaler que Samsung s'est essayé également à la catégorie en proposant une ouverture à f/1.8 avec son EX-1. Ce dernier est un peu plus lourd et plus encombrant mais joue aussi la carte de la nostalgie en misant sur le métal et un aspect qui n'est pas sans rappeler de grandes réalisations du temps de l'argentique.

Expert extrême

Mais c'est clairement Fujifilm qui va le plus loin avec son X100 en créant un nouveau segment. Il ne s'agit pas de viser la compacité maximale mais en revanche, aucun compromis n'est fait sur la qualité d'image. Pour cela, il intègre un capteur de la même

Lea



NetSocket200 Nano®
Le plus petit adaptateur CPL 200Mbps avec prise filtrée compatible EuP et HomePlugAV disposant de 2 ports Ethernet

NetSocket500 Nano®
La nouvelle génération d'adaptateur CPL 500Mbps avec prise filtrée proposant une connectivité Gigabit permettant de visionner plusieurs flux vidéos Full HD 1080p ou 3D

www.lea-networks.com

Venez découvrir les produits LEA au MedPi 2011 sur le stand Omenex (Stand P10 - Espace DIAGHILEV)

CE QU'EN PENSE... OLYMPUS

Christophe Valentin, Directeur marketing

JDLI : A qui s'adressent les nouveaux compacts experts ?
Christophe Valentin : Ils sont destinés avant tout à une clientèle experte photo qui recherche un appareil compact avec une optique de très haute qualité et très lumineuse pour permettre des prises de vue dans toutes les conditions!

Est-ce une alternative à l'hybride ?
Les compacts experts ne sont pas vraiment faits pour la même utilisation. Ils sont moins évolutifs car on ne peut pas changer les optiques. Ce sont des appareils de complément aux systèmes photos avec objectifs interchangeables.

Y aura-t-il à terme une gamme experte pour adresser un public plus large ?
Nous allons d'abord étudier la réponse du public à l'arrivée de notre premier appareil, le XZ-1. Même si l'accueil est très favorable, nous ne pouvons pas en dire plus pour le moment.

COMPACT EXPERT DE LUXE

Fujifilm X100

Cet appareil d'exception joue clairement la carte de la nostalgie. Assez encombrant, il est réalisé en alliage de magnésium et recouvert partiellement de cuir. Aucun compromis n'a été fait sur la qualité d'image et il faudra se contenter d'une optique fixe en 35 mm en équivalent, mais avec une ouverture à f/2. Cela s'explique aussi par la présence d'un capteur de reflex au format APS-C qui affiche 12 Mpixels. Du côté de la visée, on est en revanche projeté dans le futur. On peut viser par l'écran arrière ou par le viseur optique qui se transforme en modèle électronique par simple appui sur un bouton. Cela permet d'avoir un viseur adapté à chaque situation. En mode optique, on peut afficher en surimpression une grille ou même une jauge de niveau pour cadrer très précisément. Nul doute que cet objet fera battre plus vite le cœur de tout photographe passionné, d'autant plus que le résultat est à la hauteur des prétentions.

1000 €

taille que celui d'un reflex, soit un APS-C. Il est associé à une optique fixe 35 mm en équivalent qui propose une luminosité à f/2. En plus, le X100 introduit une triple visée pour un cadrage toujours parfait quelles que soient les conditions. On peut viser par l'écran arrière, par un viseur électronique qui se transforme en viseur optique par simple pression sur un bouton. Et dans ce mode, il est possible d'afficher en surimpression les informations. Le boitier est réalisé en alliage de magnésium et il joue clairement sur son look vintage qui rappelle des appareils de légende d'un passé révolu. Ainsi, une bonne partie du corps est revêtu de cuir noir. Le prix vise aussi clairement l'enthousiaste nostalgique… On le voit donc, le compact expert constitue désormais une catégorie à part entière avec des sous-segments et une offre d'une bonne dizaine d'appareils. L'attrait principal pour l'enseigne réside évidemment dans la forte plus-value. Mais il faut aussi faire des efforts, notamment en mettant ces appareils en valeur. La création d'un petit espace dédié portera sans doute ses fruits. De même, les conseils d'un vendeur avisé seront utiles. Et enfin lorsque c'est possible, le libre toucher associé à la démonstration seront des leviers puissants. Reste à suivre l'évolution du compact expert pour voir s'il s'agit d'un effet de mode qui retombera ou si cette catégorie s'installe durablement avec encore plus de modèles.

SHURE®
LEGENDARY PERFORMANCE™

ION®

KOSS®

ICADE

Objet convoité du moment, c'est la première borne d'arcade pour iPAD*, issue du partenariat entre ION et ATARI©*.

SRH 550DJ

SHURE démocratise la qualité professionnelle de l'Audio Pro avec ce casque DJ au prix très abordable !

PRO-DJ100

Nouveau casque DJ de l'inventeur américain du casque audio stéréo.

*iPad non inclus - iPad est une marque déposée de Apple Inc. - © 2011 Atari est une marque déposée de Atari Interactive Inc.

MedPi 2011

ESPACE DIAGHILEV
STAND P20

ALGAM MULTI MEDIA

ALGAM MULTIMEDIA - P.A des Petites Landes - 2, rue de Milan 44484 Thouaré cedex - www.multimedia.algam.net - Tél : 02 40 18 37 99 - Fax : 02 40 18 37 98

Audio domestique

Le son décomplexé

La diffusion sonore dans la maison doit faire face à une multiplication des sources, à laquelle s'ajoutent désormais de nouvelles possibilités offertes par l'accès au Web. Peu importe qu'il s'agisse d'une station d'accueil, d'une chaîne audio ou d'un ensemble home cinéma, l'installation audio domestique peut désormais se distinguer par l'acceptation de toutes les sources et par la musique à la demande enfin disponible en France.

Nous le répétons année après année, mais le matériel est vraiment en retard sur le contenu pour une fois. L'audio en général a subi une mutation profonde et complète. Avec l'arrivée du MP3, puis du baladeur, puis de la musique par le Web : rien n'est plus comme avant. Pour autant, les supports physiques continuent leur existence et il faut donc être en mesure de les diffuser. En parallèle, le son qui accompagne la vidéo a pris de l'importance aussi et de plus en plus, on cherche à sonoriser dignement un téléviseur plat dont le rendu audio est le plus souvent ridicule.

Des sources diverses et variées

Commençons par les sources. C'est le plus gros problème car elles sont vraiment très nombreuses. Il y a toujours le CD (voire le vinyle pour les collectionneurs). Même si on achète de moins en moins de supports physiques, il s'en vend toujours des millions par an et tout un chacun dispose d'un CD-thèque conséquente qu'il veut pouvoir diffuser. Il y a aussi la radio FM qui, à défaut de numérique, continue son bonhomme de chemin en France. Si on passe au dématérialisé, cela se complique singulièrement car les fichiers musicaux sont un peu partout désormais. Le plus souvent, on les retrouve sur le baladeur et maintenant sur le téléphone, iPod/iPhone en tête. A la maison, c'est donc une source possible, voire obligatoire, qui est à prendre en compte. La bibliothèque principale du dématérialisé se retrouve aussi et souvent de manière plus complète sur l'ordinateur. Et pour compliquer le tout avec le multi-équipement, il y a un téléphone/ordinateur par personne ou du moins plusieurs par foyer et les musiques qu'ils contiennent ne sont pas les mêmes. A cela s'ajoutent les web-radios et depuis peu la musique à la demande par abonnement. Et cela rien que pour l'audio ! Si on passe à la vidéo, ce n'est guère mieux. Il y a les supports physiques comme le DVD et le Blu-ray, mais également le son télévisuel. Et n'oublions pas la TV payante. Il y a déjà les offres triple play ADSL avec la box TV et aussi le décodeur satellite ou câble. Et qui dit équipement connecté de la sorte, dit aussi vidéo à la demande. Sans parler du contenu vidéo personnel qui peut être stocké sur un ordinateur et qu'il faut bien diffuser aussi.

Le service minimum

Autant dire que la chaîne Hi-Fi traditionnelle et le seul téléviseur sont complètement dépassés et qu'il y a un besoin urgent de matériel convergent capable de prendre en charge toutes ces sources. Ceci n'exclut d'ailleurs pas la chaîne traditionnelle qui continue sa carrière, car les passionnés audiophiles ne jurent que par elle. La chaîne audio pure haut de gamme connaît d'ailleurs un regain d'intérêt et se vend très bien. Typiquement, il s'agit de deux enceintes bibliothèque déjà conséquentes, d'un amplificateur, d'un lecteur de CD et même d'une platine vinyle dont

DOCK IPOD ET MINI-CHAÎNE AUDIO

Yamaha TSX-140

400 €

Voici l'exemple réussi du mariage réussi d'un dock iPod et d'une mini-chaîne audio. En plus d'être une station d'accueil monobloc, la TSX-140 intègre aussi un lecteur CD, un tuner FM et une prise USB. Il ne manque que la connexion au réseau et la compatibilité Airplay. Evidemment de par sa forme, l'image stéréo est limitée mais en revanche la restitution est très satisfaisante par rapport à la taille très contenue de l'objet. Ce sera une solution parfaite pour sonoriser une pièce secondaire, voire le salon s'il n'est pas trop grand.

CHAÎNE AUDIO DESIGN

Denon CEOL

900 €

Cette petite chaîne audio design cache bien son jeu. Déjà, en ouvrant le cache sur le dessus, on découvre un dock iPod que l'on pourra d'ailleurs ignorer car la chaîne est compatible Airplay. On pourra donc y diffuser sans fil le contenu musical de tout appareil Apple. En plus du lecteur CD, du tuner FM RDS et de la prise USB, la chaîne CEOL se connecte au réseau en filaire ou en WiFi. Par le protocole DLNA, elle donne accès très simplement à toutes les musiques stockées sur un ordinateur connecté au même réseau. Cela lui permet aussi de diffuser les radios Internet. Pour cela, Denon fournit une télécommande bien étudiée et propose un écran certes monochrome mais lisible et assez grand pour que la navigation soit confortable.

le revival est réel. De même, le passionné de home cinéma ne conçoit pas autre chose qu'une chaîne à éléments séparés dédiée à la cause. On parle donc d'enceintes 5.1 et d'amplificateur audio/vidéo. Là encore, c'est un marché qui se porte bien et qui peut se targuer d'une cible identifiée à fort pouvoir d'achat. Mais pour une audience plus large et le grand public a fortiori, il va falloir adapter les solutions audio à la nouvelle donne des sources. Quelle que soit la chaîne, audio pure ou vidéo, il n'est plus concevable de ne pas la fournir avec un dock iPod et une entrée auxiliaire mini-jack. On peut sans hésiter bannir du rayon tout équipement audio qui ne réponde pas à ces critères. Comme il ne faut plus accepter un dock iPod en option. Il est inclus, un point c'est tout. On pourrait étendre cela à la prise USB qui permet de pouvoir restituer les fichiers musicaux dont on dispose sur un ordinateur. Même si le transfert est fastidieux, au moins c'est possible. C'est un peu le service minimum exigible désormais pour tout équipement audio.

Une station d'accueil toujours aussi dynamique

On peut d'ailleurs mesurer assez simplement l'impact du baladeur Apple en considérant les ventes de stations d'accueil qui atteignent un million d'unités par an si on compte les radioréveils. Intégrer le dock sur tout équipement audio ne changera d'ailleurs pas la donne sur ce marché. Pour sonoriser une pièce autre que le salon, la station d'accueil est une solution moderne et simple à mettre en œuvre et qui a donc toutes les chances de continuer à convaincre. Elle évolue d'ailleurs aussi par rapport aux sources. Avec l'apparition du système Airplay pour la transmission sans fil depuis et vers les appareils Apple, de nouveaux horizons viennent de s'ouvrir qui méritent un aparté. La présence physique du baladeur d'Apple ou d'un autre appareil de la marque n'est désormais plus nécessaire. Airplay est un protocole de communication sans fil qui s'appuie sur le WiFi mais qui a la particularité de se configurer automatiquement sans aucune intervention de l'utilisateur pourvu que les appareils soient sur le même réseau WiFi. L'enceinte Airplay peut restituer toute la musique contenu sur l'iPod/l'iPhone et on pourra également piloter la restitution depuis ce dernier. Dès la connexion de l'enceinte ou de la chaîne Airplay au réseau WiFi, une petite icône apparait au bas du baladeur et il suffit d'appuyer dessus pour décider que le son sera désormais diffusé sur l'enceinte Airplay.

EXPOSANT

MedPi 2011

17-20 mai 2011

HALL DIAGHILEV - STAND P24

Grimaldi Forum - Monaco

Prise de RDV : 01 64 61 4000

YAMAHA

dta

DESKTOP AUDIO

SYSTÈME AUDIO STÉRÉO PDX-W61

La magie du son, la liberté sans fil.

Le PDX-W61 est un système audio numérique stéréo, doté de la technologie Yamaha sans fil AirWired et délivrant une puissance de 30 Watt. Son émetteur sans fil vous permet d'écouter toutes vos musiques, de regarder un podcast vidéo ou de jouer librement avec votre iPod/iPhone. Vous disposez d'une transmission de grande qualité sans compression.
Ce système est également compatible avec tous les autres baladeurs audio, grâce à son entrée auxiliaire mini-jack située discrètement à l'arrière de l'appareil.

Notre nouvelle gamme multimédia est à découvrir sur www.yamaha.fr, mais surtout à écouter chez votre revendeur agréé Yamaha.

PDX-31

TSX-70

TSX-80

TSX-W80

TSX-120

TSX-130

TSX-140

Powered by music

Agence B-EST - iPod / iPhone non fourni * iPod et iPhone sont des marques déposées par la société Apple Computer Inc. Visuels non contractuels.

CE QU'EN PENSE... YAMAHA

Gilles Foddé,
Chef produit EGP

JDLI : Comment réunir les différentes sources audio dans un équipement ?
Gilles Foddé : C'est un des avantages d'un produit tout-en-un dit multimédia ! Nous avons plusieurs produits dans notre gamme que l'on peut qualifier d'universels. En effet, si je prends l'exemple de notre dernier-né, le TSX-140 est un système audio stéréo compact offrant la possibilité d'écouter un CD, un iPod ou un iPhone grâce à son dock, de la musique stockée sur un périphérique USB, la radio et même de la musique à partir de tout appareil mobile par une entrée auxiliaire mini-jack pour être véritablement compatible avec 100 % des baladeurs du marché. Ce système développe 2 x 30 W en numérique et saura parfaitement trouver sa place dans un salon, une cuisine ou une chambre avec ses trois couleurs proposées.

Home cinéma, chaîne Hi-Fi, dock iPod : fusion ou pas ?
Non surtout pas, chaque consommateur est différent et doit pouvoir se retrouver au travers de son équipement. Chez Yamaha, nous avons fait le choix de ne pas mélanger les genres, mais de proposer des solutions convergentes pour élargir les possibilités d'un produit. A partir des amplificateurs home cinéma milieux de gamme, il est possible de faire de la bi-amplification dédiée aux enceintes avant pour profiter de son système également en Hi-Fi, avec l'apport d'une fonction Pure Direct qui va couper l'alimentation qui gère uniquement la partie vidéo de façon à avoir une écoute la plus pure possible en stéréo. Autre exemple, nous ne fusionnons pas les produits, mais proposons plusieurs docks qu'il est possible de connecter sur votre équipement, que ce soit en HiFi, en home cinéma ou sur un produit multimédia. En effet, il est possible de connecter sur nos produits un dock classique iPod/iPhone filaire ou un dock sans fil dédié 100 % à Apple et même un dock Bluetooth pour profiter directement sur ses enceintes d'un contenu musical qui serait stocké sur un PC.

Le réseau audio sans fil, une utopie ?
Cela existe déjà chez Yamaha depuis plusieurs années dans le monde professionnel. Il faut savoir que nous maîtrisons notre propre technologie sans fil appelée Air Wired et qu'elle est arrivée dans le domaine des produits grand public depuis l'année dernière. Elle permet de connecter sans fil un iPod/iPhone ou un iPad sur votre système audio et de profiter ainsi pleinement de la qualité audio sans aucune compression, sans aucune coupure et surtout en étant totalement libre avec l'iPod dans la main. Il est même possible de regarder une vidéo ou de jouer à un jeu en renvoyant le son sur l'équipement audio.

Une chaîne audio à moderniser

La chaîne audio continue évidemment à exister en tant que telle, même si elle se retrouve un peu coincée entre la chaîne audio-vidéo et la station d'accueil iPod. Il y a d'ailleurs des ponts possibles avec des solutions hybrides, comme par exemple une station d'accueil qui intègre un lecteur CD et un tuner radio FM, voire un accès WiFi. La chaîne audio peut être doublée par une solution de restitution du son pour la vidéo si l'écoute se fait à des endroits différents ou si on se contente du son émis par le téléviseur, ou encore simplement pour satisfaire des aspirations mélomanes. Cette chaîne audio peut être de forme micro ou mini avec un bloc amplification/lecteur CD ou des éléments séparés. Elle s'accompagne généralement d'enceintes-bibliothèque à la taille adaptée à l'élément électronique. On l'a vu, elle intègre obligatoirement un lecteur CD, un tuner FM (de préférence RDS), un dock iPod, une entrée ligne jack 3,5 mm et une prise USB. Mais la tendance va clairement dans le sens d'une ouverture vers le réseau domestique auquel elle se connecte en filaire ou surtout en WiFi.

L'audio connecté

Il faut déjà savoir que le réseau domestique est une réalité pour la plupart des ménages. Avec 20 millions de foyers connectés à l'ADSL et

autant de box, ce sont plus des deux-tiers qui disposent de facto d'un réseau WiFi. La chaîne audio pourra ainsi accéder à toutes les musiques contenues sur tout ordinateur de la maison. Avec le protocole DLNA qui devient universel, l'accès est de surcroit très simple. Nul besoin d'installer un quelconque pilote ou logiciel. Dès que la chaîne est connectée apparaissent automatiquement les bibliothèques musicales des ordinateurs connectés eux aussi. Sous Windows 7, Il suffit d'avoir opté pour réseau domestique dans la configuration à l'établissement de la connexion pour que cela fonctionne. Connectée au réseau, la chaîne peut également accéder au Web ce qui ouvre de tous nouveaux horizons musicaux. Déjà, elle pourra diffuser les milliers de web-radios mais et c'est là la réelle nouveauté, elle peut aussi offrir un service de musique par abonnement. C'est cette dernière possibilité qui offre des opportunités importantes pour les constructeurs. Ainsi comme le téléviseur connecté ou le smartphone, la chaîne audio connectée pourra se différencier par son offre de service. Et d'autres appareils ont déjà montré la voie comme nous le verrons plus loin. Evidemment, pour que toutes ces fonctions soient accessibles aisément, l'ergonomie est à revoir. Ainsi, la télécommande doit être plus sophistiquée mais il faut surtout un écran suffisamment grand pour la navigation. Il n'a pas besoin d'être en couleur mais en revanche, il doit afficher assez d'informations. Tout cela ouvre de nouvelles perspectives à la chaîne audio qui pourra ainsi passer du vintage à la modernité.

CE QU'EN PENSE... LG

Julien Cellier, Chef produit audio vidéo LG France

JDLI : Comment réunir les différentes sources audio dans un équipement ?

Julien Cellier : Aujourd'hui, la convergence des produits audio avec leurs écosystèmes est un point clé de la stratégie LG. Qu'elle soit physique ou sans fil, la connectivité est le point clé de la convergence entre les produits audio LG et leur environnement. En effet, nous nous efforçons de proposer des produits ouverts pour que nos clients ne soient pas restreints quant à leur utilisation. De ce fait, nous offrons une large gamme de produits qui disposent d'une station d'accueil iPod/iPhone aussi bien en home cinéma, que sur les barres de son et les chaînes audio. Pour permettre au consommateur d'harmoniser son installation avec le design de son salon, nous proposons une solution déportée en home cinéma, tandis qu'elle est directement intégrée sur les micro-chaînes. La convergence ne se limite cependant pas à la seule station d'accueil. En plus des supports média traditionnels (CD/DVD/Blu-ray), nous proposons des entrées USB, auxiliaire et optique pour rendre nos produits compatibles avec l'intégralité des supports existant sur le marché. Pour LG, la convergence passe aussi par la compatibilité multi-formats, et ce depuis plusieurs années. En effet, nous avons été les premiers à intégrer la compatibilité DLNA/CIFS dans nos produits audio/vidéo. Cette compatibilité peut d'ailleurs s'effectuer sans fil puisque LG est précurseur dans l'intégration du WiFi dans ses produits. Nous proposons aussi une compatibilité avec les disques durs externes (en FAT32 et en NTFS). Toujours dans une optique de convergence et d'ouverture, les home cinéma LG sont compatibles avec une grande variété de formats vidéo, y compris le MKV et le DivX HD, normes leader sur le marché.

Le réseau audio sans fil, une utopie ?

Aujourd'hui, le réseau audio sans fil n'est clairement plus une utopie. Il s'inscrit dans la volonté d'ouverture, de facilité d'utilisation et de convergence des produits audio/vidéo d'LG. Par l'intégration du WiFi et par le protocle DLNA, nos produits communiquent sans fils et ce très simplement. La communication s'établit directement entre un home cinéma LG et un périphérique compatible comme le PC, le disque réseau ou le smartphone. Il n'est plus nécessaire de de passer par un routeur pour transférer des fichiers.

HOME CINÉMA 5.1

Sony E980W

Cette chaîne home cinéma 5.1 intègre tout ce que l'on peut proposer aujourd'hui sur un tel système. Les quatre satellites en forme de colonnes affichent un design soigné tout en proposant une surface de restitution suffisante. Pour une installation plus simple, les enceintes arrière communiquent sans fil avec le système. La chaîne inclut évidemment un lecteur Blu-ray 3D, mais aussi un dock iPod et une prise USB ainsi que deux entrées HDMI. Elle se connecte au réseau en filaire ou en WiFi et outre l'accès aux musiques et vidéos stockées sur un ordinateur, elle propose aussi tous les services connectés du constructeur avec notamment Qriocity qui inclut la vidéo à la demande en HD et la musique par abonnement. Il ne manque plus que la compatibilité Airplay pour en faire l'exemple parfait de l'installation audio du futur qui réunit toutes les sources et toutes les possibilités qu'offre un accès à Internet.

CE QU'EN PENSE... PHILIPS

Par les chefs produit audio

JDLI : Comment réunir les différentes sources audio dans un équipement ?
Les habitudes de consommation de musique ont considérablement changé au cours de ces 10 dernières années. Les ventes de disques sont en baisse, pourtant on n'a jamais écouté autant de musique. Les fabricants de matériel audio doivent suivre ce mouvement et proposer des solutions polyvalentes. Lecture traditionnelle de musique, CD et radio mais aussi dématérialisée et ce via une connectique adaptée comme le dock compatible Apple, le port USB et la connexion réseau.

Home cinéma, chaîne Hi-Fi, dock iPod : fusion ou pas ?
Dans une optique d'expérience auditive optimale pour le consommateur, on ne peut pas pleinement comparer les qualités d'un système home cinéma et d'un système audio Hi-Fi. La finalité n'est pas le même et le réglage acoustique ne donnera pas le même rendu. Le home cinéma sera plus puissant sur les basses (aidé par son caisson de grave) et aura un son enveloppant pour reproduire l'expérience cinéma à la maison. Il ne convient donc pas parfaitement à l'écoute de musique classique par exemple. Fort de son expérience dans les produits audio et home cinéma, Philips offre des produits assurant les deux fonctionnalités tout en laissant le consommateur décider de son usage principal. Enfin, le design et l'intégration de son système audio participent à la décision d'achat, ce qui l'orientera vers une installation 5.1, 2.1 ou barre de son pour le home cinéma et vers une chaîne audio classique connectée ou avec dock iPod.

Le réseau audio sans fil, une utopie ?
Le réseau audio sans fil n'est plus une utopie. Il existe déjà depuis plusieurs années et se développe très rapidement dans beaucoup de pays d'Europe. Le besoin consommateur existe, car la plupart d'entre eux ont de la musique dématérialisée sur des espaces de stockage. De plus, la très grande majorité des foyers français est connectée à Internet. Le développement des sites de streaming accessibles directement sur les chaînes Hi-Fi (même PC éteint) devrait permettre à ce marché de connaître une très forte croissance dans les mois à venir. A noter que la connectivité d'une chaîne n'a pas qu'un bénéfice unique sur la diversité des moyens d'écoute de musique, mais c'est aussi un très grand avantage quant au moyen de le faire. Grâce au développement de nouvelles applications, les réseaux audio connectés peuvent dès maintenant être contrôlés par les smartphones ou les tablettes multimédia.

Vers l'ensemble audio-vidéo tout intégré

La chaîne audio-vidéo peut compléter une installation audio dédiée ou de plus en plus souvent regrouper l'audio et la vidéo. La configuration peut se limiter à deux enceintes et à un caisson de grave à placer n'importe où, ce qui lui permet de rester discrète. Le 2.1 a d'ailleurs les faveurs du public. Pour un véritable son surround, ce sera du 5.1, soit une enceinte centrale, deux satellites stéréo à l'avant et deux à l'arrière de la position d'écoute, en plus du caisson de graves bien entendu. Ce type de chaîne s'adresse déjà au passionné qui veut bien sacrifier un peu d'espace dans le salon. Il y a aussi la problématique des fils vers les enceintes arrière mais la plupart des fabricants proposent désormais des solutions sans fil. A l'inverse pour une installation la plus discrète possible, il y a la barre de son qui peut intégrer désormais toute l'électronique d'une chaîne complète.

Connectée aussi

La chaîne audio-vidéo regroupe généralement toute l'électronique dans un élément, mais parfois l'amplification peut être déportée dans le caisson de basses. Elle intègre bien évidemment déjà toutes les fonctionnalités d'une chaîne audio pure en y ajoutant la vidéo. Pour cela, elle est dotée au minimum d'un lecteur Blu-ray qui sera désormais 3D dans tous les cas. Bien évidemment, elle se connecte au téléviseur et elle restitue aussi le son de la TV, que ce soit depuis l'écran ou une box TV. Pour cela, la chaîne audio-vidéo est obligatoirement dotée d'une sortie HDMI mais devra aussi comporter des entrées pour un transfert de l'image vers l'écran alors qu'elle se charge de la restitution du son. Ainsi, on y branchera un décodeur Canal+, une box TV ADSL ou encore une

Ecoutez votre musique

en toute liberté !

Made for iPod iPhone

Compatible avec :

Flying Sound System

Station de son et de recharge avec dock pour iPhone et iPod.
Enceintes sans fil avec batteries rechargeables par induction.
Compatible avec PC et Mac grâce à son dongle USB et avec tous les appareils avec un jack 3.5.

ENCEINTES SANS FIL

Jusqu'à 30 m de portée

broniz

Rencontrez-nous au MEDPI du 17 au 20 mai 2011 • Hall Ravel • Stand D36

www.dea-factory.com

Contact : (33) 01 60 12 13 68 • contact@dea-factory.com

DEA FACTORY

console de jeu. L'universalité désormais acquise du HDMI permet de se limiter à cette connexion. Une entrée et une sortie HDMI sont le minimum exigible avec de préférence deux entrées. Comme sa collègue audio pure, elle intègre un dock iPod et une prise USB. De même, la chaîne vidéo se connecte au réseau en filaire ou en WiFi. Elle pourra donc aller chercher sur un ordinateur connecté non seulement les fichiers musicaux mais également de la vidéo. Pour cela, il est de mise désormais qu'elle reconnaisse la majorité des formats. Il faut bannir du rayon toutes celles qui ne font que les choses à moitié et risquent de frustrer l'utilisateur. La compatibilité doit s'étendre jusqu'au Full-HD et inclure les formats DivX, MPEG-4, WMV et MKV. La chaîne pourra également se connecter au Web et ainsi fournir exactement les mêmes prestations qu'un téléviseur connecté avec notamment des services de vidéo à la demande. Pour en apprendre davantage sur ces services, consultez notre article dédié en page 6.

Une certaine complexité

On le voit, le paysage audio dans le salon est devenu très complexe, tant les possibilités de restitution sont désormais nombreuses. On re-

PASSERELLE AUDIO SANS FIL

Logitech Squeezebox Touch

300 €

Cette passerelle réseau permet de connecter toute chaîne audio au réseau en filaire ou en WiFi. Son grand écran tactile permet de retrouver aisément les fichiers sur les différents ordinateurs pour les diffuser. Elle indexe aussi automatiquement toute bibliothèque iTunes qu'elle trouve sur un ordinateur. Et surtout, elle offre depuis peu l'accès à Spotify, le service de musique par abonnement qui pour 10 euros par mois permet d'écouter toutes les musiques du monde instantanément.

Auzentech, Inc.

i.Fuzen® HP-1

Un son hors du commun à partager

Conçu pour iPhone

iPhone 4
16GB 32GB

i.Fuzen® HP-1

Une autre première mondiale d'Auzentech

Le i.Fuzen HP-1 est un appareil 3-en-1 proposant un puissant ampli audio avec double sortie, une impressionante batterie supplémentaire, et une coque de protection au design raffiné pour iPhone 4.

- **Audio**
  - Ampli audio Auzentech embarqué
  - Double sortie audio jack 3.5mm
  - Impédance de charge : 32 ~600 Ohm
  - Rapport signal/bruit : 113 dB
  - J-FET OP-AMP : un son style ampli à lampes
  - Bouton de sélection du mode son, indicateur de status
  - Contrôle tactile du volume
- **Batterie**
  - Batterie 1650 mAH Li-Polymer
  - Circuit intelligent de protection
  - Puissance en sortie : DC 5V/500mA
  - 44 heures d'écoute audio
  - 11 heures de lecture vidéo
  - 8 heures de discussion
  - Jauge de charge 4 niveaux
  - Recharge via USB avec le câble fournit
  - Dure jusqu'à 500 recharges
- **Coque de protection**
  - Design unique et compact
  - Verrou de protection
  - Emplacement camera, ne gêne pas le flash

BATTERIE

- Ecoute audio, jusqu'à 44 heures supplémentaires

40 heures	44 heures

- Lecture vidéo, jusqu'à 11 heures supplémentaires

10 heures	11 heures

- Discussion, jusqu'à 8 heures supplémentaires

7 heures	8 heures

Photos non contractuelles

Distribué en Europe par bacatá

www.bacata.net
9-11, rue de Kourou
31240 l'Union
05 61 14 60 90

Audio domestique

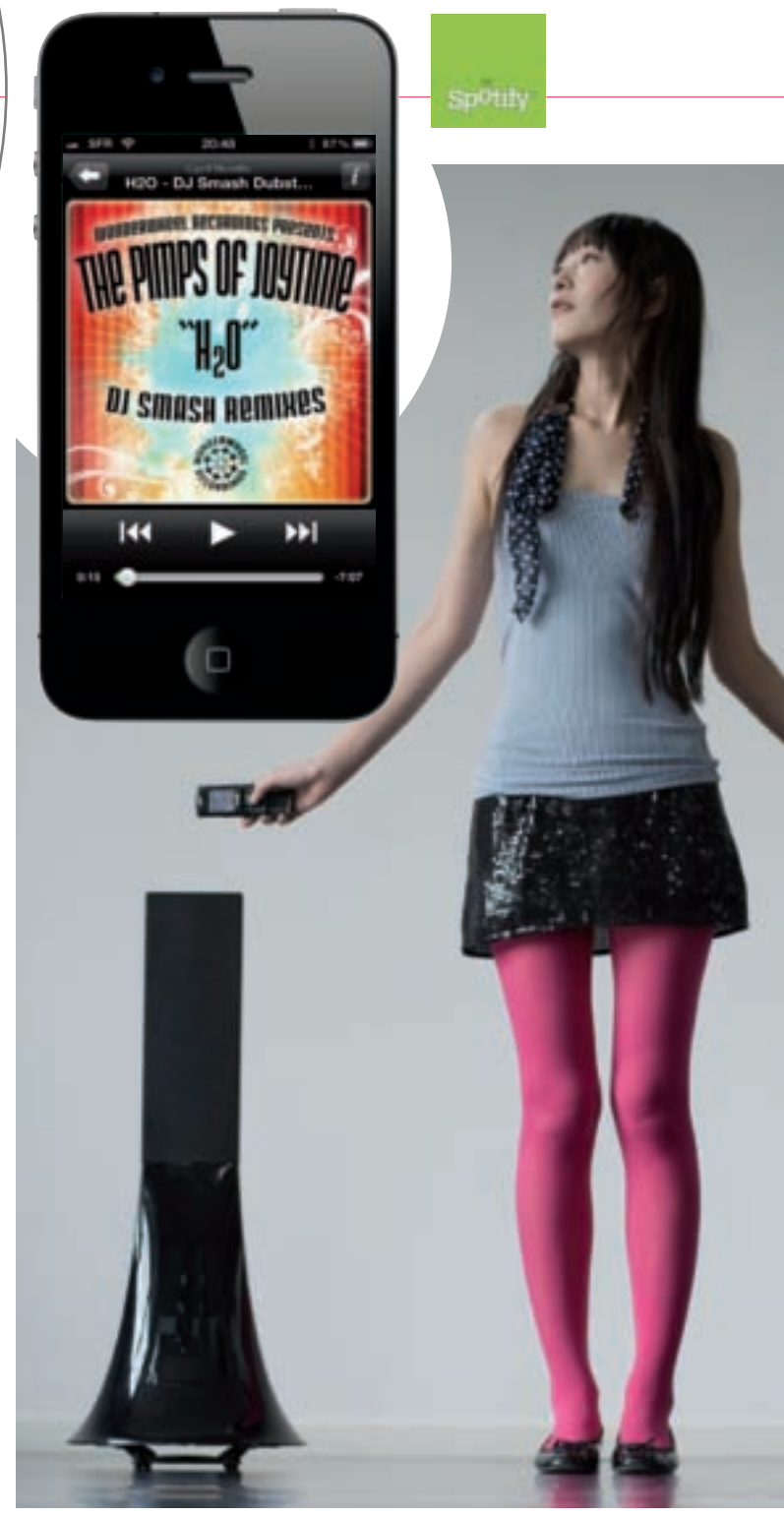
tiendra surtout que cela peut aller de la station d'accueil sophistiquée jusqu'à l'ensemble home cinéma 5.1 en passant par la chaîne audio. Le dénominateur commun sera qu'une partie de la montée en gamme pourra se faire par les possibilités connectées et les services associés. Pour compliquer encore un peu le tout, il y a aussi des équipements qui peuvent s'ajouter à la chaîne pour la rendre communicante ou créer une diffusion à de multiples endroits.

La musique par abonnement

Le système le plus abouti de ce point de vue est sans doute celui de Logitech. Ainsi l'ajout d'une Squeezebox Touch à l'installation audio ouvre les portes de l'avenir pour la diffusion. Déjà, on peut créer un réseau Squeezebox en ajoutant par exemple une web-radio qui offrira les mêmes fonctions. Comme son nom l'indique, la Touch est tactile ce qui permet de piloter aisément les fonctions connectées, et notamment l'accès aux radios Internet. Plus novateur encore, une application sur l'iPhone permet de la piloter aussi ainsi qu'en même temps les autres Squeezebox de la maison, créant ainsi un système multi-room sophistiqué. Mais surtout, la Squeezebox Touch introduit en France la musique par abonnement, alors que l'on n'y croyait plus tant l'Hexagone semblait réfractaire à ce système qui existe depuis des années aux Etats-Unis. C'est la solution Spotify qui a été retenue. Elle nous vient de nos voisins britanniques où elle connaît un succès phénoménal. Le principe est simple. Le serveur de Spotify contient toutes les musiques, plus de 10 millions de titres. Pour écouter, il suffit d'effectuer une recherche et c'est instantané alors que physiquement le morceau reste sur le serveur. Sur ordinateur, le service est gratuit si on accepte la publicité et quelques limitations mais le PC n'est pas l'endroit idéal pour la diffusion. Avec la Squeezebox Touch, on y aura accès depuis la chaîne audio. Pour ce faire, il faut souscrire l'abonnement Premium qui s'élève à 10 euros par mois. Grâce à l'écran tactile de la Squeezebox Touch ou par l'application iPhone, il est très aisé de trouver un morceau ou un album que l'on pourra ensuite ajouter à sa liste de lecture. Seul handicap, le système de bibliothèque de Spotify est rudimentaire, ce qui complique les choses si on y enregistre de nombreux albums. On pourra néanmoins aussi se servir des favoris de la Squeezebox. Ainsi, on aura accès en permanence à toute la musique en streaming, plus besoin de posséder un morceau. Si logiquement, l'offre en chanson française est encore un peu limitée, pour tous les autres genres, absolument tout y est que ce soit en classique, en jazz, en blues, en pop, en rock ou en hip-hop. De plus, Spotify propose d'écouter des radios musicales composées selon ses goûts. On attend désormais que ce service soit directement intégré dans la chaîne, avis aux fabricants. Juste au moment d'imprimer ce numéro spécial du MedPi, nous avons d'ailleurs appris que les prochains amplificateurs audio-vidéo de Onkyo allaient intégrer le service Spotify.

Chez Sony aussi

Sur ses chaînes audio-vidéo, Sony intègre désormais son propre service de musique par abonnement : Qriocity Music Unlimited. Le principe est le même que sur Spotify. L'abonnement premium permet de créer des listes de lecture et donne accès à toute la musique sans limitation pour 10 euros, mais cela passera à 12 cet été. Contrairement à Spotify sur la Squeezebox, il faut obligatoirement passer par l'image sur le téléviseur car c'est là que l'interface s'affiche. C'est plus contraignant car cela oblige à allumer le téléviseur pour écouter de la musique. En revanche, la navigation, le choix, la recherche et la création de listes se fait facilement avec une interface graphique. Pour autant, la télécommande est bien moins pratique que l'écran tactile de la Squeezebox Touch. Quoi qu'il en soit, ces deux services de musique par abonnement font entrer la diffusion musicale dans une nouvelle ère qui pourra aussi donner un nouvel élan à l'audio du salon.



ANTIVIRUS | CHIFFREMENT | SÉCURITÉ

TrustPort

Leçon n°2 :

Notre métamoteur, votre meilleure défense contre les menaces

AV comparatives

vb 100 VIRUS

WWW.TRUSTPORT.FR

info@trustport.fr

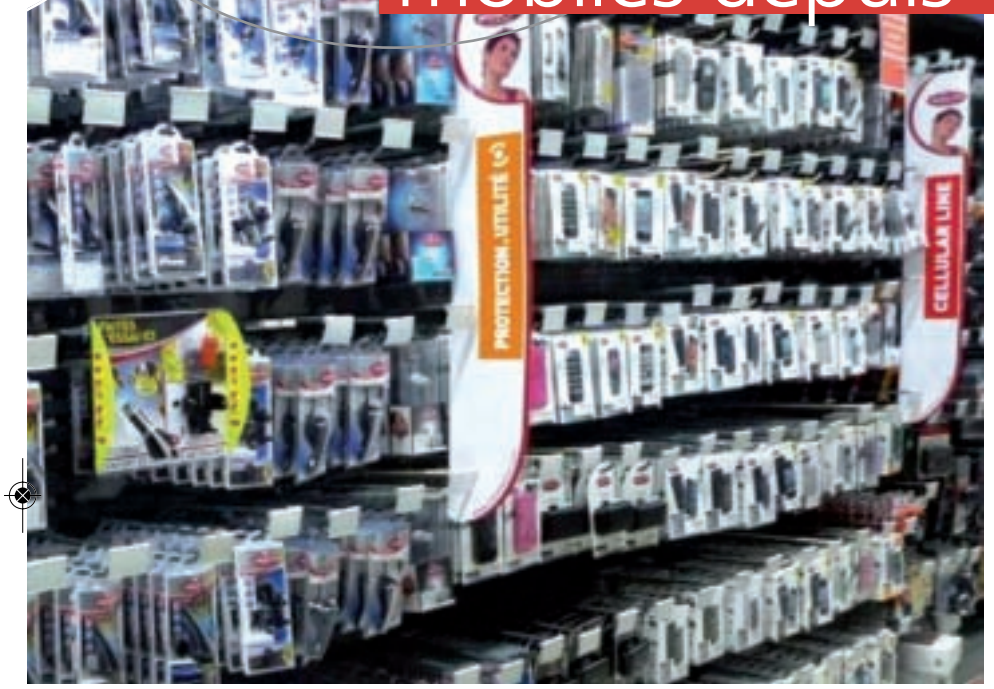
Retrouvez TrustPort au MedPi à Monaco
sur le village de Banque Magnétique du 17 au 20 Mai 2011

MedPi 2011

TrustPort_France_Lecon_2_JDL.indd 1 19/04/11 16:45

Cellular Line

Au premier rang du marché de l'accessoire pour téléphones mobiles depuis 1990.



Fabio Gusmani
Export Director

Marco Cagnetta
General Manager
Sales & Marketing

Au premier rang du marché de l'accessoire pour téléphones mobiles depuis 1990

Cellular Italia SpA est une société multinationale et multimarques qui développe et produit une gamme complète d'accessoires pour les appareils multimédia portables.

Depuis sa création en 1990, La marque Cellular Line® est devenue la marque de référence pour les accessoires en téléphonie mobile.

Nous avons atteint ce statut en travaillant sur trois niveaux :

1) la stratégie produit : basée sur l'excellence de la qualité, le design et l'innovation technologique

2) la stratégie marketing : basée sur l'élaboration d'une gamme d'accessoires très large, d'une offre segmentée selon les besoins des consommateurs, en apportant une attention particulière sur le packaging et la communication en magasin

3) la stratégie vente : basée sur une approche de gestion par catégorie en recherchant constamment l'optimisation de la rentabilité d'espace tout en améliorant l'expérience « shopping ».

La notion de valeur pour le consommateur et notre réseau de revendeurs est notre objectif

Nous sommes très attentifs à la création de valeur pour le consommateur et nos revendeurs, grâce à l'innovation constante et la recherche de solutions d'avant-garde qui se traduisent par des accessoires de performance, de qualité et de conception répondant aux nouvelles tendances et attentes du monde mobile.

De plus, nous optimisons la rentabilité des linéaires que nos clients nous ont confiés, au travers de 3 axes :

- Une gestion rigoureuse du rayon afin de proposer la gamme la plus adaptée
- Une stratégie spécifique développée pour l élaboration des planogrammes
- Une PLV novatrice

Ainsi, qu'ils soient magasins d'électronique grand public, spécialistes des télécommunications, hypermarchés, magasins de détail ou Voyage, nous avons tout au long de ces années su fidéliser notre clientèle.

Cette nouvelle et innovante gestion du linéaire accessoire consiste à regrouper les produits par catégories en fonction du besoin consommateur et en proposant aux points de ventes un affichage permettant une segmentation claire par familles de produits offrant ainsi une meilleure lisibilité de l'offre.

La mise en place de ce balisage permet donc aux utilisateurs de mieux comprendre l'offre et de faciliter le processus d'achat pour trouver les accessoires dont ils ont besoin.

Stratégie de gestion des différents réseaux

Afin de simplifier l'acte d'achat, Cellular Italia a élaboré une stratégie unique de gestion adaptée aux différents réseaux de distributions.

La mise en place de solutions spécifiques répondant aux différents critères d'achats des clients (fonctionnalité, design) en leurs fournissant des outils novateurs de trade marketing tels que :

- Des bannières
- Des testeurs permettant un essai immédiat des accessoires sur le point de vente
- Des balisages et autres logos pour créer un espace consacré au lancement de produits ou de nouvelles idées apportent à l'espace accessoire une dynamique nécessaire pour une optimisation de la rentabilité du linéaire

Résultats

Au fil des ans l'application de notre stratégie a donné lieu chaque année à une impressionnante croissance à deux chiffres jusqu'à atteindre un chiffre d'affaires de 84 millions d'euros en 2010.

Cellular Italia a vendu plus de 80.000.000 pièces depuis le début de son activité et l'an dernier 8.000.000 d'accessoires ont été vendus en Europe.

Nous avons atteint cette année 12 000 mètres linéaire d'accessoires Cellular line sur l'ensemble des magasins partenaires en Europe et nous sommes maintenant une entreprise leader en Italie avec plus de 50% de part de marché.

Notre activité se développe en Europe

Depuis sa création, Cellular Italia a toujours souhaité se développer sur les marchés internationaux.

Aujourd'hui, nous distribuons nos produits dans 21 pays européens pour atteindre un total de 34 dans le monde entier avec une présence directe en France, Espagne et Suisse.

Notre « business model » est devenu international

Ces dernières années, nous avons transformé notre approche du marché en un véritable « business model » que nous avons développé avec un grand succès sur les marchés européens.

Ainsi, le concept Cellular est présent du Nord au Sud de l'Europe en offrant la même stratégie, la même « théâtralisation » du linéaire, mais surtout le même objectif : la rentabilité du linéaire.

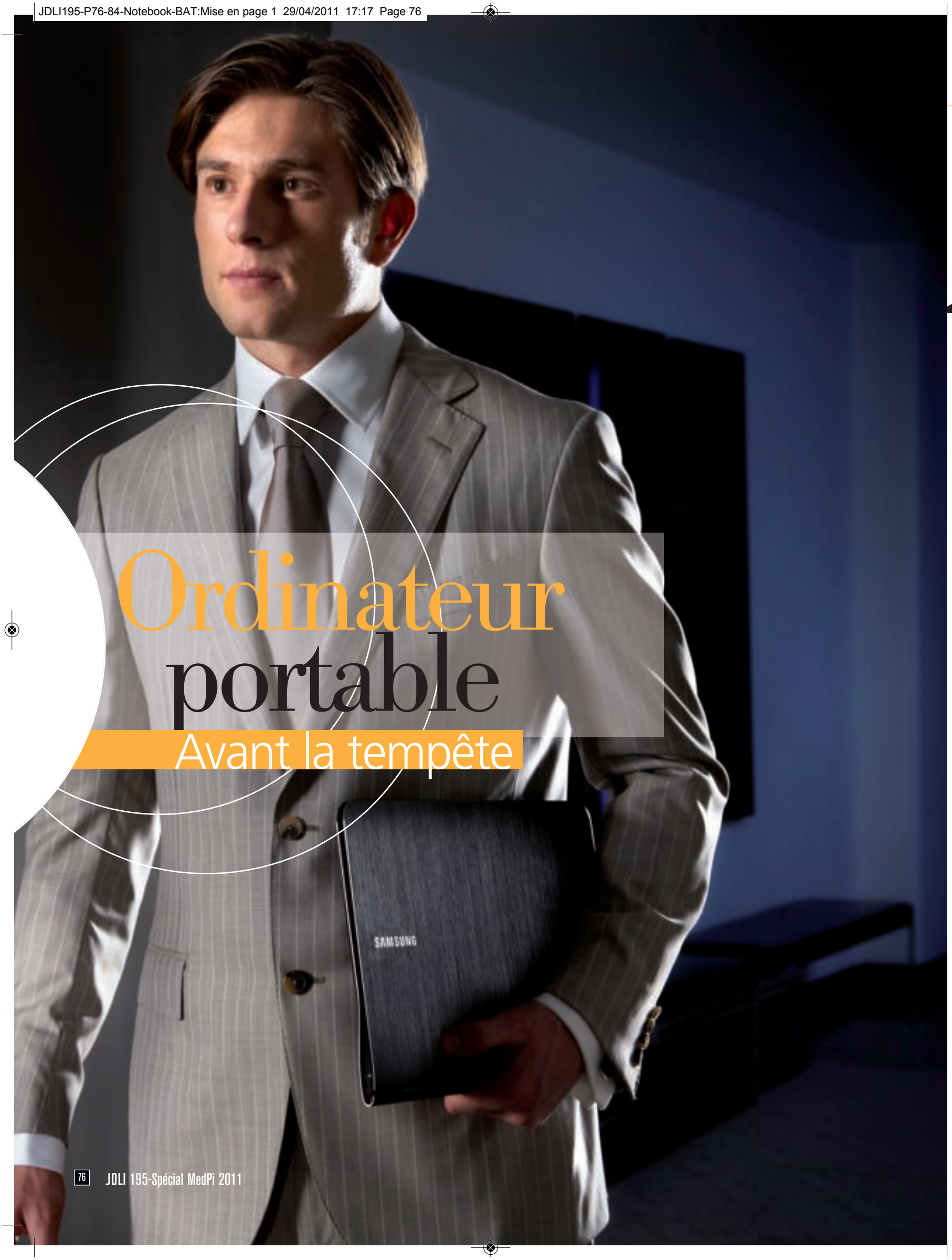
L'harmonisation des habitudes de consommation des utilisateurs de téléphones mobiles, l'incroyable succès des smartphones et la normalisation des méthodes de distribution, fait que notre approche de gestion par catégories est parfaitement adaptées pour les marchés internationaux comme nous le prouvent les nombreux succès que nous rencontrons aujourd'hui.

Le marché français est devenu une priorité pour le Groupe

Notre présence directe en France avec la création de Cellular Italia Division France à Paris nous permet d'adapter notre modèle d'entreprise aux besoins spécifiques du marché Français tout en s'appuyant sur la stratégie et les outils marketing et merchandising développés par le siège qui ont fait leur preuve sur les autres marchés Européen.

Après trois années sur le marché français, nous avons une structure stable qui est gérée par Christophe Vallée notre Country Manager.

Les relations développées avec nos partenaires nous montrent une véritable volonté d'établir une relation commerciale à long terme.



Ordinateur portable

Avant la tempête

L'ordinateur portable n'est sans doute pas directement menacé par la tablette mais il doit évoluer dans le sens d'un nomadisme plus assumé car on va le comparer. Le netbook peut devenir plus polyvalent, l'ultraportable peut s'affiner et démultiplier ses performances et les notebooks de grande taille peuvent aussi en profiter pour faire une cure d'amaigrissement ou se doter de la troisième dimension.

Faut-il voir la tablette comme une concurrence pour l'ordinateur ? C'est une question qu'il est légitime de se poser et la réponse est probablement pas. Les usages ne sont pas les mêmes et il y aura coexistence pour l'essentiel. L'ordinateur portable est un outil de productivité personnelle, même en usage grand public. La tablette n'est guère adaptée à l'écriture, ni plus généralement à toute activité qui nécessite une entrée d'information massive ou un pilotage fin. Créer une présentation, calculer avec un tableur, retoucher une photo ou même combiner des actions comme la recherche sur le Web et l'utilisation des informations recueillies, sans parler des possibilités d'échange et du confort d'utilisation : tout cela donne à penser que le notebook devrait survivre. L'ordinateur portable, c'est un peu une extension de soi et il est peu probable que l'individu y substitue une tablette, du moins dans une majorité des cas.

NETBOOK POLYVALENT

Acer Aspire One 522

300 €

Ce modèle est doté de la déclinaison la moins gourmande du processeur AMD Brazos. On trouve donc un processeur double cœur cadencé à 1 GHz et une puce graphique intégrée HD6310. Comme prévu, la partie vidéo fait des merveilles. On peut donc lire sans problème des vidéos en haute définition pouvant être affichées sur téléviseur par la prise HDM. Il est même possible de se divertir avec des jeux peu gourmands. L'accélération Flash donne également de bons résultats mais elle n'est exploitée que par YouTube pour l'instant. L'écran de 10 pouces offre une résolution élevée mais comme souvent la dalle est brillante, ce qui limite la lisibilité. L'autonomie est excellente puisqu'elle approche les sept heures et le poids reste très contenu avec 1,3 kg sur la balance.

ULTRAPORTABLE DE LUXE

Samsung Série 9 NP900X3A

1 600 €

Samsung redéfinit l'ultraportable avec ce modèle très haut de gamme. Déjà, il est d'une élégance rare, réalisé entièrement en Duralumium, une matière noble qui a le bon goût d'être également résistante et très légère. Le S9 ne pèse d'ailleurs que 1,3 kg, un exploit pour un 13 pouces. Mais c'est surtout sa finesse qui est impressionnante puisqu'en son point le plus épais, il ne dépasse pas les 16 mm. Pour autant, il est équipé d'un processeur Intel Core i5 basse consommation qui garantit une puissance confortable. Il est assisté par un disque SSD de 128 Go qui accélère aussi grandement le démarrage. Pour autant, le Samsung est fait pour ne jamais être éteint. Dès que l'on rabat l'écran, il se met en mode veille zéro consommation après avoir enregistré les travaux en cours. Il suffit de l'ouvrir à nouveau pour qu'il soit opérationnel au bout de quelques secondes.

La fin d'une ère ?

En revanche s'il n'est pas menacé en tant que tel, l'ordinateur portable est à la veille de grands changements. Si comme annoncé par Microsoft, Windows 8 s'ouvre à l'architecture ARM, cela peut radicalement changer la donne. Même s'il s'agit avant tout de fournir un OS aux fabricants de tablettes avec d'ailleurs une reprise de l'interface Phone 7 si on en croit les rumeurs qui circulent, il sera sans doute possible de développer un ordinateur autour d'un processeur ARM. Si l'information parait technique à première vue, les retombées qu'elles pourraient engendrer touchent l'ordinateur dans son ensemble. Les processeurs mobiles entièrement intégrés (SoC ou System on Chip) qui équipent les téléphones mobiles et les tablettes sous Android réunissent la plupart des fonctions sur une seule puce : le processeur certes, mais aussi le circuit graphique, le traitement image et vidéo, la gestion des entrées/sorties, etc. Il suffit de prendre pour exemple l'encombrement d'un smartphone et son autonomie pour comprendre les conséquences possibles sur une intégration dans un notebook. Certes, les performances ne sont pas encore au niveau mais elles le seront avant la sortie de Windows 8. La prochaine génération de processeurs mobiles annoncées par Nvidia, Qualcomm ou encore Texas Instrument approcheront les performances des meilleurs notebooks d'aujourd'hui, le tout en consommant nettement moins. Si cela se vérifie, on pourra fabriquer des notebooks ultra-fins, ultra-légers, et ultra-autonomes, même en grande taille d'écran. Cela bouleverserait aussi le marché du composant. Mais nous n'en sommes pas là et on ne sait même pas si une telle combinaison sera autorisée par Microsoft qui pourrait bien limiter la compatibilité ARM aux tablettes pour ne pas rompre l'équilibre actuel.

Un netbook plus polyvalent

En attendant, c'est surtout le netbook qui peut craindre pour son avenir face aux tablettes, du moins en partie. Il est probable que les utilisateurs qui avaient recours au netbook pour un usage principalement consultatif pourraient massivement migrer vers la tablette. Ceux qui s'en servent comme d'un outil productif, devraient lui rester fidèles. Pour mieux définir les frontières, et aussi pour donner plus d'arguments au netbook, il faut qu'il évolue vers un ordinateur plus polyvalent dont les capacités ne se limitent pas à la bureautique et au Web. C'est d'autant plus crucial que la tablette est mieux armée pour le multimédia. Le netbook peut évoluer dans ce sens, tout en restant abordable grâce à des composants qui évoluent aussi. C'est d'ailleurs AMD qui a pris de l'avance avec sa solution Brazos. C'est déjà un pas vers le processeur intégré puisqu'il s'agit de proposer une puce qui intègre

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

LE PC PORTABLE 13" LE PLUS FIN DU MONDE*

NOUVEAU PC PORTABLE
SAMSUNG SERIE 9

Conçu pour vous séduire. Avec seulement 16mm d'épaisseur, et son châssis en duralumin, deux fois plus résistant que l'aluminium, votre cœur ne balancera plus entre finesse et solidité. Ultra fin, ultra portable, ultra doué. C'est le compagnon idéal.

www.samsung.com

Love = Aimer.

* Constaté au 6 avril 2011. © 2011 - Samsung Electronics France, SAS au capital de 27 000 000 € - RCS Bobigny B 334 367 497
270 Ave du Président Wilson-93458 La Plaine Saint Denis Cedex. © Crédit photo : Samsung-Visuels non contractuels-Images d'écran simulées. CREIL worldwide

CE QU'EN PENSE... ACER

Daniel Trachino,
Directeur Général Acer France

JDLI : Quel est l'avenir de l'ordinateur ?
Daniel Trachino : L'ordinateur conserve une place majeure dans notre écosystème. La typologie de clients est très vaste, ce qui signifie une diversité de besoins. Un professionnel, un étudiant, un joueur, un passionné de multimédia... acquièrent des solutions adaptées à leurs usages et donc différentes les unes par rapport aux autres. C'est pourquoi Acer propose un catalogue riche de produits aux caractéristiques techniques variées. On distingue plusieurs catégories d'ordinateurs (bureautique, multimédia, gamers, mobile, ultra-mobile…), ce qui sous-entend des ordinateurs à taille d'écran variant de 11,6 à 18,4 pouces et aux performances différentes. Les clients vont choisir la solution qui leur ressemble le plus et qui répondra à des critères technologiques adaptées telles que la puissance accrue du processeur, des connectiques complètes, une autonomie longue durée de la batterie, une carte graphique puissante, la capacité de stockage, etc. L'ordinateur permet la création de contenu alors que la tablette permet principalement la consultation de contenu. C'est pourquoi l'avenir de l'ordinateur n'est pas menacé par l'arrivée des tablettes. Les usages permettent de définir une limite entre les deux mondes.

Entre la TV et la tablette, quelle sera la place de l'ordinateur ?
Nous vivons dans un monde où la convergence prédomine et où l'on crée et consomme du contenu multimédia. De fait, l'ordinateur a toute sa place au sein du foyer numérique et encore plus avec l'interface Clear-fi qu'Acer installe sur tous ses nouveaux produits. En effet, il est possible de regarder sur son téléviseur un film stocké dans son ordinateur, de visionner sur sa tablette des photos prises par son smartphone ou encore d'écouter sur son smartphone Iconia Smart des musiques enregistrées dans la bibliothèque de son ordinateur. Selon nous, l'ordinateur est au cœur de ce monde numérique qui communique.

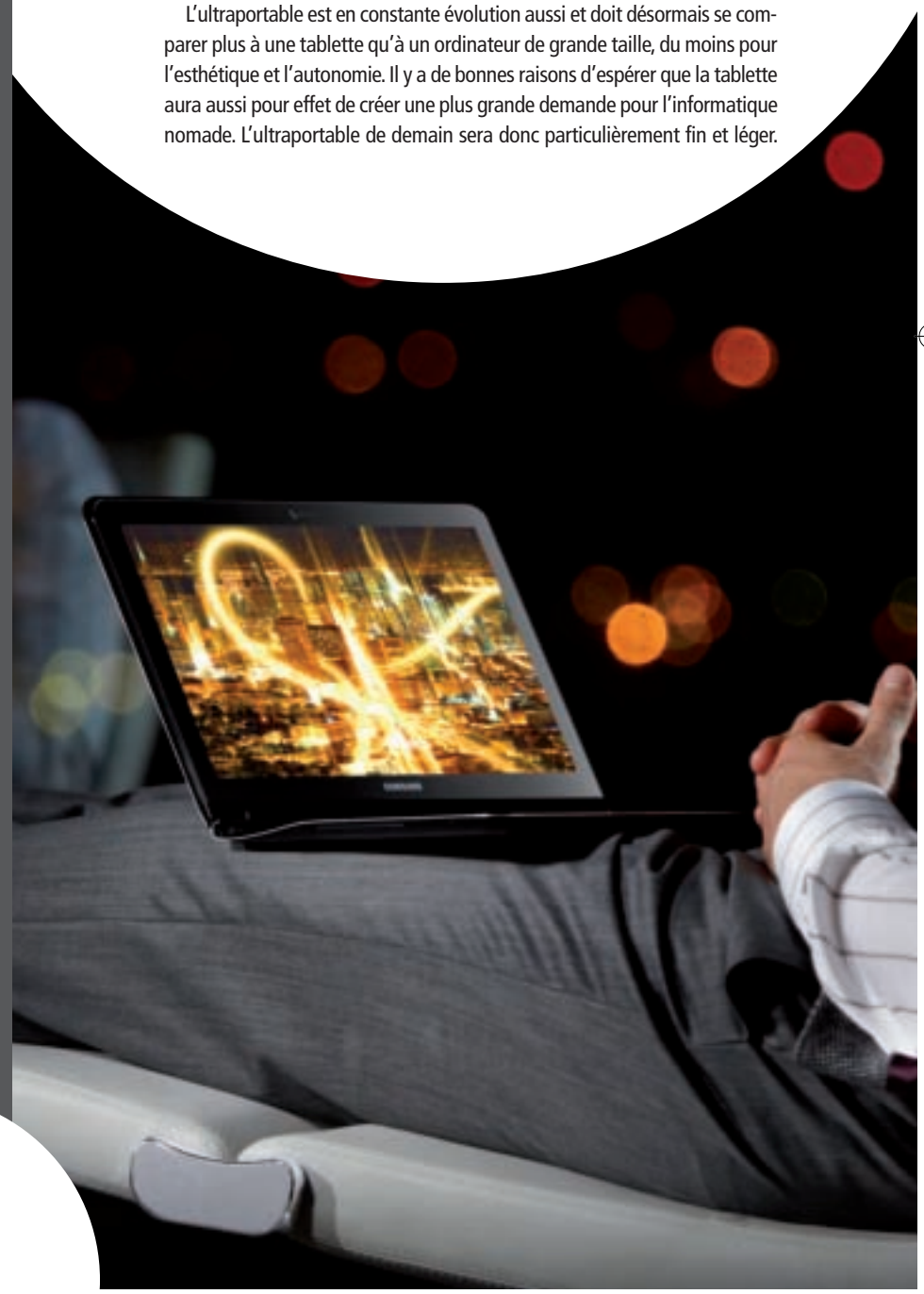
L'ultraportable va-t-il devenir le standard ?
Aujourd'hui, la portabilité est un facteur important dans l'évolution des produits électroniques. Mais nous ne pensons pas que l'ultraportable deviendra un standard. L'ultraportable ne répond qu'à une partie des besoins. C'est le produit idéal pour les nomades recherchant un produit léger, non encombrant et avec une longue autonomie, mais il ne répond pas aux besoins des consommateurs recherchant un confort optimal d'utilisation (grande taille d'écran, carte graphique puissante et clavier élargi).

Quel avenir pour les grandes tailles?
Le segment des ordinateurs portables à grandes tailles d'écrans (17 pouces et plus) reste la particularité du marché français. Il est stable et représente environ 40 % du marché total des ordinateurs portables. Une fois de plus, cela insinue qu'un grand nombre de consommateurs préfère le confort d'utilisation au détriment de la portabilité. Les utilisateurs auront toujours besoin d'une taille d'écran confortable pour travailler, jouer, visionner des films… La tablette et l'ultraportable ne remplaceront pas la qualité d'affichage, le confort visuel et les technologies plus poussées qu'il est possible d'obtenir avec un ordinateur. Ces marchés vont trouver leur place et se compléter dans les usages. On parlait déjà de multi-équipement mais c'est encore plus vrai maintenant.

un circuit graphique suffisamment performant tout en consommant moins. Il est possible de construire autour un netbook raisonnablement performant et très autonome, tout en restant sous la limite des 300 euros. Ce netbook d'un nouveau genre doté d'un écran 10 ou 12 pouces s'acquitte très convenablement de toutes les tâches, y compris la vidéo HD et le jeu pas trop exigeant. En face, le couple Intel Atom double cœur et le circuit graphique Ion 2 de Nvidia permet sensiblement la même chose, mais la consommation est plus importante et il faut donc une batterie plus lourde et plus encombrante à autonomie égale. Quoi qu'il en soit, ce netbook d'un nouveau genre s'insérerait parfaitement entre la tablette sept à 10 pouces et l'ultramobile 13 à 14 pouces. Reste à assainir le marché pour en éliminer les propositions qui ne répondent pas à ces critères et créer ainsi un rayon qui offre une montée en taille logique. Du rayon smartphone 3-5 pouces, on passe à celui de la tablette 7-10 pouces, de là on passe au netbook 10-12 pouces pour arriver au notebook ultra-mobile 13 pouces et finir au 17 pouces.

Un ultraportable encore plus ultra

L'ultraportable est en constante évolution aussi et doit désormais se comparer plus à une tablette qu'à un ordinateur de grande taille, du moins pour l'esthétique et l'autonomie. Il y a de bonnes raisons d'espérer que la tablette aura aussi pour effet de créer une plus grande demande pour l'informatique nomade. L'ultraportable de demain sera donc particulièrement fin et léger.



Le plus petit CPL au monde !

NETGEAR CPL 200 Nano

Compatible avec **toutes les Box**
Livebox®, Freebox®, neufbox®...

NOUVEAU!

NETGEAR XAVB2101

Envie de jouer en ligne sans lag, besoin de connecter la Télé à votre Box ou votre PC à Internet... Optez pour le CPL 200 NETGEAR

3 bonnes raisons de choisir le CPL 200 Mbits/s NETGEAR

- Petit et performant il passera inaperçu dans votre salon !
- Compatible avec tous les boîtiers CPL HomePlug AV du marché et toutes les Box de vos Fournisseurs d'Accès Internet
- Faites des économies d'énergie (moins de 1W en veille) !

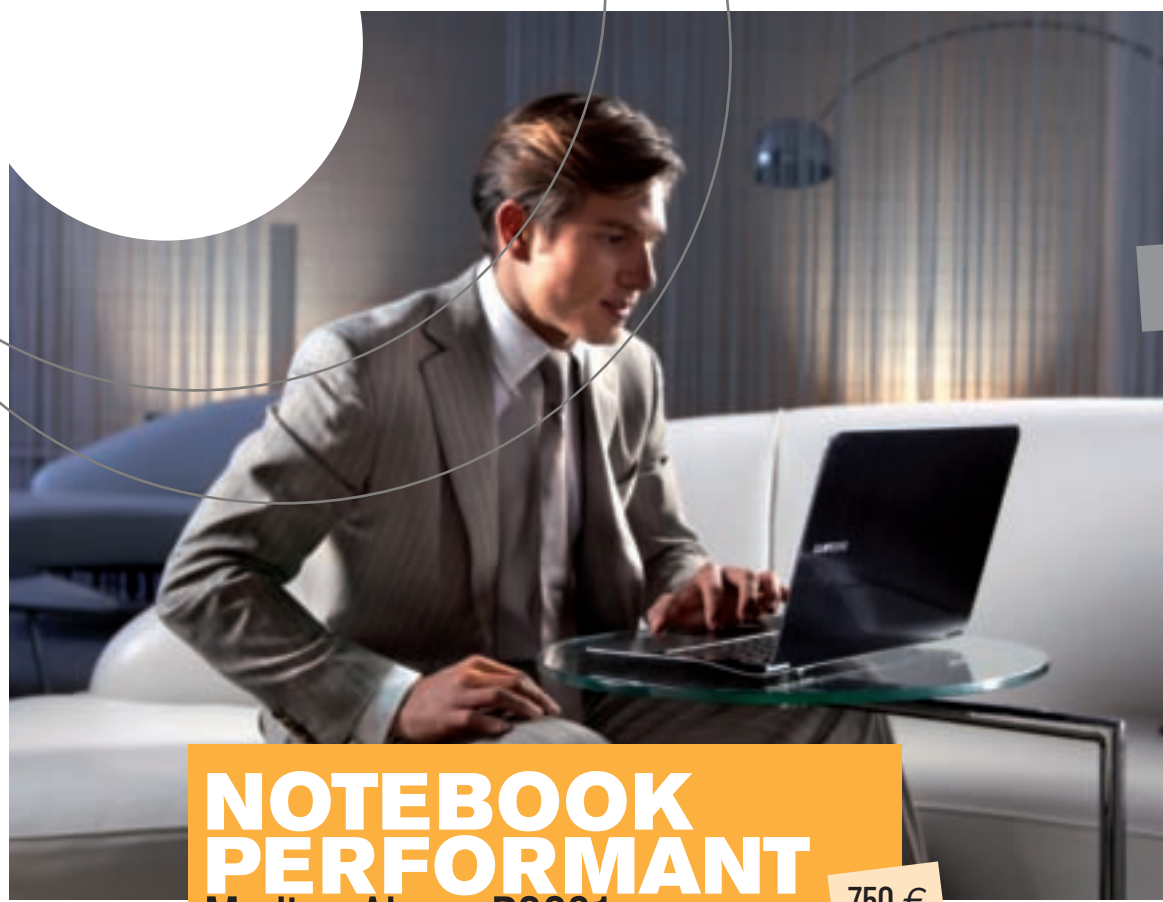
Mac

NETGEAR Green

Toutes les marques citées sont des marques déposées appartenant à leurs propriétaires respectifs....

NETGEAR®
Connect with Innovation™

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

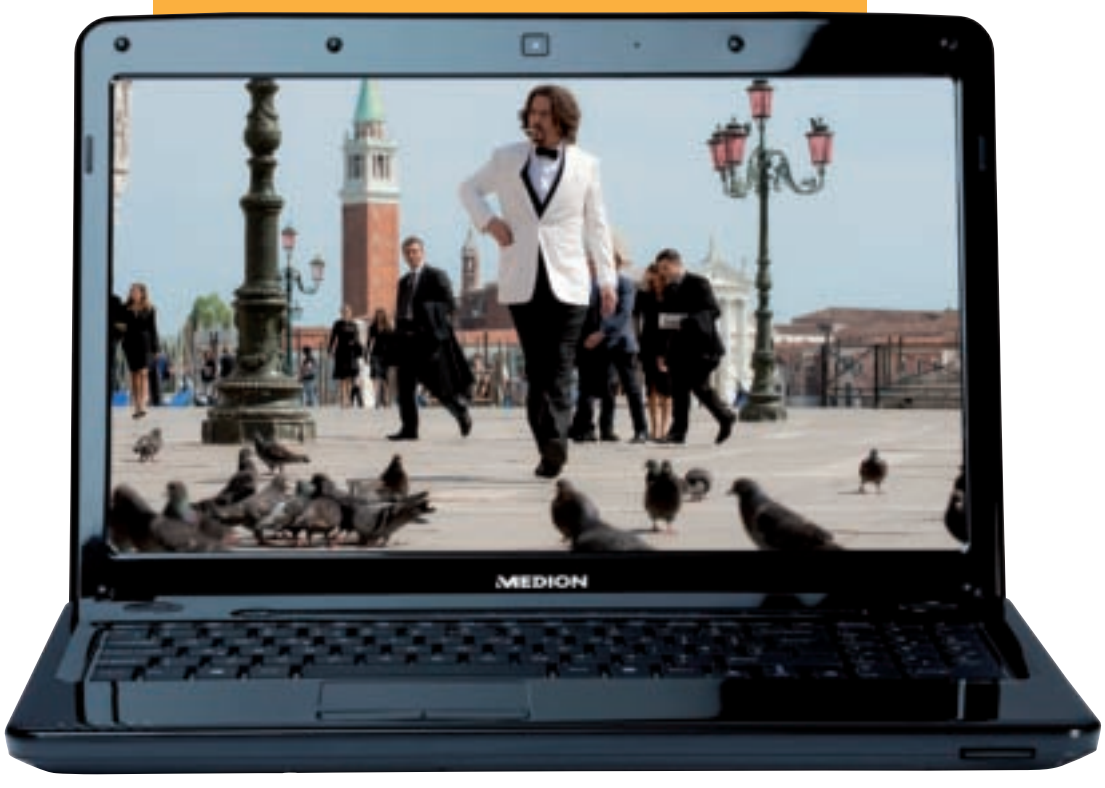


NOTEBOOK PERFORMANT

Medion Akoya P6631

750 €

En intégrant la seconde génération de processeurs Core i d'Intel dans ce portable 15,6 pouces, Medion montre qu'il est possible de proposer un ordinateur élégant, assez léger et performant à un prix contenu mais qui représente néanmoins déjà une bonne montée en gamme. Le design est réussi avec du plastique noir glossy de qualité et un aspect sobre qui devrait plaire au plus grand nombre. Le poids de 2,6 kilos reste contenu, tout comme l'épaisseur est réduite avec 34 mm en son point le plus épais. Doté d'un processeur Core i5 Sandy Bridge et d'une carte graphique Nvidia GT 540M, les performances sont très satisfaisantes et n'excluent aucune activité.



CE QU'EN PENSE... ASUS

Mustapha Nari, Directeur Commercial

JDLI : Quel est l'avenir de l'ordinateur ?
Mustapha Nari : Il n'y a aucun doute, l'ordinateur est et restera le premier écran individuel acquis par les particuliers. Il va continuer à évoluer au gré des technologies.

Entre la TV et la tablette, quelle sera la place de l'ordinateur ?
La TV et l'ordinateur sont deux éléments centraux de la maison. Une tablette ne les remplacera pas. Par ailleurs, l'ordinateur permet de recharger en contenu la tablette et le téléviseur (avec des films, des jeux, de la musique, des photos). On s'inscrit ici dans la convergence numérique avec différents appareils qui communiquent ensemble.

L'ultraportable va-t-il devenir le standard ?
L'ultraportable comprend les ordinateurs portables aux tailles inferieures à 15 pouces et supérieurs à 12 pouces. En France, ce segment représente environ 7% du marché. Pour l'anecdote, Il faut savoir qu'en Asie il monte jusqu'à 70 % (source GfK) ! L'ultraportable est une machine à destination d'une certaine catégorie d'acheteurs qui répondent à une définition assez précise : des nomades, qui ont besoin d'un peu plus de puissance de traitement que ne peut leur offrir un netbook avec une taille d'écran légèrement plus grande aussi. Ce sont finalement le plus souvent des professionnels.

Quel avenir pour les grandes tailles ?
Les grandes tailles d'écran (supérieur à 14 pouces) représentent actuellement 70 % des ventes. Ce sont les produits les plus appréciés des consommateurs français, notamment grâce au très bon rapport puissance/prix. De plus, avec l'émergence des tablettes, la montée en gamme par la taille d'écran se fait tout naturellement. La tablette de 10 pouces pour la consultation occasionnelle et le jeu casuel, le netbook de 10/12 pouces pour la productivité mobile, l'ordinateur 15/17 pouces pour l'univers du multimédia et du jeu , la TV pour le home cinéma. Les grandes tailles d'écran restent le premier équipement avec l'ordinateur fixe et ont donc encore un bel avenir devant eux.

MEDION® recommande Windows® 7.

MEDION®
www.medion.fr

Neueste Technologie.*
C'est du lourd!

GERMAN QUALITY AND PERFORMANCE

*Technologie de pointe.

Venez nous retrouver Espace Ravel – **Stand 04**

MEDION® AKOYA® P5302 D avec Windows® 7 Home Premium authentique.

1102_JDLI_210x297_final.indd 1 03.05.2011 12:36:12 Uhr

CE QU'EN PENSE... MEDION

Grégory Gegou, Directeur Général

JDLI : Quel est l'avenir de l'ordinateur ?
Grégory Gegou : La mobilité reste un facteur crucial pour l'avenir, d'où une nécessité de plus en plus importante de répondre aux exigences des utilisateurs en termes de portabilité et de grande autonomie de la batterie. Les PC et notebooks standards auront toujours leur place dans l'univers multimédia, mais avec des offres nettement plus limitées face à la réduction des scénarios d'usage qui s'orientent plutôt en faveur des produits mobiles tels que les tablettes ou les smartphones. Toutefois, le PC standard reste toujours d'actualité pour les applications ou les jeux les plus exigeants et demeure également un système confortable pour la bureautique. Enfin, la valeur d'un ordinateur sera indéniablement basée sur des éléments clés tels que les contenus et les applications.

Entre la TV et la tablette, quelle sera la place de l'ordinateur ?
La TV et la tablette offrent un système idéal pour tout type de consommation et de communication multimédia. En revanche, l'ordinateur servira principalement de station de travail dans des environnements privés ou professionnels pour la création ou l'archivage de documents plutôt que d'outil de communication ou multimédia.

L'ultraportable va-t-il devenir le standard ?
Chez Medion, nous estimons que le marché de l'ultraportable offre un grand potentiel aussi bien en termes de mobilité que de commodité. Cependant, nous n'irions pas jusqu'à soutenir que l'ultraportable deviendra un standard comme les tablettes ou les netbooks, dont le format est acquis pour la mobilité ou bien encore les ordinateurs à larges écrans pour des usages sédentaires.

Quel avenir pour les grandes tailles ?
Les grandes tailles d'écran seront toujours aussi importantes pour toutes les applications dites créatives et non liées aux usages de communication. On les retrouvera ainsi dans les ordinateurs portables dits transportables qui perdront leurs fonctionnalités de consultation Internet et d'outil de communication et verront ainsi leur offre en nette baisse.

Son autonomie devra viser les 10 heures. Pour autant, les performances seront sans compromis et c'est possible avec la nouvelle génération de processeurs Core i5 d'Intel, en particulier les modèles à basse consommation. 1,3 kg, 1 cm, 10 heures, Core i5 M : telles devraient être les mensurations. La montée en gamme pourra se faire classiquement par le passage à un processeur plus performant, par la présence d'un circuit graphique décent et par le remplacement du disque par de l'SSD. La finition et l'esthétique joueront un rôle primordial dans la décision d'achat. Certains ont déjà choisi d'avoir recours à des matières plus nobles que le plastique par exemple. Désormais, il est aussi possible de contourner le démarrage un peu lent de Windows avec un mode veille zéro consommation qui permet de revenir à l'activité en quelques secondes comme le propose déjà Samsung.

Par l'équipement et la 3D

Les tailles plus conventionnelles peuvent également profiter d'une meilleure intégration. Ainsi, le 15,6 pouces, qui cette année encore sera la taille la plus vendue, peut passer allègrement sous les 2,5 kg sans que cela n'entame les performances. Et le 17 pouces toujours très en vogue dans notre pays, peut lui passer sous les 3 kg. Ce sont à peu près là les seules innovations attendues dans l'immédiat car il n'y a pas grand évolution dans les composants. Les usages particuliers peuvent tout de même profiter d'une innovation plus radicale avec la 3D. Les ordinateurs 15,6 et 17 pouces multimédia haut de gamme ou à destination des joueurs peuvent se doter de circuits graphiques sans compromis, proche de ce qu'un ordinateur de bureau est capable de faire. Ils peuvent aussi intégrer une dalle LCD suffisamment rapide pour être compatible 3D et surtout directement l'émetteur pour les lunettes actives. Equipés de la sorte, ils permettent non seulement de jouer à un des 500 titres disponibles en 3D mais aussi de restituer des films en 3D, notamment sur Blu-ray si un lecteur est intégré. Toshiba et Asus ont même déjà présenté des ordinateurs portables 3D qui se passent de lunettes, grâce à un système de caméra qui suit les mouvements des yeux de l'utilisateur pour aligner la grille de l'écran.

ASUS recommande Windows® 7.

ASUS®
Inspiring Innovation • Persistent Perfection

Eee Slate EP121

D I F F É R E N T E

Bien plus qu'une tablette tactile

Découvrez l'Eee Slate EP121

La tablette la plus puissante au monde

En combinant astucieusement productivité et multimédia, la tablette Eee Slate EP121 vous propose une solution mobile sans compromis.

L'Eee Slate EP121, est bien plus qu'une tablette tactile. Avec son processeur Intel® Core™ i5 et son système d'exploitation Windows 7 Edition Familiale Authentique, l'Eee Slate vous offre la puissance nécessaire pour utiliser vos applications favorites en mutlitache. Sa grande compatibilité avec vos appareils et périphériques habituels vous permettra de profiter pleinement de vos données.

Grâce à l'écran 12,1 pouces et son large angle de vision, participez à l'expérience tactile polyvalente, du bout des doigts ou avec un stylet. Enfin, pour un confort maximal, un clavier Microsoft sans fil Bluetooth viendra se glisser sous la tablette pour vous aider à saisir votre travail. A vous de choisir comment vous utiliserez votre Eee Slate.

Tablette

Un nouvel écran

La tablette, c'est le nouvel appareil de consultation universel qui remplace le livre, le journal, l'album photo, le lecteur vidéo et la console de jeu. Elle s'attribue aussi le Web pour une bonne partie. Mais sur ce marché naissant, l'embouteillage s'annonce déjà, tout comme la difficulté de se différencier car le choix du système d'opération est plutôt limité.

TABLETTE IOS

Apple iPad 2

à partir de 490 €

Avant même que la concurrence n'ait eu le temps de riposter à l'iPad, la deuxième version arrive et fait remonter la barre d'un cran. Comme à son habitude, Apple ne change pas une formule qui gagne mais la fait évoluer en douceur. Ainsi, l'iPad 2 est déjà plus fin et un peu plus léger. Sa forme est plus élancée, bref il séduit davantage. L'écran demeure inchangé mais le rétro-éclairage est plus puissant pour une meilleure luminosité. Sinon, il est toujours aussi bon. Deux capteurs font leur apparition, un en façade, l'autre au dos. La vidéoconférence avec l'iPhone 4 est donc possible. Les clichés sont en revanche décevants, tout comme la vidéo. Comme pour l'iPhone avant lui, la tablette ne progresse que lentement sur ce point. Les performances sont elles décuplées par l'intégration d'un nouveau processeur A5 double cœur plus rapide et qui dispose aussi d'un circuit graphique plus performant. Conséquence immédiate, le multitâche se passe bien et tout devient plus fluide. Les jeux en profitent bien sûr en premier lieu avec des possibilités comparables à une console de salon. Avec un adaptateur vendu en option, l'iPad 2 pourra se connecter à un écran Full-HD par le HDMI et il sera possible d'y jouer en 1080p, l'iPad ne servant plus que de manette. L'iPad 2 peut également lire sans problème une vidéo Full-HD mais la sortie HDMI limite au 720p, sans doute pour des raisons de reproduction. Pour le reste, l'ergonomie et l'App Store demeurent inchangés mais on ne s'en plaindra pas.

Il est tout de même incroyable qu'il soit possible d'inventer un concept complètement nouveau dans notre monde technologique d'aujourd'hui ! En fait, ce concept n'est pas si neuf que cela. Il y a quelques années, le Tablet PC avait déjà anticipé sa création. Il s'agissait d'un ordinateur sous Windows dont l'écran pouvait se tourner et se replier sous forme de tablette. Si l'idée avait de quoi séduire, le poids et surtout une réactivité tactile en retrait ne lui ont jamais permis de sortir de l'environnement professionnel et de la confidentialité. Comme ce fut déjà le cas pour le smartphone, Apple a été au bout de la logique sans se fixer de limites ce qui l'a conduit à sortir l'iPad, une véritable tablette qui abandonne toute autre méthode de saisie que celle du tactile. Le français Archos très en avance sur le domaine a sorti de son côté une tablette presque en même temps mais qui, faute de système d'exploitation disponible, a ruiné ses chances en tournant sous Windows.

L'iPad en défricheur

De fait, l'iPad a véritablement initié la catégorie dont il fut d'ailleurs le seul représentant pendant plusieurs mois. Comme souvent, le concept est en fait assez simple. Pouvant se passer de tout périphérique de saisie, la tablette se résume pour l'essentiel à un écran, quelques boutons et une connexion. La taille retenue par Apple est de 9,7 pouces pour l'écran. Tout se pilote par les doigts en tactile et la clef de la réussite réside évidemment dans le bon fonctionnement de cette technologie qu'Apple maîtrise à la perfection sur son iPhone. Autre décision importante, les composants sont issus de la téléphonie mobile et non de l'informatique ce qui permet de limiter l'encombrement, de garantir une bonne autonomie et un démarrage rapide. Autre emprunt au smartphone, le marché applicatif d'Apple garantit à la tablette de nombreux programmes pour démultiplier ses possibilités. Il s'en est suivi le succès que l'on connait. En France, il s'est vendu 435 000 tablettes en 2010 et avec seulement quelques modèles en rayon même 160 000 au seul mois de décembre, soit plus que de netbooks. D'ailleurs seuls Archos, Samsung et Toshiba furent prompts à réagir en sortant des tablettes au second semestre 2010.

A la queue leu leu

Tous les autres fabricants se sont affolés à partir du moment où le succès de la catégorie se profilait. Il fallait déjà trouver un système d'exploitation compatible avec les exigences d'une tablette et ce fut immédiatement Android qui fut retenu. Finalement assez similaire à l'iOS d'Apple, il est également issu du monde de la téléphonie mobile et il est doté d'un marché applicatif. Le problème de ce choix réside dans la conception même de la tablette. Déjà la coque se limite en façade pour l'essentiel à l'écran, la tranche est la plus fine possible et le dos est plat et lisse pour des raisons évidentes d'ergonomie. Il n'y a donc que peu de marge pour une personnalisation. De même à l'intérieur, ce sont des composants de téléphone qui officient et le choix du processeur est pour le moins limité, en gros à deux ou trois modèles. Là encore, difficile de se différencier. Et comme absolument tous les fabricants impliqués dans le hi-tech se mettent à la tablette, on se retrouve avec 50 modèles sous Android à sortir en 2011 ; et ils sont tous similaires. Certains constructeurs ont donc cherché des alternatives et ils en ont trouvé deux. Les fabricants de l'IT ont eu recours à Windows 7 qui est tactile, ce qui est un choix lourd de conséquences comme nous le verrons. D'autres ont choisi de se lancer comme Apple dans un OS propriétaire, c'est le cas d'HP avec son Web OS acquis en même temps que Palm et de RIM avec Tablet OS. Le problème réside bien évidemment dans la nécessité d'atteindre une taille critique pour créer un environnement suffisamment riche et surtout arriver à proposer un marché applicatif concurrentiel.

Tous sans exception ou presque

Si dans l'histoire du hi-tech, il y a toujours eu des tentatives de diversification des constructeurs, souvent par des rachats, le phénomène tablette a créé une situation inédite. Comme l'objet est le premier à être réellement convergent par essence, il peut s'associer à de nombreuses catégories. La tablette n'est pas si éloignée de l'ordinateur par certains usages et par sa taille, elle s'utilise dans le salon et peut donc se rapprocher de l'univers brun. Elle reprend du téléphone mobile son concept tactile, sa connexion et son environnement applicatif. Tous les fabricants hi-tech se sont donc lancés immédiatement dans l'aventure quelles que soient leur origines. Il y a déjà les fabricants d'ordinateurs dont

aucun ne s'est abstenu. On peut citer Acer, Asus, Dell, HP et MSI. Il en va de même pour la téléphonie mobile avec HTC, Motorola, RIM, ZTE et Huwaï. Les grands généralistes présents sur la téléphonie mobile, l'iT et l'EGP sont évidemment de la partie aussi comme Samsung, LG, Sony et Toshiba. Le brun est représenté par Panasonic et même les spécialistes de la TV comme Sharp et Loewe s'y commettent. Sans compter de nombreuses marques opportunistes qui sourcent un peu tout et n'importe quoi en Chine. Il y a aussi quelques absents de marque comme en téléphonie Nokia qui est spécialisé dans les trains qui partent sans lui depuis quelque temps déjà. Philips ne s'est logiquement pas engagé non plus, étant présent ni en téléphonie, ni en informatique.

De nombreuses questions

Cette situation crée un capharnaüm sans nom sur un marché qui débute à peine et plonge sans doute la distribution dans la perplexité la plus totale. Dans quel rayon ranger la tablette ? Faut-il référencer de nombreux modèles qui sont très similaires ? Qui est légitime ? Quel est d'ailleurs le potentiel de la tablette ? Sur quelles autres catégories va-t-elle empiéter ? Les annonces qui se succèdent ne sont sans doute pas faites pour rassurer, tout comme chacun semble naviguer à vue. Il faut aussi se poser la question de l'OS. Une tablette informatique sous Windows a-t-elle une quelconque chance de séduire le grand public ? Pourquoi Microsoft n'a-t-il pas développé une version tablette de Windows Phone ? Les systèmes propriétaires ont-ils une chance de réussir ?

Par l'usage comme toujours

Pour répondre à toutes ces interrogations et aussi clarifier un peu ce que sera le rayon tablette, il faut déjà se poser la question des usages qui est à la base de tout. La tablette n'est pas arrivée par hasard en 2010. Elle est la

500 €

TABLETTE ANDROID
Acer Iconia A500

Décidemment, le fabricant taïwanais est décidé à occuper le haut de gamme comme le prouve sa tablette sous Anrdoid en 10,1 pouces. L'écran est d'ailleurs magnifique et très résolu. Avec ses 1280 x8000 pixels, il peut revendiquer l'appellation HD. Le design a également été soigné même si avec un écran qui occupe la majorité de la face avant, il n'y a pas matière à innover beaucoup. Pour la matière, Acer a d'ailleurs opté pour de l'aluminium brossé et la finesse égale celle de l'iPad 2 ou presque avec 13,3 mm d'épaisseur seulement. La tablette est animée par un processeur Nvidia Tegra 2 comme nombre de ses concurrentes. Double cœur et doté d'un circuit graphique performant, il joue dans la même cour que l'A5 d'Apple ce qui permet à la tablette d'afficher les applications avec une bonne fluidité et d'exécuter sans heurts les jeux les plus gourmands. Le capteur arrière de 5 Mpixels promet des clichés corrects et la caméra frontale servira à la visioconférence. A signaler que la tablette restitue la vidéo en 1080p par sa sortie HDMI. L'Acer Iconia A500 est une des premières tablettes à être animée par Android 3.0. Cette version est adaptée aux tablettes et propose une ergonomie adaptée.

Retrouvez CU au MedPi 2011

Espace Ravel / Stands C05 et C07

Urbanz propose une très large gamme d'écouteurs fonctionnant avec votre iPod, lecteur MP3, téléphone mobile, PSP ou votre stéréo. Des casques funs, colorés, de toutes les tailles et pour tous les goûts !

Henge Docks invente la toute première ligne de station d'accueil pour Apple MacBook. Indispensable pour les utilisateurs qui souhaitent connecter rapidement leur ordinateur aux périphériques disponibles ou à leur système Home Cinéma. Enfin une vraie solution à tous vos problèmes de connectique !

Découvrez le **Lavish** et le **Glam** de **Cygnett** pour iPad 2. Conçu pour résister à une utilisation quotidienne et pourvu d'un design au format stand et folio, vous accéderez à votre iPad 2 en toute simplicité. Le **Lavish** et le **Glam** de **Cygnett** existent en plusieurs couleurs.

Incipio donne de la couleur à votre ordinateur tout en le protégeant, avec les coques **Feather pour MacBooK Air ou Pro**.

Elgato vous propose de regarder et d'enregistrer la télévision en direct sur votre iPad, iPhone ou votre MacBook/PC. Où que vous soyez, **Tivizen**, le récepteur TV mobile d'Elgato vous connecte à la TNT.

Roxio présente **Toast® 11 Titanium**. Ce logiciel grand public offre de nombreux avantages qui simplifieront plus que jamais la capture, la gravure, la conversion, la copie et le partage des contenus multimédias sur votre Mac.

Le **Fujitsu ScanSnap S1100** est petit, léger et simple à utiliser car il offre une suite complète de productivité. Il suffit de le connecter à un ordinateur portable via un port USB et tous les documents papier se transforment en fichiers électroniques exploitables (PDF, Word, Excel, PowerPoint* et davantage !) sur simple pression d'une touche.

Le spécialiste de la musique multi room sans fil **Sonos**, vous propose d'écouter votre musique personnelle ou en ligne dans toutes les pièces de votre maison, et ceci sans aucune contrainte.

Computers Unlimited : 2, rue de la Pâture - unité 7 - 78420 Carrières-sur-Seine
http://www.unlimited.com ou Tel : 01 39 15 92 92 ou Fax : 01 39 15 91 16 ou Email : information@unlimited.com

CE QU'EN PENSE... ACER

Daniel Trachino, Country Manager

JDLI : Comment se différencier sur les tablettes Android ?

Daniel Trachino : Tout d'abord, il y a le design. Le consommateur va regarder l'aspect général du produit, sa finition, son poids, la luminosité de l'écran et la qualité générale des matériaux utilisés. La prise en main sera également un facteur important dans l'acte d'achat puisque la tablette est un produit mobile. Acer a conçu des tablettes Android aux finitions soignées et propose à ses clients différentes tailles d'écrans, 4,8, 7 et 10,1 pouces adaptées à tous les besoins en termes de mobilité. Ensuite, le consommateur va prendre en compte l'aspect logiciel et l'usage au quotidien. Beaucoup d'acteurs lanceront des tablettes Android mais nous comptons faire la différence en ajoutant des solutions logicielles développées en interne qui permettront un accès simplifié aux réseaux sociaux et aux applications multimédia. L'objectif étant qu'elles soient conviviales, fluides et faciles à utiliser. Acer a également intégré à toutes ses tablettes la solution Clear-fi. Cette interface permet de simplifier l'accès et la gestion de tous ses contenus multimédia au sein de son foyer. En effet, tous les produits informatiques connectés en réseau apparaissent et peuvent ainsi partager leurs contenus tels que les photos, les vidéos, musiques, etc. Il est alors possible de les visualiser depuis sa tablette, même s'ils sont enregistrés dans un autre dispositif de la maison. L'aspect technologique va également entrer en compte. Par exemple, sur la tablette Iconia Tab A500, Acer a fait le choix d'intégrer une mémoire flash de 32 Go favorisant ainsi l'espace de stockage, une connectique HDMI pour diffuser des contenus sur un écran 1080p en Full-HD et selon le modèle, une connexion 3G. Enfin, les accessoires jouent aussi un rôle important puisqu'ils accompagnent le produit. En achetant une tablette, le client va vouloir se procurer une housse de protection, une station d'accueil, un clavier ou encore des adaptateurs de voyage. Le constructeur doit être en mesure de fournir ce type d'équipement dès le lancement du produit.

Tablette sous Windows ou OS propriétaire : quel est l'intérêt pour le grand-public?

Acer travaille avec deux partenaires technologiques qui sont Microsoft et Google. Nous pensons qu'il est important de continuer à offrir le choix aux consommateurs. Chez Acer, la tablette sous OS Windows est l'Iconia Tab W500. Elle prend tout son intérêt sur le marché grand public car elle permet de rester dans l'environnement Windows que tout le monde connaît et que certains veulent conserver. Pour l'adapter à l'usage tablette et rendre l'expérience tactile optimale, nous avons développé Acer Ring. Au travers de cette interface très simple à utiliser, l'utilisateur pourra accéder à un ensemble d'applications : Internet, ses contenus multimédia, son journal personnalisé, ses réseaux sociaux, ses emails, etc. De plus et dans un souci de productivité, l'Iconia Tab W500 peut être rattachée à un clavier. Elle se transforme alors en notebook traditionnel. Le clavier sert également de coque de protection lorsqu'il est rabattu sur la tablette.

Quels sont les usages de la tablette ? Est-ce qu'elle annonce la fin du netbook ?

Il existe plusieurs usages associés à la tablette. L'usage domestique permet de se connecter à Internet en quelques secondes et d'accéder à ses réseaux sociaux comme à ses applications multimédia à la maison sans être lié à un endroit. En situation de mobilité, on peut garder le contact avec ses comptes de messageries et ses réseaux sociaux même en dehors de chez soi, regarder un film ou jouer à un jeu vidéo dans les transports. Il y a aussi l'usage productif en restant connecté à son environnement de travail, pouvoir visualiser ses fichiers bureautiques ainsi que ses mails. Nous ne pensons pas que la tablette annonce la fin du netbook pour deux raisons. Tout d'abord parce que le marché du netbook reste dynamique en Europe et dans d'autres régions du globe. Pour la plus grande partie de ce marché, le prix oscille entre 199 et 299 euros ce qui représente un facteur important dans l'acte d'achat. La deuxième raison concerne les usages. Ils diffèrent complètement sur ces deux produits. La tablette sert principalement pour la consommation de contenu alors que la création restera le domaine du notebook et du netbook.

concrétisation des dernières évolutions en matière de contenu et de convergence numérique. C'est aussi pour cela qu'il faut l'aborder différemment. Ainsi, elle n'est pas concernée par le clivage traditionnel entre mobilité et salon. Son utilisation se justifie avant tout par la migration complète du contenu vers le digital. La photo, la vidéo, la musique, le livre, le magazine, le journal : ils abandonnent tous progressivement le support physique. Pour la musique, le téléphone plus compact est plus approprié mais pour le reste, la tablette est idéale. Comme toujours, tout est une question de taille d'écran qui correspond à un usage précis. Autour de 10 pouces, l'écran de la tablette s'avère idéal pour les autres contenus. C'est la bonne taille pour une vidéo en situation de mobilité mais aussi pour un livre, une BD ou un journal, ou encore pour remplacer l'album photo. Et pour tous ces contenus, le tactile apporte un surcroit de confort. A cela s'ajoutent des usages empruntés comme le jeu qui rend la console portable obsolète une fois la jouabilité redéfinie pour le tactile. Et surtout, la tablette est aussi parfaitement adaptée à un usage consultatif du Web. Tant qu'il ne s'agit que d'entrer de temps à autre un terme au clavier virtuel, cela ne pose aucun problème, au contraire. La tablette est également à l'aise dans la communication que ce soit par mail, par messagerie instantanée ou par réseau social tant que là encore il ne s'agit pas d'écrire un roman. Enfin, elle s'approprie aussi les applications du smartphone, surtout celles qui ne sont pas liées à un usage très mobile et bénéficient d'un grand écran comme les applis de vie pratique, culturelles, éducatives, informatives, etc. On le voit donc, ce ne sont pas les usages qui manquent. La tablette est en passe de devenir le lecteur

MedPi 2011 Hall Diaghilev STAND N10

MedPi 2011

Pour cette année 2011, l'équipe Matéa* aura le plaisir de vous rencontrer au **STAND N10** se situant dans le **Hall Diaghilev** du Grimaldi Forum à Monaco. Nous aurons le plaisir de vous faire découvrir toutes nos nouveautés ainsi que notre nouvelle marque **ETIGER** !

eTIGER®
WWW.ETIGER.TV
Wild instinct of Techonology! *

ETIGER-Box Androïd pour TV HD

NMP-510

Télécommande sans fil avec clavier et touch pad intégré. Rechargeable et rétro éclairé pour les noctambules!

Découvrez la puissance du système Androïd sur votre écran de télévision avec la TIGER-Box NMP-510 de eTIGER.

Le plaisir d'internet, de la TV en streaming, du cinéma, des diaporamas photo entre amis et du vidéo chat sont désormais possible allongé ou assis sur votre canapé!!!

- Système Androïd 2.3
- Wi-Fi / Connexion internet: navigateur, MSN, e-mail, skype et bien d'autres
- Media player HD compatible vidéo, photo et musique
- Accès gratuit au AndAppStore (jeux, photo, life style, sport...)
- Fixation TV simple et rapide
- Lecteur Micro SD card jusqu'à 16 Go
- Port USB host 2.0
- Port HDMI 1.3
- Webcam HD avec clip de fixation
- Télécommande sans fil 2.4 GHz avec touch pad et clavier intégré

Fixation à l'arrière de votre TV en toute simplicité!

Connexion TV et TIGER-Box via HDMI

* Technologie à l'instinct animal!
* Matéa est le distributeur officiel des marques Sigmatek, Sigmatek HDvision, Biostek, Matéa et ETIGER.

by SiGMATek®

universel des temps modernes qui remplace le DVD portable, l'album photo, le livre pratique, la bande dessinée, le journal papier, le magazine et la console de jeu sans parler des usages connectés par le Web.

Pas un ordinateur

Une fois ce champ d'action défini, tout devient plus limpide. La tablette n'est pas un ordinateur et n'empiétera pas sur son domaine de compétence. Le notebook sera toujours le seul à même de satisfaire, ce qui implique une attitude active. Dès qu'il s'agit d'écrire, que ce soit un texte ou un mail régulièrement, il faut un clavier et une souris ou un équivalent. Dès qu'il s'agit de travailler, un écran un peu plus grand est nécessaire. La retouche photo nécessite l'écran et la souris. Dès qu'il s'agit de surfer dans un but précis pour collecter des informations ou faire des comparaisons, un ordinateur est bien plus adapté. Il est aussi conçu pour échanger des fichiers entre les utilisateurs, pour gérer sa vie quotidienne. La tablette ne remplacera pas l'ordinateur tout comme ce dernier n'a pas empêché la pérennité du livre, du journal, du lecteur vidéo et de l'album photo. Il n'y a guère que le netbook qui peut être affecté pour une partie de ses usages. Disons que ceux qui l'ont acheté pour la consultation essentiellement risquent de passer à la tablette. Ceux qui s'en servent pour entrer de l'information, donc comme d'un ordinateur à bas prix, ne s'en détourneront pas, d'autant plus que le netbook se rapproche de plus en plus de l'ultraportable par sa polyvalence.

Pas un téléphone

De même, la tablette n'a aucun rapport avec un smartphone. Déjà parce qu'elle n'est pas pratique pour téléphoner et qu'elle ne se glisse pas dans une poche. Elle doit être connectée mais le WiFi peut lui suffire. La 3G lui apporte un surcroît de mobilité mais ce n'est pas impérieux, comme les opérateurs l'ont appris à leur dépend en essayant de vendre un abonnement complet à l'utilisateur. On s'achemine donc plus logiquement vers une

CE QU'EN PENSE... ASUS

Mustapha Nari, Directeur commercial

JDLI : Comment se différencier sur les tablettes sous Android ?

Mustapha Nari : Nous avons décidé de proposer trois tablettes complètement différentes permettant d'allier consultation sur le Net, la première fonction, et productivité. Les prix vont aller de 399 à 599 euros. La première à sortir est l'Eee Pad Transformer, une tablette 10 pouces accompagnée d'une station d'accueil/clavier transformant la tablette en véritable netbook. Le dock supplémentaire a un réel intérêt, car il permet de doubler l'autonomie de la tablette et d'augmenter la connectique et le confort d'utilisation. L'Eee Pad Slider est une tablette 10 pouces tout-en-un équipée d'un clavier coulissant. Enfin, la MeMO est une tablette au petit format sept pouces à glisser facilement dans son sac. Son petit plus, c'est le MeMIC, un petit appareil Bluetooth pour appeler et recevoir des appels.

Tablette sous Windows ou OS propriétaire : quel est l'intérêt pour le grand public ?

L'Eee Slate EP121, déjà commercialisé depuis le 16 février, est la tablette 12 pouces la plus puissante sur le marché en Intel Core i5 et sous Windows 7. C'est avant tout un outil de productivité ultra-réactif grâce à son processeur puissant et son disque de stockage en technologie SSD garantissant une réactivité sans faille. Elle est livrée avec un clavier Bluetooth pour un confort d'utilisation supplémentaire, sans parler de la compatibilité avec l'environnement existant. Il est facile d'installer des jeux, de créer et de lire des documents Office, de connecter une clé USB ou de regarder un film.

Quels sont les usages de la tablette ? Est-ce qu'elle annonce la fin du netbook ?

La tablette est un « super gadget tendance » pour consommer du média et aller sur Internet. Ce marché étant récent, il est prématuré de dire que les netbooks vont disparaître. En effet, même si les tablettes et les netbooks ont des points communs en tant que second équipement mobile de la maison qui permet le surf et l'accès au multimédia, le prix est leur première différence. Un netbook se trouve à partir de 199 euros, une vraie tablette à partir de 399 euros. Par ailleurs en termes de productivité et de stockage, le netbook a l'avantage. Il est particulièrement adapté aux étudiants et aux professionnels mobiles ayant besoin de taper des textes régulièrement par exemple. Le netbook offre par ailleurs une capacité de stockage minimale de 250 Go, alors qu'une tablette n'ira que jusqu'à 64 Go pour le moment. Enfin, de même qu'un ordinateur, un netbook est totalement indépendant alors qu'une tablette a besoin d'un ordinateur pour exprimer son potentiel.

Relais Wi-Fi Universel NETGEAR

Du Wi-Fi là où vous en avez besoin !

Compatible avec **toutes les Box**

idéal pour iPad®, 3DS®, tablettes PC, Smartphone

WN3000RP
Répéteur Universel Wifi N

4 bonnes raisons d'opter pour le Répéteur Universel

- Une installation à la portée de tous et sans raccordement filaire à votre Box
- Déterminez le meilleur emplacement grâce au voyant en face avant
- Connectez votre TV, votre console de jeu ou votre lecteur Blu-Ray grâce au port Ethernet/réseau
- Petit et compact il s'installe facilement partout dans la maison

Mac NETGEAR

NETGEAR®
Connect with Innovation™

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

TABLETTE WINDOWS
Asus Eee Slate

900 €

C'est la tablette de tous les superlatifs puisqu'elle affiche une diagonale d'écran record de 12 pouces pour une finesse impressionnante. Revers de la médaille, l'engin accuse un poids de 1,2 kg soit presque autant que le plus léger des ultraportables. Et à l'intérieur, on retrouve d'ailleurs des composants PC avec un processeur Intel Core i5 basse consommation qui procure à la tabelle des performances de premier ordre. Il est secondé par un disque SSD de 64 Go qui autorise un démarrage rapide. En l'absence de circuit graphique dédié, les performances ludiques sont en revanche inférieures à celles d'une tablette sous Android. On l'aura donc deviné, l'Eee Slate fonctionne sous Windows 7 et c'est bien là que réside le problème. Ce système n'a pas été conçu pour un usage tactile du bout du doigt et il faut avoir recours au stylet fourni. Il n'y a aucune application tactile spécifique fournie ni de marché applicatif bien évidemment. La tablette perd donc une grande partie de son intérêt en étant un PC sans clavier. En fait pas tout à fait, car Asus en livre un sans fil qui communique en Bluetooth. Combiné à l'étui fourni aussi et qui permet de mettre la tablette à la verticale, on se retrouve alors avec un ordinateur en kit.

extension de l'abonnement pour quelques euros de plus ou vers le partage de la connexion avec le téléphone mobile. Bien évidemment, la tablette n'entre pas en concurrence avec le téléviseur par la taille de l'écran et par l'usage individuel mais en revanche, elle peut lui être associée en tant que super télécommande. Le couple tablette plus téléviseur va sans doute donner naissance à une nouvelle forme de divertissement connecté. Le téléviseur est parfait pour afficher en grand mais il est incapable de recevoir l'information nécessaire à l'interactivité et c'est là que la tablette intervient ergonomiquement en fournissant un clavier ou en devenant une manette de jeu. Ainsi, la navigation Internet fera déjà plus sens. Pour le jeu par la prise HDMI, Real Racing 2 sur iPad 2 montre la voie. Le jeu s'affiche en Full-HD à l'écran et la tablette se transforme en volant.

Un rayon à part

Cette indentification des usages permet de répondre à la majorité des interrogations que soulève la tablette. Déjà, il y a celle du rayon adéquat qui est à créer. Il n'y a aucune raison valable d'affilier la tablette à la téléphonie, au rayon IT ou TV. Au contraire, ce serait une erreur même si la tentation pourrait être forte devant la multiplication des modèles et l'origine de leurs fabricants. Mais cela sèmerait bien trop le doute dans l'esprit du consommateur s'il retrouve sensiblement la même chose au rayon ordinateur et smartphone. Pour créer une montée en gamme et intéresser le client, il faut que l'offre soit large et regroupée au même endroit. En revanche, il fait sens d'illustrer le couple tablette et grand écran au rayon TV. Cela évitera aussi que la tablette ne vienne empiéter sur d'autres catégories et empêcher des ventes. Pour autant, cela ne règle pas le problème de la similitude et du trop grand nombre.

Une fausse bonne idée

Les tablettes sous Windows contredisent l'idée même de l'objet et c'est sans doute aussi la raison de leur échec programmé en grand public. De par les composants requis et un système d'exploitation peu adapté, la tablette sous Windows est déjà une sorte d'hybride qui ne s'assume pas. Les composants PC induisent une architecture plus complexe où performances, autonomie et finesse sont plus compliquées à marier. De même, le démarrage est plus lent même si en utilisant un disque SSD, on peut arriver à s'approcher d'une tablette sous processeur mobile. Toutefois, le plus gros handicap réside dans Windows lui-même, car même s'il est tactile, son maniement n'a pas été prévu pour le doigt. On retourne plusieurs années en arrière avec la nécessité d'un stylet. Par l'architecture x86, il faut des composants autrement plus performants pour arriver à une fluidité équivalente aux OS de smartphone et cela implique un dégagement de chaleur et une consommation bien plus importants aussi. Sans parler d'un marché applicatif inexistant et pour cause, tous les logiciels PC ont été pensés pour le clavier et la souris. Conscients des limites, les constructeurs rivalisent d'ingéniosité pour créer des hybrides par l'apparence. Tantôt, on livre un clavier, tantôt on en inclut un coulissant, tantôt on crée carrément une station d'accueil qui transforme la tablette en netbook Lego. Si c'est louable, cela contribue surtout à semer le doute dans l'esprit du consommateur car qu'elle que soit la solution, elle reste bancale. La tablette sous Windows a tout de même des avantages comme la compatibilité et la capacité d'échange, mais ces problèmes se solutionnent par l'univers applicatif sur les tablettes sous OS mobile. On comprend bien pour quelles raisons plus ou moins avouables les fabricants IT s'acharnent dans cette voie mais pour une catégorie naissante qui doit se définir, ce ne sont assurément pas les bonnes. Mieux vaut doter un netbook d'un OS mobile, cela fait plus sens. Pour Windows, il vaudra mieux attendre la version 8 qui devrait permettre l'usage d'un processeur mobile en architecture ARM et qui devrait reprendre Phone 7 pour l'interface tactile.

CE QU'EN PENSE... SAMSUNG

Sonia Guillou, Chef de groupe marketing produits communication
Agnès Van de Walle, Directrice division IT

JDLI : Comment se différencier sur les tablettes sous Android ?
Sonia Guillou : Il y a effectivement de nombreuses tablettes qui sortent ces prochains mois et on peut légitimement se poser la question. Le design est une première approche. Celui extérieur mais surtout l'intérieur par le contenu. Samsung propose déjà une interface TouchWiz qui améliore l'expérience tactile et permet de personnaliser son environnement. Ainsi, l'écran d'accueil donne accès directement à ses photos et à ses réseaux sociaux. De même, nous proposons un agenda, un gestionnaire de tâches et un lecteur audio bien plus performants. Notre processeur maison double cœur est également très performant, c'est notamment un des meilleurs pour le jeu comme l'ont confirmé des benchs indépendants. Notre approche est également connectée, ce en quoi elle se différencie des concurrents. Nous proposons des offres avec les opérateurs qui permettent d'utiliser la tablette en situation de mobilité. Samsung a pour principal avantage concurrentiel de concevoir et de fabriquer tous les composants, tout le matériel et même l'interface.

Tablette sous Windows ou OS propriétaire : quel est l'intérêt pour le grand public ?
Agnès Van de Walle : Le Samsung Sliding PC est un produit hybride, au design inédit qui allie la consultation instantanée d'informations en mode tactile à la création de contenus grâce à un clavier coulissant. Cette polyvalence est rendue possible par l'intégration du clavier coulissant qui lui permet de basculer d'un format type tablette à un format type notebook par un simple geste. Samsung offre ainsi au grand public un produit alliant le meilleur des deux mondes : celui de la tablette et celui du PC. Le Sliding PC répond, au même titre que les tablettes existantes sur le marché, à un usage principal de consultation instantanée de données (Internet, social networking) en navigant de façon intuitive avec son doigt. De plus, il s'adapte parfaitement à la communication par mail ou instantanée grâce à son clavier intégré qui facilite la saisie de texte. L'accès en mobilité aux contenus multimédia photos, vidéos et musique est grandement facilité, et les opportunités de nouvelles expériences de jeux vidéo casuals sont multipliées. Enfin et à ne pas négliger, l'enjeu de l'équipement informatique des entreprises est aussi très important. En termes d'usages en entreprise, toutes les catégories de travailleurs nomades, qui ont besoin d'un outil pour présenter leur offre à leurs clients et gérer leurs reportings, sont naturellement concernées par ce nouveau type de produits.

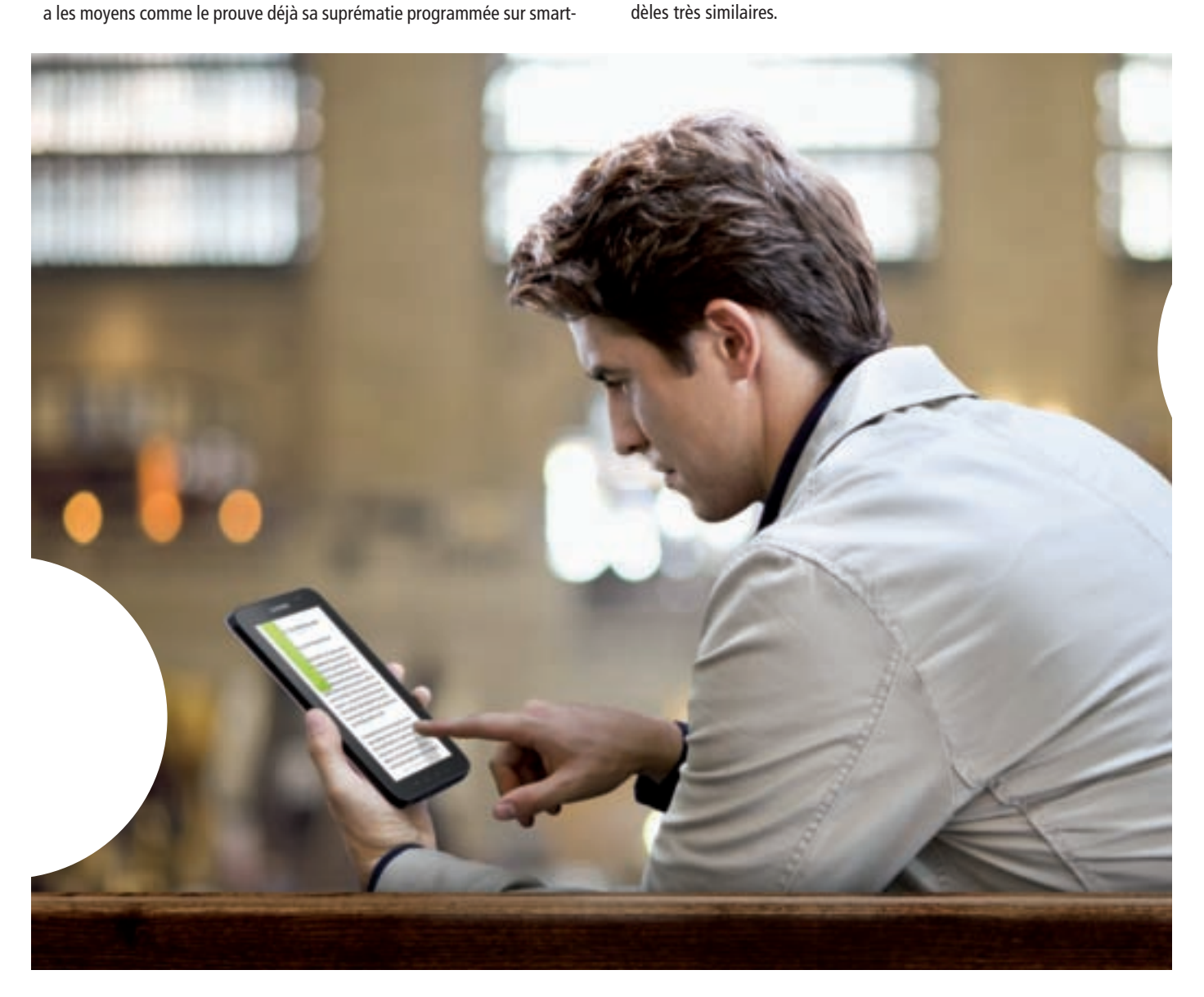
Quels sont les usages de la tablette ? Est-ce qu'elle annonce la fin du netbook ?
Sonia Guillou : Nous pensons que la tablette se destine à un usage mobile et résidentiel. A l'extérieur, la tablette est individuelle. A la maison, elle permet un partage familial. Pour les principaux usages, on peut citer la navigation Internet en tout premier, la vidéo, la lecture magazine ou BD mais aussi l'écoute de musique et la consultation des messageries. Les tablettes correspondent donc à un usage plus consultatif alors que le netbook est plus actif, plus adapté à entrer l'information. Pour autant, les activités sociales et participatives vont se développer aussi sur les tablettes. C'est aussi un peu le loisir sur tablette versus le travail sur un ordinateur.

iOS à l'origine de tout

Les OS mobiles sont évidemment largement influencés par l'original, soit iOS. Le tour de force d'Apple, c'est déjà d'avoir su créer un système qui se prête tout aussi bien au téléphone qu'à la tablette tactile. Il convainc par une excellente ergonomie, une grande stabilité et un parfaite adéquation avec les applications qui font sens sur une tablette. C'est plutôt le matériel autour qui était un peu décevant. Comme à son habitude, Apple fait évaluer son produit juste à temps avant que le marché ne riposte. Ainsi, l'iPad 2 est le nouveau mètre-étalon auxquel les autres devront se mesurer et la tâche sera ardue. Cette nouvelle mouture est élégante et toute en finesse, difficile de faire mieux de ce côté si ce n'est par un bord d'écran plus fin. L'absence de capteur photo et vidéo a été corrigée, même si la qualité laisse à désirer. Et surtout, Apple a démultiplié les performances par un nouveau processeur double cœur et un circuit graphique sur-vitaminé. Cela projette la tablette vers d'autres horizons en tant que lecteur vidéo de salon par le HDMI ou encore en tant que console de jeu qui n'a plus grand chose à envier à un modèle HD de salon. Et c'est sans parler d'un marché applicatif qui brille tout autant par le nombre que par la qualité de ses applications. Pour autant, Apple laisse du champ libre aux autres par son système très fermé sur lui-même. Même si des applications permettent de le contourner, hors iTunes et formats Apple, point de salut.

Android omniprésent

En face, il n'y a donc qu'Android pour lutter à armes égales et cet OS en a les moyens comme le prouve déjà sa suprématie programmée sur smartphone. L'ergonomie est proche d'iOS, surtout dans sa version 3.0 Honeycomb optimisée pour les tablettes. Comme c'est un système ouvert, il permet aux fabricants de proposer une compatibilité parfaite avec l'environnement informatique, tout comme l'échange est simplifié, ne serait-ce que par une prise USB. Du côté composant, une lutte s'annonce et même si aujourd'hui il n'y a guère que la solution Tegra 2 de Nvidia pour égaler les performances de l'iPad 2, une saine compétition entre Qualcomm, Nvidia et Texas Instrument devrait donner l'avantage aux tablettes sous Android. De même, l'encombrement et la consommation sont identiques à ce que propose Apple. Le marché applicatif d'Anroid court certes derrière l'App Store mais devrait être rapidement au niveau. Déjà aujourd'hui, il y a des applications développées prioritairement, voire exclusivement sous Android, c'est un signe qui ne trompe pas. Même si cette situation ne va pas durer, il sera très difficile de se différencier pendant la phase de lancement. Même OS, même marché applicatif, même form factor, mêmes composants : la tâche s'avère ardue. Il y a un fort risque que la segmentation se fasse sur de mauvais critères. A part une personnalisation de l'interface comme en proposent Samsung et HTC, il n'y a guère que le levier du prix. Les hostilités ont déjà commencé par des tablettes au rabais qui proposent une expérience amoindrie à bas prix, une très mauvaise idée. Dans un premier temps, il n'y aura donc pas d'autre solution que de proposer en rayon un choix exhaustif de qualité, quitte à avoir des modèles très similaires.



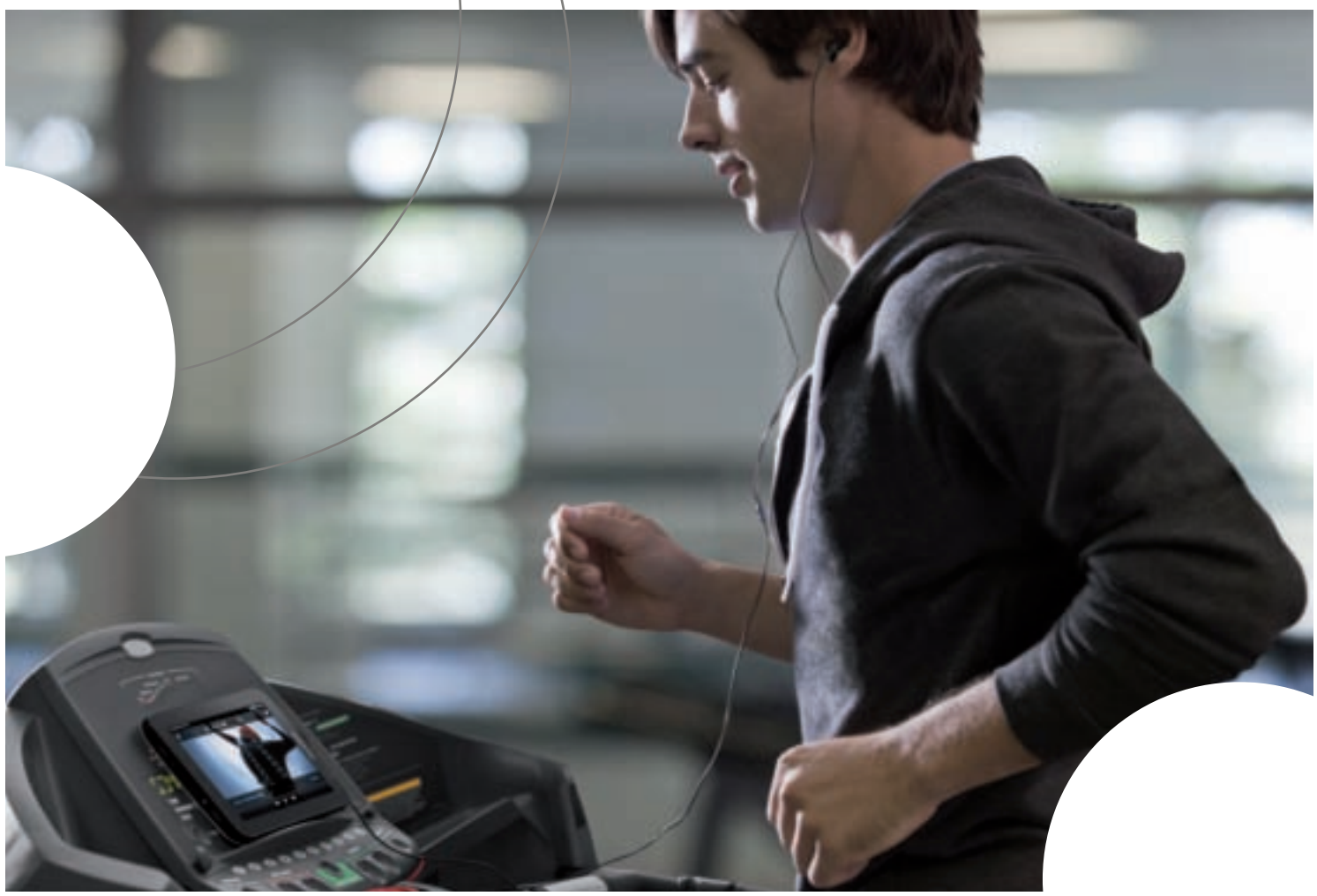
innovation & design d'excellence

unplug©

SIMPLY BETTER*

* simplement mieux

Découvrez l'intégralité de notre gamme sur le Salon du MEDPI – Espace DIAGHILEV – Stand R07
ainsi que sur notre site internet www.unplug.eu



Un OS propriétaire

La tentation est évidemment forte de créer un OS propriétaire et de s'opposer directement au concept Apple. Toutefois, deux problèmes majeurs se posent : celui d'arriver après, longtemps après, et celui d'atteindre une taille critique. Ainsi, RIM propose une tablette séduisante mais comment feront-ils pour promouvoir suffisamment leur environnement et attirer les développeurs ? Pour leur tablette, ils ne peuvent pas compter sur ce qui les différencie en smartphone, soit le concept du clavier associé à la messagerie. HP est certes le leader mondial de l'informatique et WebOS de Palm est convaincant mais cela coûtera énormément d'argent en promotion et en investissement pour créer un environnement concurrentiel à l'offre iOS et Android. En attendant de voir ce qui va se passer, cela permettra en tous les cas de proposer une offre alternative dans un rayon qui risque bien d'être très uniforme par ailleurs. A signaler aussi que partir sur d'autres tailles d'écran n'apporte pas grand-chose non plus. Le concept même de la tablette repose sur l'utilisation d'un écran qui va de sept à 10 pouces avec tous les intermédiaires imaginables. Plus petit, c'est un smartphone, plus grand, un ordinateur.

De nouveaux usages

En fait, il ne faut pas se laisser perturber par cet état du marché qui est surtout dû à sa jeunesse. Les choses vont évoluer très vite et il y aura de nombreuses possibilités pour créer un rayon et des produits qui permettent la différence et la montée en gamme. Si cela ne peut guère se faire par le form factor et le design, on peut compter sur les composants et le contenu. La concurrence entre les fabricants de processeurs mobiles déjà évoquée devrait créer une montée en gamme et des possibilités nouvelles. En fonction des fabricants, on nous annonce pour la fin de l'année et pour 2012 une nouvelle génération de composants qui vont tout simplement faire exploser toutes les frontières actuelles. Ce qui motive sans doute aussi Microsoft à sortir Windows 8 du carcan de l'architecture PC en x86 pour adopter l'ARM qui régit l'univers mobile. Il s'agit de processeurs quadruple cœur accompagnés de circuits graphiques aux performances décuplées. On sera dans les capacités actuelles d'un ordinateur performant alors qu'en même temps, la consommation sera réduite par rapport à la génération actuelle. Cela risque bien aussi de faire exploser l'équilibre actuel qui règne en informatique mais c'est une autre histoire. Si pour le téléphone, une telle puissance parait presque démesurée, elle fait sens sur une tablette qui ne connaîtra plus de limites, ne serait-ce que pour le jeu. Mais l'essentiel est ailleurs. En conjonction avec un réseau domestique omniprésent, un très haut débit qui arrive et une convergence devenue réalité, la tablette pourra se poser en élément central. Avec le grand écran du téléviseur, elle pourra échanger, servir de boîtier de commande mais aussi de source de contenu. Avec l'ordinateur, elle pourra échanger mais aussi en recueillir tous les fichiers pour les diffuser ailleurs. Elle sera la pierre angulaire qui fait le lien entre l'acquisition par le Web et la diffusion sur les écrans de la maison. Pour cela, il faudra créer des ponts, notamment par la communication et le sans fil. La tablette n'en est donc qu'à ses débuts, en période de rodage. La seule réelle interrogation qui reste concerne le succès des OS à terme et le développement des marchés applicatifs sur lesquels aucun modèle économique viable ne semble vouloir se dessiner. Comme le souligne GfK, le contenu mobile baisse en valeur par la généralisation du bas prix et de la gratuité alors que le nombre d'actes augmente. Le modèle à un euro ne pourra pas suffire pour concentrer tous les développements sur la seule tablette.

DISTRIBUTION EXCLUSIVE

bigben interactive

TURTLE BEACH®

- Casque gaming radio fréquence 2.4GHz pour Xbox 360™.
- Télécommande de contrôle du volume et d'activation/désactivation du micro.
- Réduction des bruits extérieurs, micro flexible.
- Niveaux de la musique et des dialogues réglables séparément.
- Fonction Chat Boost™: ajustement automatique du volume des dialogues par rapport au volume du jeu.

- Casque filaire compatible PS3™, PC et Xbox 360™.
- Télécommande de contrôle du volume et d'activation/désactivation du micro.
- Réduction des bruits extérieurs, micro flexible.
- Niveaux de la musique et des dialogues réglables séparément.
- Fonction Chat Boost™: ajustement automatique du volume des dialogues par rapport au volume du jeu.

Autres produits TURTLE BEACH®

Informations : www.bigben.fr

Superphone

Le mobile sous stéroïdes

Le smartphone a convaincu à tel point qu'il va sans doute remplacer à terme le téléphone multimédia. Mais ses ambitions ne s'arrêtent pas là. Avec l'arrivée de processeurs surpuissants, le couteau suisse de l'électronique pourrait bien partir à la conquête du foyer.

Il n'y a pas grand risque à affirmer que le smartphone a convaincu. Un tiers des ventes de téléphones mobiles en 2010 et 50 % prévus en 2011 ! Il est probable que même les constructeurs n'en espéraient pas tant quand ils se sont lancés. Il est d'ailleurs amusant de constater que c'est le monde professionnel que visait Microsoft avec ses téléphones sous Windows qui ont initiés la catégorie. C'est Apple qui a vu juste avec l'iPhone mais le temps de la domination insolente semble révolu. Le téléphone à la pomme passe d'environ 40 % de parts de marché aux alentours de 30 % en 2010, ce qui reste une performance incroyable d'autant plus que le nombre de smartphones vendus a presque été multiplié par deux. Mais Apple laisse du champ avec sa politique mono produit et les constructeurs l'ont bien compris d'autant plus qu'ils ont désormais un système d'exploitation comparable à leur disposition avec un Android devenu enfin mature. Déjà, il équipe désormais une majorité de smartphones vendus. A cela s'ajoute un Windows Phone 7 qui démarre doucement mais qui devrait prendre des parts de marché plus significatives grâce à l'accord signé avec Nokia. Comme en revanche, il est difficile de s'exprimer sur un OS partagé avec les autres constructeurs, c'est sur le matériel que la différence peut se faire. Les systèmes propriétaires ne jouent d'ailleurs pas dans cette arène de la surenchère avec un Bada que Samsung réserve à la diversification et des BlackBerry qui s'orientent avec succès vers des usages particuliers.

Un tout-en-un qui a réussi

Si on met un instant de côté l'ergonomie tactile et les marchés applicatifs qui sont responsables d'un bonne part du succès, il reste le smartphone en lui-même qui est le premier tout-en-un mobile qui a réussi. Ce qui a convaincu une large audience, c'est que toutes les fonctions sont réellement utilisables tout en ayant l'appareil toujours sur soi dans sa poche. Il y a déjà l'évident avec une fonction baladeur audio qui n'a rien à envier à un modèle dédié et qui va d'ailleurs sans doute causer la disparition pure et simple de la catégorie. En vidéo, le smartphone est handicapé par une taille d'écran incompatible avec des longs métrages. Mais la tendance actuelle étant au quatre pouces, voire un peu plus, il devient possible de regarder de courtes séquences et même une série TV. Le téléphone est aussi devenu un appareil photo décent au fil du temps. Aujourd'hui, le standard s'établit à 5 voire 8 Mpixels et les clichés délivrés sont de bonne facture tant que la lumière ne baisse pas trop. Il reste des progrès à faire en haute sensibilité. En revanche, il sera difficile d'intégrer un zoom optique car l'objectif ne peut pas se miniaturiser au-delà de ce que permet la physique. La prise de vue vidéo souffre un peu du même problème mais y ajoute aussi un souci de fluidité. Le smartphone sait aussi se transformer en console de jeu portable qui n'a plus grand-chose à envier à un modèle dédié, avec de surcroit des jeux au prix cinq à 10 fois inférieur. L'accès au Web mobile est une autre raison du succès. Sur un écran de quatre pouces, il est possible de surfer pour aller chercher une information dont on a besoin en situation de mobilité. De même, la consultation des mails et des réseaux sociaux se fait très bien tant que la réponse se limite à quelques mots. Enfin, le smartphone fait office de GPS et le logiciel de navigation pour la voiture est désormais gratuit sous Android. Sinon, il s'acquiert sinon pour quelques euros.

Par l'aspect

Voilà en résumé ce qu'un smartphone d'aujourd'hui est capable de faire. Et cela laisse pas mal de champ libre aux constructeurs pour se différencier et créer une gamme qui permet d'affronter la pensée unique d'Apple. Le processeur peut être plus ou moins puissant, le capteur photo peut afficher plus ou moins de pixels et la vidéo peut passer à la HD. Mais c'est surtout sur le form factor que l'on peut jouer. D'un côté, on peut proposer un écran de petite taille pour ceux et surtout celles qui privilégient un moindre encombrement. A l'opposé, on peut agrandir l'écran jusqu'au quatre pouces ou plus tout en essayant de compenser la plus grande surface par un bord qui diminue et une épaisseur plus fine. Certains vont même jusqu'au cinq pouces mais c'est la limite, ensuite c'est une tablette. Si l'écran tactile domine, il est possible d'ajouter un clavier pour ceux qui se focali-

SMARTPHONE IOS

Apple iPhone 4

600 €

En attendant l'annonce de l'iPhone 5, il semble presque un peu dépassé désormais tant les autres constructeurs avancent vite de leur côté. Si l'écran très résolu cherche encore son équivalent, la taille de 3,5 pouces semble désormais petite. De même, l'iPhone 4 est plutôt épais. Tout cela ne l'empêche pas d'être le smartphone préféré des utilisateurs, ce qu'il est aussi et surtout grâce à son marché applicatif non seulement très fourni mais aussi très bien organisé.

sent sur les messageries, les mails, et les réseaux sociaux. Enfin, tous ces aspects peuvent être plus ou moins qualitatifs. L'écran peut être plus résolu et plus lumineux, le capteur photo plus sensible, etc. On le voit, il est désormais possible de différencier l'offre sans revenir sur le principe du smartphone qui est d'intégrer efficacement toutes ces fonctions.

Des processeurs performants

Tout cela a été rendu possible par un composant au cœur de tout smartphone, le SoC ou System on Chip. L'idée est d'intégrer toute l'électronique dans un seul composant, ce qui réduit l'encombrement et la consommation. Aujourd'hui, la partie processeur à proprement parler correspond à ce que l'on trouvait dans un ordinateur portable avant l'arrivée du multi cœur. Les fréquences vont de 600 MHz à 1 GHz généralement. Cela permet déjà d'effectuer toutes les tâches précédemment citées dans le confort et avec fluidité. On peut même restituer de la vidéo HD en 720p et faire tourner des jeux graphiquement acceptables. Mais cette génération appartient désormais au passé car Nvidia et Apple sont passés par là. Déjà Apple a décidé de fabriquer son propre composant quand il est passé à l'iPhone 4 et il l'a appelé Apple A4 (avec la simplicité marketing qui caractérise l'entreprise). Pour doper les performances graphiques de son téléphone, Apple a notamment acquis une société qui avait fait parler d'elle dans le domaine des cartes graphiques dans les années 90 : Videologic. Leur processeur PowerVR inaugurait une nouvelle technologie de rendu 3D bien plus efficace que ce qui se faisait alors. Le succès ne fut au rendez-vous car la consommation et la complexité des puces n'étaient pas un problème majeur sur PC. Avec un besoin en performances graphiques colossal mais sans trop consommer, cette technologie s'avère idéale aujourd'hui et se retrouve dans le processeur A4 d'Apple. Il suffit de voir ce dont les meilleurs jeux sont capables sur l'iPhone pour se convaincre de la pertinence du choix. En parallèle, Nvidia a présenté le Tegra 2, un SoC hautement intégré mais il aura fallu plus de temps à cet outsider pour convaincre les fabricants de téléphones, fidèles aux géants du marché comme Texas Instrument et Qualcomm. Ce n'est qu'avec l'arrivée de la tablette et de la recherche désespérée pour une solution face à l'iPad que tous se sont rués sur le Tegra 2. Et une chose en entrainant logiquement une autre, certains ont eu l'idée de l'intégrer à un téléphone, ce pour quoi la puce avait été conçue au départ.

Puissance 2x

Le Tegra 2 inaugure - comme son nom le donne à penser - une architecture double cœur. Comme sur un ordinateur, cela permet au multitâche de s'exprimer, un détail particulièrement important sur un smartphone. Mais la puissance brute en profite aussi largement. En parallèle, Nvidia a utilisé sa

SMARTPHONE ANDROID
LG Optimus 2X

500 €

C'est le premier téléphone qui intègre un processeur double cœur, en l'occurrence le NvidiaTegra 2. Le résultat est impressionnant avec une fluidité parfaite et un multitâche sans ralentissement. Il est un peu plus lourd que la moyenne, mais sans que cela ne soit réellement gênant. L'autonomie n'est pas transcendante mais pas plus faible que la concurrence non plus. En revanche, les performances sont décuplées. Ainsi, le smartphone peut afficher de la vidéo en Full-HD sur un téléviseur par la prise HDMI. Il est même capable de filmer en Full-HD. Pour le jeu, il est encore un peu tôt pour se prononcer car il faudra attendre les premiers titres spécifiquement développés pour mais les démonstrations technologiques laissent sans voix.

Samsung GALAXY S II

Plus Smart*

www.samsung.com

***Plus intelligent.** © 2011 - Samsung Electronics France, SAS au capital de 27 000 000 € - RCS Bobigny B 334 367 497.270 Ave du Président Wilson 93458 La Plaine Saint Denis Cedex. © Crédit photo : Samsung - Visuels non contractuels - Image d'écran simulée. CHEIL worldwide

SAMSUNG

CE QU'EN PENSE... SAMSUNG

Sonia Guillou, Chef de groupe marketing produits communication

JDLI : Que va changer l'arrivée des nouveaux processeurs surpuissants ?

Sonia Guillou : Les utilisateurs sont de plus en plus exigeants quant aux usages de leurs smartphone. Désormais, c'est une expérience similaire à un ordinateur qui est souhaitée avec une parfaite fluidité que ce soit pour surfer, pour jouer, pour écouter de la musique ou pour regarder une vidéo. De plus, ils combinent souvent les activités comme surfer en écoutant de la musique par exemple. L'arrivée des processeurs double cœur permet tout cela et plus encore. Ainsi, notre Galaxy S2 sera doté de notre tout nouveau processeur Samsung double cœur, le plus puissant du marché par ses possibilités graphiques et sa bande passante. On pourra lire des vidéos en Full-HD sur un téléviseur par le HDMI et également filmer à cette résolution. De même, les jeux vont ressembler à ce que proposent les consoles de salon. En fait, on retrouve sur un téléphone toute la puissance d'un ordinateur mais avec l'utilisation intuitive du tactile et la possibilité de le mettre dans la poche.

La 3D sur mobile : gadget ou réelle innovation ?

Nous n'avons pas de projets dans ce sens pour l'instant. C'est sans doute encore un peu prématuré car pour l'heure, le téléphone a déjà tout à prouver sur des préoccupations réelles des utilisateurs comme Internet, les réseaux sociaux, le jeu ou encore la vidéo. Nous y viendrons quand ce sera le moment, d'autant plus facilement que Samsung est un spécialiste de la 3D sur TV.

En quoi les usages du smartphone peuvent-ils encore évoluer ?

Nous pensons que l'évolution majeure de ces prochaines années passera par le NFC. Nous intégrons d'ailleurs déjà cette technologie dans le Nexus S et elle sera présente également dans le Galaxy S2. Il s'agit de communiquer avec son environnement dans la vie de tous les jours sans nécessiter un quelconque contact physique. Le téléphone peut ainsi servir de mode de paiement. Il suffit d'appuyer sur une touche pour valider lors du passage en caisse. Si pour l'heure, il s'agit surtout de micro-paiement, on peut imaginer à terme le remplacement de la carte de crédit. Le smartphone NFC peut également servir de titre de transport ou de ticket d'entrée par exemple au cinéma. Mais des interactions bien plus sophistiquées ont déjà été expérimentées. Dans un musée par exemple, dès que l'on arrive devant une œuvre, toutes les explications s'affichent sur l'écran du téléphone. Nous avons été partenaires des expérimentations à Caen et à Nice. Cette année, cela sera étendu à une dizaine de villes avant la généralisation.

connaissance de la 3D et du jeu pour doter son Tegra 2 de performances graphiques hors du commun. D'ailleurs, Apple vient de répliquer avec son Apple A5 utilisé dans l'iPad 2 et que l'on retrouvera très prochainement dans l'iPhone 5. Comme le Tegra 2, il passe au double cœur et améliore son circuit graphique PowerVR. Pour l'heure, seul deux téléphones intègrent un Tegra 2, il s'agit du LG Optimus 2X et du MotrolaAtrix mais les autres constructeurs vont suivre rapidement. Concrètement, un tel SoC change assez radicalement la donne. Un téléphone qui en est équipé s'avère déjà capable d'une fluidité remarquable en toute circonstance et cela même avec plusieurs applications qui fonctionnent simultanément. Cette évolution fait réellement sens sur un téléphone. Ainsi, surfer sur le Web et écouter de la musique sont deux activités que l'on se plait à combiner. Ce sont évidemment les applications lourdes comme la navigation et surtout les jeux qui en profitent le plus. Comme toujours, il faudra attendre un peu pour que les titres exploitent réellement les capacités graphiques de ces super-puces, mais il suffit de regarder InfinityBlade sur iPad 2 pour se convaincre du potentiel et ce n'est qu'un aperçu. Un téléphone équipé d'un Tegra 2 ou d'un Apple A5 est capable d'afficher des jeux

SMARTPHONE ANDROID

Sony Ericsson Xperia Play

600 €

Si le smartphone est capable d'exécuter des jeux graphiquement superbes, le tactile n'est pas toujours la solution idéale pour les commander. L'Xperia Play propose donc une manette de jeu coulissante qui se déploie à la demande. Elle se dote de l'habituelle croix de commande et des boutons PlayStation. Ce téléphone introduit d'ailleurs la compatibilité avec l'univers de la console Sony. Il aura accès au magasin en ligne et une partie des jeux PlayStation seront adaptés pour les téléphones compatibles car l'Xperia Play ne sera pas le seul.

LA TECHNOLOGIE LED AU SERVICE DE LA BEAUTÉ !

ProLite E2473HDS

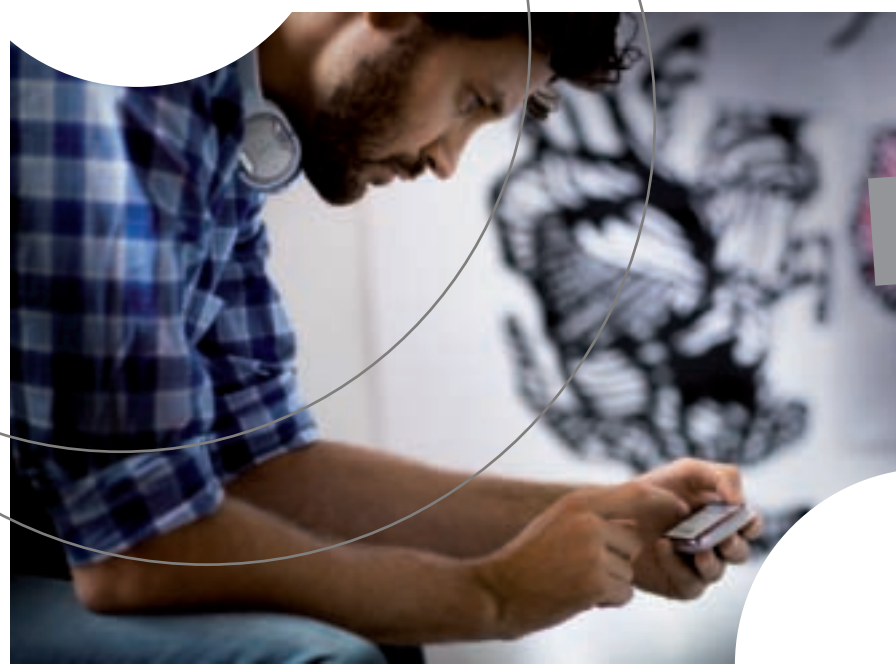
Le moniteur ProLite E2473HDS rétro-éclairé par LED avec une finition piano est un écran 24 pouces à haute définition (**Full HD**) qui présente tous les avantages de cette technologie. Les paramètres techniques élevés de ce modèle comprennent un contraste dynamique élevé **ACR** de **5,000,000 :1** et un temps de réponse ultra-rapide de **2 ms**, pour offrir une netteté excellente en vidéo haute définition et une triple connectivité (D-Sub, DVI-D, **2 x HDMI**). De plus, la compatibilité VESA avec une entrée HDMI et une prise casque sur le côté du cabinet assurent un grand confort d'utilisation.

Compatible with Windows 7

Retrouvez nous durant le salon du MEDPI 2011 sur notre stand L04 espace DIAGHILEV.

www.iiyama.fr

iiyama



aussi fins et aussi riches qu'une console de génération actuelle. Enfin, la vidéo profite tout autant de cette débauche de puissance avec désormais la possibilité de filmer et de restituer en Full-HD. Le smartphone se transforme en lecteur vidéo de grande qualité et en caméscope de poche meilleur qu'une pocketcam.

Ludiques et connectés

Ces performances rendent le smartphone encore meilleur dans ce qu'il fait déjà. Après avoir rendu le baladeur obsolète, il en va de même avec la console de jeu. Certes Nintendo a trouvé la seule issue possible avec la 3D mais LG arrive prochainement avec un téléphone 3D sans lunettes, dont l'écran est plus grand que celui de la 3DS. Et puis, la consommation de jeu est immédiate avec le marché applicatif et un téléchargement qui rend l'achat d'une cartouche caduque, surtout au regard du prix. Et même l'avantage ergonomique d'un pad et de boutons dédiés n'est plus l'apanage de la console depuis que Sony Ericsson a sorti son Xperia Play. Pour la vidéo, c'est évident aussi et ça l'est d'autant plus que le téléphone se dote désormais d'une prise HDMI (en option chez Apple évidemment). Il peut alors diffuser du contenu en Full-HD sur tout téléviseur. Du coup, on commence aussi à se dire que l'avenir du smartphone va sans doute passer par son interaction avec les autres appareils de la maison, un peu comme l'iPod a fait évoluer la chaîne audio. Il pourrait être au centre du numérique en ayant tout sur lui et en se connectant aux autres appareils au besoin. Certes, pour cela il faudra étendre encore le stockage de manière significative mais il peut aussi échanger avec un disque dur serveur. Et le mieux sera évidemment d'échanger sans fil. Les premiers modèles DLNA sont d'ailleurs déjà disponibles. Grâce à ce protocole, on pourra diffuser les photos et les vidéos du téléphone sur un ordinateur ou un téléviseur. A l'inverse, on pourra aussi regarder une vidéo ou des photos stockées sur un ordinateur ou un disque réseau. Comme par ailleurs, le smartphone est déjà une excellente télécommande universelle, on l'imagine bien ainsi à la croisée des appareils domestiques. Sur iPhone ou sous Android, il existe déjà des applications qui permettent de restituer le contenu d'un ordinateur sur le téléphone ou le téléviseur, tout comme elles permettent de diffuser le contenu du téléphone sur ces mêmes appareils.

Le superphone

Le superphone est né ! Connecté sans fil ou en HDMI à la maison, le couteau suisse mobile se transforme en centre multimédia domestique.

CE QU'EN PENSE... LG

Sébastien Girard, Directeur Marketing de la division téléphonie mobile

JDLI : Que va changer l'arrivée des nouveaux processeurs surpuissants ?

Sébastien Girard : L'arrivée de processeurs plus performants, comme les double cœur que l'on retrouve dans l'Optimus 2X et les tridual (cœur, mémoire, chanel) que l'on retrouvera sur l'Optimus 3D, vont permettre de démultiplier le nombre des fonctionnalités et les utilisations que l'on pourra exiger de son smartphone. L'utilisation va devenir de plus en plus fluide, le chargement d'applications et de pages Web plus rapide. De même vont se développer des fonctionnalités plus poussées, comparables à celles que l'on trouve sur un PC. On va pouvoir jouer sur son smartphone à des jeux plus détaillés et plus puissants. L'apparition de la 3D est aussi rendue possible par cette montée en puissance des processeurs.

La 3D sur mobile : gadget ou réelle innovation ?

La 3D fait partie des technologies que nous considérons comme étant une réelle tendance de fond. Elle a passionné au cinéma avec Avatar. Le taux d'équipement TV et l'intérêt des consommateurs ne cessent de grandir aussi mais bien souvent cette tendance se voit freinée par le manque de contenu. Sur grand écran, il y a très peu de contenu diffusé en 3D et le nombre de Blu-ray 3D évolue lentement. A l'inverse, nous croyons que la 3D sur mobile va réellement convaincre le consommateur par sa capacité à créer du contenu. En effet grâce à des appareils comme l'Optimus 3D et l'Optimus Pad, le consommateur va pouvoir filmer ou prendre des photos en 3D et les visualiser sur son écran sans lunettes (Optimus 3D) ou encore les partager sur son téléviseur en HDMI ou en DLNA. Plus besoin d'attendre le prochain blockbuster en trois dimensions pour remplir sa collection 3D. La 3D sur mobile va permettre de devenir un créateur de contenus que l'on pourra d'ailleurs partager avec les autres, par exemple sur YouTube 3D. De plus, les smartphones ont l'avantage d'avoir un marché applicatif. Ainsi, chaque développeur va pouvoir créer des applis utilisant les fonctionnalités 3D des smartphones et les proposer sur l'Android Market, augmentant encore davantage le nombre des possibilités. Des grands développeurs de jeux s'y sont déjà commis. Gameloft propose d'ores et déjà plus de 15 jeux en 3D pour smartphone.

En quoi les usages du smartphone peuvent-ils encore évoluer ?

Le smartphone est devenu pour beaucoup l'appareil principal. Il est possible de tout faire ou presque sans avoir à allumer son PC. L'augmentation du nombre d'utilisateurs va permettre de démultiplier le nombre de fonctionnalités qui arriveront par les marchés applicatifs selon le principe de l'offre et de la demande. Le smartphone occupe également une place centrale dans notre façon de communiquer, de rechercher l'information et de se divertir. Aussi, le consommateur devient de plus en plus exigeant envers les technologies embarquées. Il exige autant de son smartphone que de son PC ou de sa console de jeux, avec une volonté de convergence toujours plus forte. La technologie ne cesse d'évoluer aussi et bientôt nous pourrons payer avec le smartphone via la technologie NFC (Near Field Communication), ce qui va permettre d'élargir encore une fois le nombre de fonctionnalités et LG sera bien évidemment de la partie.

022611_bNN_230x300_Adaptation_AP copie.pdf 1 02/05/11 15:47

INFOSEC™ UPS SYSTEM

PURE POWER CONTROL

Go green
with Infosec IT protections

Infosec a élaboré une gamme de solutions modernes pour protéger vos équipements audio, vidéo et PC. Les coupes-veilles Infosec réduisent votre consommation énergétique tout en vous facilitant la vie.

Restez branchés avec les solutions vertes Infosec !

ÉCONOMIE et PROTECTION

PRISES COUPE-VEILLES

Économisez l'énergie

Fonctionnent avec toutes les télécommandes (capteur infra-rouge).

NOUVEAUTÉ 2011

S5 Eco
Prise parafoudre « coupe veille »
5 prises

NOUVEAUTÉ 2011

S5 Eco **TV** Smart
Prise parafoudre « coupe veille »
5 prises + détecteur de présence

Eco PowerGuard **TFR**
Prise parafoudre
« coupe veille » de salon
8 prises

ONDULEURS

Z3 Zenergy Box
Univers PC & Loisirs numériques
Technologie Haute Fréquence

PRODUIT ÉCO-CONÇU ENVIRONMENT FRIENDLY PRODUCT

ENERGY CONTROL up to jusqu'à 50% energy saving d'économie d'énergie

NOUVEAUTÉ 2011

X4 RT
Univers Réseaux & PME
Technologie Line Interactive

ENERGY CONTROL up to jusqu'à 50% energy saving d'économie d'énergie

E3 LCD RT
Univers Réseaux
et stockage de données
Technologie On Line Performance

AFAQ ISO 9001 ISO 14001

Service commercial
Sales department
+33 (0)2 40 76 11 77
sales@infosec.fr

www.infosec-ups.com

@2011 Infosec Communication. INFOSEC UPS SYSTEM est une marque de Infosec Communication. Toutes les marques citées sont la propriété de leurs détenteurs respectifs. Photos non contractuelles. [04 11 64 41 182 06]

CE QU'EN PENSE... HTC

Frédéric Tassy, Directeur général

JDLI : Que va changer l'arrivée des nouveaux processeurs surpuissants ?

Frédéric Tassy : HTC place les utilisateurs au cœur de son approche et notre objectif est de leur offrir une expérience toujours plus riche et plus intuitive. Le processeur est un élément clé de cette expérience, c'est pourquoi nous commençons par en optimiser la puissance, comme c'est le cas avec le Desire S par exemple. Nous avons tiré le meilleur de son monoprocesseur cadencé à 1GHz, pour proposer une navigation Internet plus intelligente et plus rapide, un enregistrement vidéo HD digne de ce nom ou encore notre environnement intégré HTC Sense. Les consommateurs ne s'y sont pas trompés puisque le HTC Desire S, introduit en Europe denrièrement, est le smartphone HTC qui a connu le plus fort démarrage dans toute l'histoire de notre marque. Nous sommes convaincus que l'arrivée de puissants processeurs ne révolutionnera pas le marché des smartphones en soi. Ce qui fera réellement la différence, c'est la manière dont les constructeurs en exploiteront les capacités pour développer de nouveaux services en phase avec les attentes du consommateur. Le meilleur exemple de ce point de vue est notre tout nouveau HTC Sensation, présenté le 12 avril dernier. Ce superphone multimédia de dernière génération est équipé d'un processeur Qualcomm Snapdragon double cœur asynchrone de 1,2 GHz. Ce qui est intéressant avec cette technologie, c'est qu'elle nous a permis d'optimiser l'allocation des ressources du téléphone pour permettre une expérience multitâche exceptionnelle. Avec le HTC Sensation, vous pouvez profiter facilement de contenus enrichis, recevoir vos e-mails et consulter les mises à jour de vos réseaux sociaux tout en téléchargeant un film en HD. Notre défi ne se résume pas au matériel ou à la puissance, mais consiste à offrir une expérience multimédia complète dans un seul terminal.

La 3D sur mobile : gadget ou réelle innovation ?

En tant que telle, la 3D sur mobile est une réelle innovation. On a parfois tendance à oublier le défi que représente l'intégration de deux caméras dans un appareil épais de quelques millimètres seulement. Au-delà de la prouesse technique, ce qui nous intéresse chez HTC, c'est la manière dont nous sommes capables de satisfaire les attentes d'une nouvelle génération d'utilisateurs. Aujourd'hui, le mobile est en passe de devenir le premier outil de réalisation et de partage de photos et de vidéos. La 3D sur mobile répond à ce nouvel usage en proposant une expérience visuelle unique. Nous souhaitons donc offrir un environnement 3D complet et vous en avez un exemple avec le nouvel HTC Evo 3D annoncé sur le marché nord-américain. Il permettra de prendre et regarder ses photos et vidéos en 3D, mais aussi de jouer en 3D. Il est vrai que l'utilité de la 3D peut encore faire débat, mais nous sommes convaincus que d'ici à quelques mois cette question ne se posera plus.

En quoi les usages du smartphone peuvent-ils encore évoluer ?

Pour HTC, la question ne se pose pas exactement en ces termes. Nous ne nous demandons pas tant quels nouveaux usages nous allons pouvoir développer que comment proposer à nos utilisateurs une expérience mobile complète, simple et naturelle. En quelques années, le marché du mobile est entré dans l'ère du smartphone, et aujourd'hui nous parlons de superphone. A l'instar du HTC Sensation, les appareils que nous proposons sont non seulement intelligents et capables de s'adapter aux différents besoins des consommateurs, mais surtout ils embarquent l'ensemble des technologies et services nécessaires à une expérience multimédia complète. Les superphones HTC deviennent le point de convergence de tous les usages mobiles : appels, Internet, e-mails, messagerie instantanée, réseaux sociaux, géolocalisation, photo, vidéo, musique, jeux, VOD, M-commerce…

La partie de jeu vidéo commencée dans la salle d'attente du dentiste se poursuit en Full-HD sur le téléviseur une fois rentré à la maison en se branchant par le HDMI et en utilisant le téléphone comme une manette de jeu à détection de mouvement grâce à la fonction gyroscope. La vidéo tournée l'après-midi à l'exhibition de vélocross du petit dernier se regarde là encore en Full-HD sur le téléviseur dans le cercle familial. La série TV téléchargée dans le TGV mais pas visionnée jusqu'au bout pourra là encore se regarder sur la TV et sans fil par le DLNA. D'ailleurs sur le téléphone se trouvent nombres de vidéos et de photos personnelles que l'on pourra ainsi montrer partout. Et pour que tout cela se fasse dans le confort et la fluidité, les fabricants de processeurs annoncent déjà la génération prochaine qui arrive en fin d'année selon les constructeurs. Ces processeurs passent à une architecture quadruple cœur et multiplient aussi les cœurs du circuit graphique (Nvidia en annonce 12). Pour autant, la consommation est inférieure à celle des processeurs actuels, ce qui va permettre de retrouver une autonomie décente sur les smartphones. Les performances annoncées sont celles d'un ordinateur portable haut de gamme actuel et équipé d'une carte graphique dédiée puissante. Le smartphone n'aura alors plus de limites quant à ses performances et pourra par exemple lire une vidéo Full-HD sur son propre écran, alors qu'il en envoie une autre en direct au téléviseur. Il pourra aussi restituer des jeux vidéo en HD et en 3D, tout comme il pourra filmer dans ces conditions. Les ordinateurs n'ont qu'à bien se tenir !

SMARTPHONE ANDROID

HTC ChaCha

350 €

Ce smartphone est la parfaite illustration qu'il est possible de se distinguer de la masse avec des idées originales. Partant du constat que Facebook avait désormais des millions d'adeptes en situation de mobilité, HTC a conçu ce téléphone pour cet emploi. Déjà, il est doté d'un clavier pour écrire plus facilement et mettre son statut à jour ou discuter. De plus, une touche directe permet de partager immédiatement tout contenu qui peut être mis sur une page Facebook, que ce soit du texte, une photo ou de la vidéo.

Verbatim

Technology you can trust

Choisissez votre couleur!

Une nouvelle collection haute en couleurs

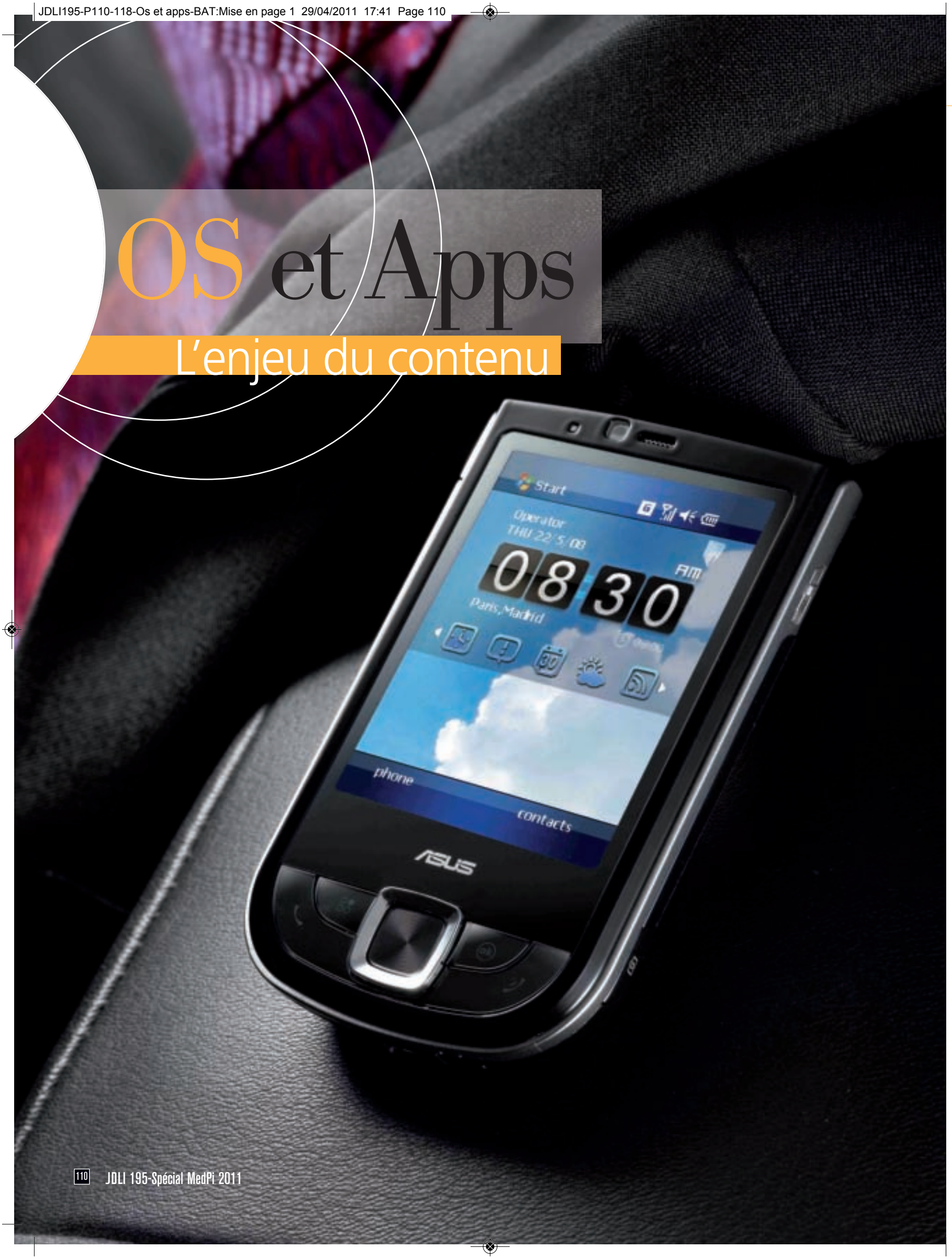
Performances supérieures grâce à l'interface USB 3.0.
Design ultra-fin

Disponible en 500GB & 1TB (100% compatible avec l'USB 2.0)

www.verbatim.fr

OS et Apps

L'enjeu du contenu



Le smartphone a véritablement changé la face du hi-tech car pour la première fois le contenant dépend directement du contenu et vice versa. Cela pose aussi la question de la marge de manœuvre du constructeur s'il ne maîtrise pas le système d'exploitation. Et cela questionne encore plus largement sur la rentabilité de l'écosystème dans son entier entre les éditeurs, les fabricants et les opérateurs.

Le smartphone ne laisse plus une grande place au design car la face avant est occupée pour l'essentiel par l'écran et la tranche est devenue si fine qu'elle est à peine visible. Tout juste est-il possible de personnaliser un peu l'arrière mais le plus souvent ce sera du plastique lisse et plat. En fait, le smartphone se caractérise surtout par ses services et ses applications. C'est ce qui changera le plus l'expérience utilisateur. Or le contenu est largement conditionné par le système d'exploitation au cœur de cet écosystème. Et cela pose de nouveau la question de la différenciation. Si en plus d'avoir un matériel standardisé, on a recours à un OS partagé par tous, où est la plus-value ? Reste la possibilité d'opter pour un OS propriétaire mais dans ce cas, il faut avoir les moyens d'imposer un marché applicatif ce qui semble désormais compromis tant les forces en présence sont établies. Il y a une solution intermédiaire qui est d'utiliser un OS répandu mais de personnaliser l'interface et le marché applicatif mais la marge de manœuvre est faible. D'un autre côté, le contenu de plus en plus sophistiqué relance aussi la course au matériel car pour l'exploiter au mieux, il faut davantage de puissance. Ce qui renvoie la balle aux quelques fabricants de processeurs qui monopolisent le marché du mobile. A l'énoncé de ces choix restreints, on pourrait se dire que le smartphone est désormais régi par quelques marques de semi-conducteurs et quelques détenteurs d'OS, les fabricants se contentant d'assembler le plastique autour. Ce n'est pas aussi simple, même si le risque d'uniformisation est bien réel. Le constructeur aura toujours le choix d'un écran plus ou moins qualitatif, d'un capteur photo plus ou moins performant et pourra innover en intégrant avant les autres de nouvelles technologies. Il n'empêche que le contenu a pris une place primordiale et qu'à l'avenir, il sera difficile de vendre des smartphones qui ne peuvent pas s'appuyer sur un écosystème complet. Cela posera évidemment de gros problèmes au fabricant qui n'a pas su imposer sa solution.

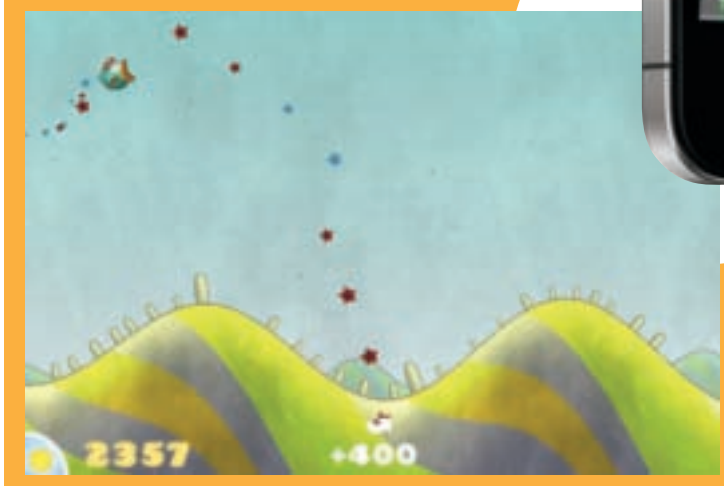
iOS moins seul désormais

Même si Apple perd des parts de marché sur le smartphone, sa domination est toujours aussi insolente. Car perdre 10 % sur un marché qui a doublé en volume, c'est tout de même une belle progression. On peut aussi voir les choses sous un autre angle et se dire que tenir 30 % du marché avec un seul téléphone face à des centaines sous cinq ou six OS différents, c'est presque insultant pour les autres fabricants. Apple bénéficie bien évidemment du fait qu'il ait été le premier et que les autres aient mis du temps à réagir, Microsoft en tête. Alors que Windows a initié la catégorie, il a raté le

ANDROID
l'OS de Google

Désormais arrivé à maturité, l'OS de Google fait de plus en plus l'unanimité autour de lui. Il est en passe de devenir le système le plus répandu du marché. Déjà en France, il devance tous les autres sur le smartphone. Son marché applicatif s'étoffe aussi très rapidement et devrait doubler l'App Store dans l'année. L'ergonomie tactile est maintenant assez proche d'iOS et il présente aussi de nombreux avantages par rapport à son concurrent. En tant que système ouvert, il n'interdit aucune compatibilité. Ainsi, les ponts avec le monde informatique et avec celui de la TV sont nombreux. Cela donne aussi l'occasion aux fabricants de proposer de terminaux très différents et de personnaliser l'interface. Revers de la médaille, le support n'est pas aussi efficace que sur iOS et la compatibilité nécessite des efforts partagés par des marques aux intérêts divergents. De même, l'Android Market est très mal organisé et il est difficile de trouver ce que l'on cherche sans parler du peu de promotion pour les contenus. Mais cela laisse aussi le champ libre à l'amélioration par les fabricants. Il n'empêche qu'Android est bien parti pour devenir l'OS dominant du marché de la téléphonie.

iOS
L'OS d'Apple



L'OS d'Apple dispose de deux arguments massues : une excellente ergonomie tactile et un marché applicatif qualitatif, organisé et fourni. Les deux se combinent d'ailleurs pour améliorer encore l'expérience utilisateur. Ce que le système ne permet pas, une application y remédie. Ainsi, on n'alourdit pas inutilement l'interface principale avec des éléments qui n'intéresseront qu'une partie des utilisateurs. Autre avantage, iOS ne doit fonctionner que sur l'iPhone bien que ce soit de moins en moins vrai car de version en version, il devient de plus en plus difficile de maintenir la compatibilité. Ce n'est pas très dommageable cependant si on considère le rythme de renouvellement en téléphonie. Quel que soit le niveau de réussite de l'iPhone et de son OS, l'écosystème n'en demeure pas moins soumis aux mêmes lois que les concurrents. Le succès sera toujours fragile en raison des nombreux paramètres qui entrent en ligne de compte. Si les autres fabricants continuent à progresser et si les parts de marché baissent car le téléphone se vend moins bien, il y aura moins d'achats sur le Store et donc moins de dedéveloppement…

train du tactile avec un brio dont on ne peut que s'étonner en pensant aux milliers de chercheurs dont dispose la firme de Redmond de par le monde. Il semble désormais difficile que quelqu'un puisse rééditer l'exploit d'Apple avec un OS propriétaire. Ce n'est même pas une question de moyens, il est simplement trop tard. iOS est un système propriétaire qui ne doit être compatible qu'avec un seul téléphone. C'est évidemment une situation de rêve pour qu'il soit parfaitement adapté. L'ergonomie est excellente, même si on peut la trouver un peu simpliste désormais. Apple ne s'endort d'ailleurs pas sur ses lauriers en faisant évoluer le matériel mais aussi le système avec par exemple le multitâche et les dossiers. Mais de toute manière, Apple n'a aucun besoin de complexifier son interface pour des interactions plus poussées, il peut se fier à son marché applicatif pour cela. Que ce soit pour un réseau social ou un album photo personnel, il y a toujours une application qui prend en charge la carence du système. L'extraordinaire richesse de l'App Store est bien évidemment le principal atout de l'iPhone, car tout existe et tout peut se trouver assez simplement car de surcroît le Store se paie le luxe d'être bien organisé. Et il y en a aussi pour toutes les bourses, du gratuit à l'application lourde à 100 euros, en passant par le pas cher et le jeu à huit euros.

Android sur la file de gauche

Face à ce rouleau compresseur, le marché du smartphone s'est organisé avec pour principal allié l'omniprésent Google et son modèle du tout gratuit. Android était décevant à ses débuts mais de mise à jour en mise à jour, l'interface s'est bonifiée pour être désormais dans les clous d'iOS. Le principe est similaire, il reste juste à éradiquer quelques sous-menus encore trop complexes. De même, le marché applicatif s'est vraiment étoffé avec près de 200 000 applications, contre 350 000 sur l'App Store.L'écart se réduit de plus en plus pour sans doute s'annuler dans quelques mois. En revanche, Android Market est bien moins organisé que l'App Store et y trouver ce que l'on cherche est bien plus compliqué. Ce serait à revoir de toute urgence. Cela montre aussi les limites d'un système gratuit et ouvert, il n'y a pas de contrôle et moins d'investissement de la part de son propriétaire. Il y a aussi des avantages par rapport à iOS, comme la gestion du mail par Google ou encore la navigation GPS gratuite. Plus généralement, on y trouve l'essentiel gratuitement ce qui est sans doute satisfaisant pour l'utilisateur, moins pour la rentabilité de l'écosystème, nous y reviendrons. Assez logiquement, une grande majorité de constructeurs se sont ralliés à Android et proposent pléthore de smartphones différents pour contrecarrer la pensée unique de l'iPhone. Evidemment cela ne permet pas de se différencier par le contenu mais certains constructeurs ont trouvé la parade en personnalisant l'interface, à commencer par HTC et Sense. Cette surcouche apporte un réel plus en convivialité, sans pour autant ralentir l'exécution. Samsung s'y est mis aussi et son interface TouchWiz est tout aussi convaincante dans sa troisième version. Pour le marché applicatif, il est possible de faire la même chose et c'est encore plus pertinent, tant l'Android Market est mal organisé. Curieusement, il n'y a que Samsung qui suive cette voie mais en essayant de concurrencer le marché existant par le sien. On peut se demander s'il ne vaudrait pas mieux organiserce qui existe par une interface propriétaire pour aider l'utilisateur à trouver ce qu'il cherche et le conseiller dans ses choix. Le premier qui crée une telle application de recherche et de conseil Android Market aura sans doute un atout en main.

gear4
Appréciez la différence
PG534 HouseParty Rise
PG476 HouseParty Smart
PG490 AlarmDock Halo
Venez-nous voir au MedPi
sur le stand Ravel G09
GEAR4.FR
GEAR4 est distribué par Mobility France SAS
6, rue de la Michodière 75002 Paris France +33 1 40 17 05 60

CE QU'EN PENSE... LG

Sébastien Girard, Directeur Marketing de la division téléphonie mobile

JDLI : Faut-il personnaliser l'interface et l'offre logicielle pour se différencier ?
Sébastien Girard : Il est important de personnaliser l'interface de l'OS quand cela représente une réelle valeur ajoutée pour l'utilisateur final. Si plusieurs constructeurs développent aujourd'hui des smartphones sous Android, chacun essaie de personnaliser l'interface pour se différencier. Néanmoins, cette personnalisation se fait bien souvent au détriment des performances. Nous pensons que l'interface peut être améliorée sans entraver la réactivité et nous avons ainsi ajouté des fonctionnalités utiles qui améliorent l'expérience utilisateur, comme le Gesture, les Widgets météo, le Carrousel multimédia et d'autres. Nous avons pris le soin de le faire en collaboration avec Google pour ne pas entamer les performances de l'Optimus 2X ou du Black par exemple. Concernant l'offre logicielle, nous pensons qu'elle va se développer par les marchés applicatifs qui attirent les développeurs. Mais nous pensons aussi qu'en tant que constructeur de smartphones, nous avons un rôle à jouer et nous développons donc des services et des contenus optimisés pour nos smartphones et tablettes.

Y aura-t-il une surenchère du contenu fourni gracieusement ?
Si la grande majorité des applications proposées sur l'Android Market sont en effet gratuites, c'est essentiellement parce que les développeurs se retrouvent dans ce modèle économique financé par d'autres types de revenus. Le financement des contenus est un sujet complexe mais l'émergence des smartphones apporte de nouvelles opportunités.

OS propriétaires versus OS ouverts : quelle place pour qui ?
La tendance actuelle est clairement aux OS ouverts. L'utilisateur final ressent de manière croissante le besoin d'actualiser son mobile avec de nouveaux contenus, ce que permettent désormais les marchés applicatifs. Preuve de cette tendance, de plus en plus de smartphones entrée et milieu de gamme en sont équipés aussi.

Comment garder le terminal au centre des débats ?
Le terminal restera encore et pour longtemps au centre des débats. Il est en effet indispensable pour que le contenu puisse évoluer, l'un ne va pas sans l'autre. En tant que constructeur, nous nous devons de proposer des alternatives en termes de performances mais également côté design et les LG Optimus Black ou Optimus 2X sont de très belles propositions.

Windows en devenir

Le cas de Windows Mobile est plus compliqué. Microsoft a mis très longtemps pour comprendre qu'il s'égarait et pour entreprendre une refonte complète de son OS. Il en a résulté que Windows Phone 7 est arrivé tard même s'il est convaincant. Au moins cette fois, il s'agit d'une interface réellement pensée pour le tactile. Par ailleurs, la personnalisation plus forte par l'utilisateur et l'intégration de données personnelles et des réseaux sociaux différencient réellement l'OS Phone 7 par rapport à la concurrence. Si la manipulation est un peu plus complexe au début, l'expérience est aussi plus riche ensuite. Quoi qu'il en soit, Microsoft a eu raison de choisir une autre voie pour ne pas copier en retard l'existant. Il n'empêche que la pente est longue à remonter. Le marché applicatif est très peu fourni et il ne semble s'étoffer très rapidement. Microsoft a beau dire qu'il privilégie le qualitatif pour le discours marketing, il n'empêche qu'aucun des blockbusters d'iOS ou d'Android n'y figure ou presque. Il est étonnant que Microsoft n'investisse pas davantage dans ce qui est la clef du succès. Le géant du logiciel est aussi retombé dans ses vieux travers en imposant des prérequis matériels qui ont eu pour effet que les premiers smartphones sous Phone 7 se ressemblent tous. Après l'euphorie du lancement largement soutenu par des actions de co-marketing, l'enthousiasme des constructeurs est largement retombé. Ils parlent surtout d'Android et peu de Windows pour leurs futures gammes. Ce qui pourra changer la donne, c'est l'annonce de Nokia qui va faire migrer ses smartphones sous Windows Phone 7 à partir de fin 2011. Que le premier constructeur mondial s'y commette est rassurant, même si l'origine du nouveau patron de Nokia n'y est sans doute pas pour rien. Espérons pour Phone 7 qu'il se maintienne assez longtemps pour que l'accord ne puisse pas être remis en question.

Et les autres

Restent les OS propriétaires. On a l'impression qu'ils lâchent du terrain et que la bataille se fera entre iOS et Android pour l'essentiel. Ainsi, Samsung a finalement décidé que son Bada serait réservé à l'entrée de gamme, là où le

ann_ATARI_230x300_JDLI_Mise en page 1 15/04/11 10:39 Page1

GROOVE

Les casques Atari Groove
au design tendance
sont extrêmement confortables
et offrent le meilleur son possible !
Avec une sensibilité de plus de 108dB,
ces casques sont parfaits
pour tous types de musique.

ROUGE BLEU NOIR GRIS CHOCOLAT

Distribué par :

BANQUE magnétique

Ecouteur : 40 mm - Sensibilité : 110 db - Réponse en fréquence : 20 Hz - 20 000 Hz
Impédance : 32 ohms - Puissance nominale : 100 mW - Capacité : 100 mW
Longueur du câble : 150 cm - Plug : 3.5 Stereo Plastic

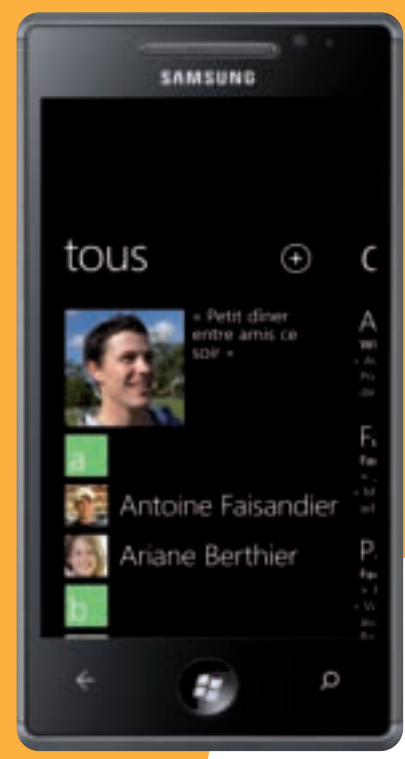
ATARI

www.graphoblique.fr

marché applicatif ne compte pas autant. Samsung justifie cette décision par la segmentation en argumentant sur la plus grande simplicité de Bada versus un Android plus geek. C'est un peu exagéré mais pas faux non plus. En tout les cas, cette segmentation est sensée. De son côté, RIM poursuit son chemin avec ses BlackBerry dont le succès ne se dément pas car ils ont d'autres arguments. En étant spécialisés dans la communication et les messageries, ils occupent une place à part qui convainc de nombreux utilisateurs dont c'est le passe-temps favori. Sera-t-il possible d'aller au-delà ? C'est toute la question. Autre grande inconnue, HP et Web-OS. Si le numéro un mondial de l'informatique annonce qu'il va se commettre massivement et avec des moyens, il faut voir s'il est encore possible de faire accepter un nouvel OS proprié-

WINDOWS PHONE 7
L'OS de Microsoft

Il arrive très tard dans la course mais avec des arguments. Son interface ne mise pas sur la simplicité maximale mais sur la personnalisation et sur l'intégration des applications comme les réseaux sociaux. Il laisse aussi une part plus grande à la personnalisation par l'utilisateur. De même, les fabricants peuvent compter sur le support de Microsoft qui sait tenir un environnement pour garantir le bon fonctionnement et la compatibilité. Pour autant, Phone 7 ne semble pas vraiment séduire les constructeurs après la phase initiale du lancement, sans doute à cause du marché applicatif embryonnaire et du manque de reconnaissance dont bénéficie tout l'écosystème auprès du consommateur. Cela va-t-il changer avec l'arrivée de Nokia ? Seul l'avenir nous le dira.



CE QU'EN PENSE... SAMSUNG

Sonia Guillou, Chef de groupe marketing produits communication

JDLI : Faut-il personnaliser l'interface et l'offre logicielle pour se différencier ?

Sonia Guillou : Nous pensons effectivement que c'est fondamental. Comme il y a une empreinte du design à l'extérieur, l'interface dispose d'une identité graphique. Nous cherchons aussi à optimiser l'ergonomie en fonction du matériel que nous mettons autour. Il faut que ce soit plus fluide, plus beau mais aussi plus pratique, notamment pour les usages personnels comme la photo ou les réseaux sociaux. L'aspect du téléphone est important mais celui de l'interface l'est désormais tout autant. C'est l'ensemble qui lui donne une identité propre. De même, nous travaillons sur des partenariats avec des développeurs pour enrichir notre offre applicative optimisée pour nos téléphones. Samsung Apps est pour nous une priorité avec une offre mondiale mais aussi adaptée localement. Nous avons même créé une division qui s'occupe du contenu car celui-ci devient essentiel pour toutes les divisions, que ce soit la téléphonie, l'informatique ou la TV. Nous sommes dans une logique de convergence entre nos produits. Disposer de Samsung Apps sur les téléphones Android complète l'offre et met en avant des applications particulièrement séduisantes, ce qui nous différencie de nos concurrents.

Y aura-t-il une surenchère du contenu fourni gracieusement ?

Il faut que les développeurs s'y retrouvent si on veut disposer d'applications de qualité. Il faut donc mettre tout en œuvre pour que les revenus soient suffisants. Cela passe déjà par une plate-forme efficace, une facturation simple et une mise en avant. Nous facturons par l'opérateur ce qui rassure, nous ne cherchons pas à gagner de l'argent avec notre plate-forme et nous donnons un bel espace d'expression aux développeurs partenaires. Nous les encourageons même par des concours de développement.

OS propriétaires versus OS ouverts : quelle place pour qui ?

Nous avons construit une gamme logique avec des OS adaptés aux terminaux. Ainsi, en entrée et en milieu de gamme, nous utilisons Bada qui se distingue par sa grande simplicité d'emploi ce qui correspond à la cible visée par ce type de téléphone. Il est également plus adapté aux processeurs moins puissants et aux écrans plus petits. En milieu et haut de gamme, nous utilisons Android plus technophile et qui est plus adapté aux utilisateurs avancés qui veulent avoir toutes les options et disposer d'un marché applicatif le plus large possible. Nos modèles sous Phone 7 s'adressent à une cible qui est plus axée sur la communication et sur la compatibilité avec l'environnement Windows.

Comment garder le terminal au centre des débats ?

Les contenus de plus en plus sophistiqués demandent de plus en plus de performances. Cela met forcément le terminal au centre des débats car il doit dès lors s'adapter au mieux avec un écran plus grand, un processeur plus rapide ou encore des capacités graphiques décuplées. Ce sont aujourd'hui des critères essentiels alors qu'on en parlait à peine il y a un an.

acer
ICONIA TAB
A500
circle-line.eu
Le plaisir absolu
Conçue pour profiter au mieux de vos contenus. Vous apprécierez la richesse dans vos activités multimédia, web, jeux, films. Prolongez votre expérience PC avec en plus toute la convivialité de l'écran tactile multipoint 10,1 pouces.
• Android™ 3.0
• NVIDIA® Tegra™ 2, double coeur
• Son Dolby® Mobile impressionnant
• Ecran LCD à rétro-éclairage LED 10,1" (1280x800), tactile multipoint
• Double caméras: 5 MP arrière + 2 MP avant pour les photos et les appels vidéos
• Port HDMI, "motion gaming", capture des mouvements 6 axes
• Wi-Fi & Bluetooth intégrés et 3G* suivant les modèles
• Réseaux Sociaux simples à utiliser grâce à l'application Acer "SocialJogger"
Le groupe Acer vous attend sur son nouvel espace "Le guelfe" pendant le Medpi pour découvrir toutes ses dernières nouveautés.
Acer et le logo Acer sont des marques déposées de Acer Incorporated. Copyright 2011 Acer Inc. Tous droits réservés. Google, Google Maps, YouTube, Android et Android Market sont des marques commerciales de Google, Inc. Toutes les autres marques commerciales et/ou marques techniques, indiquées ou autres, appartiennent à leurs propriétaires respectifs. Spécifications modifiables à tout moment. Les images sont fournies à titre purement illustratif. *Dépend de la configuration du modèle

CE QU'EN PENSE... HTC

Frédéric Tassy, Directeur général

JDLI : Faut-il personnaliser l'interface et l'offre logicielle pour se différencier ?

Frédéric Tassy : Depuis de nombreuses années déjà, HTC a fait le choix de proposer à ses utilisateurs un environnement intégré, complet et unique en son genre, HTC Sense. Cet environnement est au cœur même de notre stratégie pour deux raisons. D'abord parce qu'il représente ce que HTC sait faire de mieux en matière d'ergonomie, de fluidité et de simplicité pour les utilisateurs. La toute nouvelle version de HTC Sense disponible sur le HTC Sensation en est le meilleur exemple, notamment grâce à son nouveau carrousel 3D. Naviguer sur son mobile n'a jamais été aussi naturel. Ensuite parce que HTC Sense est notre marque de fabrique. C'est un environnement personnalisable qui sait s'adapter à l'utilisateur tout en conservant une identité forte et immédiatement reconnaissable. Il offre des repères à l'utilisateur et lui permet de se trouver dans un environnement familier, même s'il change de smartphone HTC. C'est une manière efficace de valoriser nos spécificités, notre savoir-faire et notre marque. Avec HTC Sense, vous savez que vous utilisez un mobile HTC !

Y aura-t-il une surenchère du contenu fourni gracieusement ?

Là encore, notre approche est assez différente. Chez HTC nous souhaitons que nos produits soient synonymes d'excellence, qu'il s'agisse de hardware, de software mais également de services et ce, quel que soit le modèle économique appliqué. Jusqu'à présent Internet a habitué les consommateurs à bénéficier d'une certaine forme de gratuité. Aujourd'hui, la mobilité est un argument recevable par ces mêmes consommateurs qui acceptent que les bénéfices associés puissent avoir une valeur marchande. Le défi des marques telles que HTC est bien de proposer de nouvelles sources de divertissements payantes mais raisonnables et surtout à forte valeur ajoutée. A titre d'exemple, nous avons annoncé en début d'année l'acquisition de Saffron Digital (société spécialisée dans la diffusion de contenus multimédia). Ce rapprochement nous permet de lancer aujourd'hui le service HTC Watch. Disponible pour le moment exclusivement sur le superphone HTC Sensation et la tablette HTC Flyer, HTC Watch est une application de vidéo à la demande offrant un catalogue complet de blockbusters et d'émissions de télévision récentes. Ce service utilise une technologie de téléchargement progressif qui permet de regarder les vidéos instantanément, sans attendre la fin du téléchargement du fichier. L'utilisateur peut même louer ou acheter des vidéos et les regarder sur cinq appareils HTC différents. Ce nouveau service trouvera rapidement un prolongement autour de la musique et des jeux vidéo.

OS propriétaires versus OS ouverts : quelle place pour qui ?

Vous le savez, HTC est ouvert et collabore avec différents acteurs dans ce domaine capables d'apporter des solutions innovantes et performantes à nos utilisateurs. Android propose une plate-forme extrêmement performante, simple et rapide à mettre en œuvre pour les constructeurs qui, comme HTC, ont fait le choix de la souplesse en ne développant pas d'OS propriétaire. Son modèle gratuit fait qu'Android équipe aujourd'hui de très nombreux smartphones, ce qui génère une forme de banalisation associée à une pression sur les prix. HTC n'est pas concerné par cette problématique car nous avons pris le parti de nous différencier avec notre environnement HTC Sense. Avec Windows Phone 7, nous nous trouvons face à un produit différenciant et séduisant par son approche innovante et son design spécifique. Dans l'esprit des consommateurs, Microsoft est un gage de qualité, une marque rassurante. Même si nous proposons de nombreux smartphones sous Android, nous sommes partenaires de Microsoft depuis de nombreuses années et nous souhaitons offrir le choix aux consommateur pour toujours plus d'expériences possibles sur différents écrans, contrairement à Apple ou à RIM par exemple, qui restreignent le champ des possibilités.

Comment garder le terminal au centre des débats ?

De part son statut de plate-forme de convergence, le terminal est plus que jamais au centre de nos vies, un prolongement de notre personnalité. C'est pourquoi nous souhaitons offrir une expérience personnalisée jusqu'au terminal, avec un travail des matières, des couleurs et des formes qui nous semble tout aussi important que la qualité des possibilités techniques. Le HTC Incredible S se décline en rouge, vous avez noté le travail des matières sur la coque du HTC Sensation… Et ce n'est qu'un début !

taire. Pour autant, Web-OS a des arguments avec sa grande simplicité d'emploi et son interface élégante mais de là à créer un marché applicatif fourni, il va falloir beaucoup d'efforts de la part de HP. Le constructeur peut aussi jouer la complémentarité puisque Web-OS sera présent sur les smartphones mais aussi sur les tablettes et certains ordinateurs de la marque. A suivre…

Une économie fragile

S'il est devenu évident que le matériel ne peut plus exister sans le contenu, ce dernier se situe tout de même dans l'ombre des fabricants. Pour l'heure, le modèle économique du marché applicatif a certes engendré quelques millionnaires qui ont créé une app géniale au fond de leur garage mais n'a pas donné non plus naissance à une multinationale de l'App que Google chercherait déjà à racheter une petite dizaine de milliards de dollars, le tarif habituel dans la Silicon Valley. Et pour cause. Selon GfK, le marché du contenu mobile génère moins de valeur en 2010 que l'année précédente malgré un nombre d'actes en hausse. Cela s'explique simplement par les prix très bas et la pression du gratuit. Comme les fabricants cherchent avant tout à avoir un grand nombre d'applications, ils ne défendent pas particulièrement la plus grande rentabilité. Si avant on acceptait de payer trois euros pour une sonnerie au coût de développement nul, on n'accepte pas de dépenser la même somme pour un jeu qui nécessité des millions d'investissement. C'est un gros problème, d'autant que le prix moyen sur Android est de l'ordre d'un euro ! Si dans le jeu par effet de massification, les Gameloft et autres EA Mobiles s'en sortent, ce n'est pas l'opulence non plus. De plus, dès l'année prochaine, le marché du smartphone et de la tablette nécessitera des coûts de développement énormes tant les capacités matérielles auront évoluées. Le jeu en 2D développé par un adolescent boutonneux la nuit sur son ordinateur deviendra l'exception. Pour que ce contenu soit réellement source de profit ce qui est nécessaire à son évolution, il va falloir revoir le modèle. Et ce n'est pas le financement par la publicité intégrée qui suffira à payer l'addition. Le principe « ce qui a de la valeur doit se payer » ne semble guère présider à la destinée du marché applicatif.

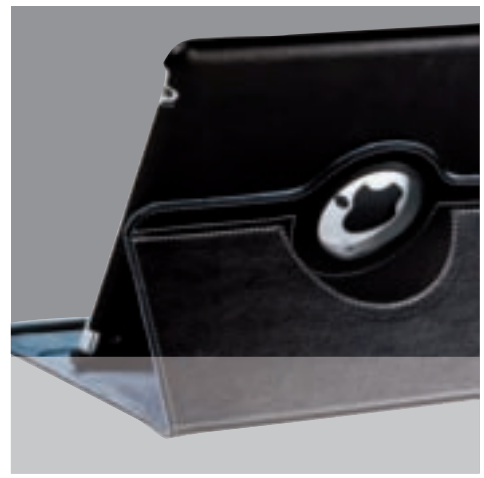
Projet1:Mise en page 1 02/05/2011 11:12 Page 1

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/fr

© 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.



Accessoire & périphérique

A réinventer

L'accessoire est devenu essentiel au rayon ! Il permet de compenser en partie le manque de valeur sur le produit principal, il anime le rayon et se paie même le luxe de s'affranchir des limites habituelles du hi-tech en devenant un objet de mode. De plus, le nomadisme croissant des appareils rend l'accessoire et le périphérique nécessaires pour une expérience plus satisfaisante et une meilleure ergonomie.

BARRE SONORE Logitech Z305

60 €

Cette barre de son miniature se fixe au dos de l'écran d'un ordinateur portable et se branche en USB. Elle ne nécessite aucune alimentation supplémentaire et sonorise dignement le notebook pour une écoute de proximité. Un traitement électronique projette le son sur 360 degrés pour donner une impression d'amplitude au son à la restitution.

L'accessoire et le périphérique ne cessent d'étonner tant les fabricants font preuve d'originalité et de créativité pour accompagner un produit maître qui n'a pas été développé pour eux. De plus, c'est un des rares terrains où la compétence mécanique joue encore un rôle important. A l'heure du composant intégré et du design minimaliste, c'est rafraichissant. Pour l'accessoire, il s'agit souvent de mécanique et de matière, plus que de technologie au sens premier du terme. Concevoir une housse en cuir qui se transforme en porte-objet en est un exemple. De plus, ce marché est devenu une composante essentielle du rayon, tant les marges sur l'appareil principal ont fondu comme neige au soleil. Comme en parallèle, les volumes des produits hi-tech ne cessent d'augmenter et que chacun doit être complété ou piloté, l'avenir semble assuré. Les périphériques traditionnels comme la souris continuent leur croissance en valeur comme en volume, alors que d'autres doivent s'adapter aux nouveaux usages et d'autres encore doivent être créées car un nouveau type d'appareil vient de faire son apparition.

Les périphériques IT

Souris, claviers, webcams et enceintes sont indissociables de l'ordinateur. Mais comme ce dernier a subi de profondes mutations, ces catégories évoluent et nécessitent de s'adapter. Rien ne sert de s'acharner sur le marché de la webcam qui est en train de disparaitre lentement mais sûrement. Celle intégrée à tout ordinateur suffit à l'utilisateur pour la messagerie vidéo et pour les autres usages, le caméscope de poche et le smartphone ont pris sa place. Comme toujours, une catégorie cède la place à une autre et comme en informatique c'est la mobilité qui domine désormais, de nouveaux accessoires sont à inventer. Ainsi est né il y a peu l'accessoire de confort qui vise à rendre l'usage d'un notebook plus confortable lorsque l'on est à la maison. Supports qui rehaussent, coussins qui amortissent, ventilateurs pour refroidir, les fabricants ont encore une fois fait preuve d'originalité. De même, l'enceinte multimédia traditionnelle évolue aussi. Si les systèmes 2.0 et 2.1 représentent toujours un marché conséquent au prix moyen stable et élevé, elles accompagnent aussi la migration vers la mobilité. Sonoriser sans encombrer un ordinateur portable a créé de nouvelles solutions comme la barre sonore miniature qui se fixe derrière l'écran. On peut juste déplorer que ces nouveaux périphériques pour notebooks ne soient pas vraiment mis en scène dans le magasin. Or, ce sont typiquement des produits qui demandent à être montrés su l'appareil maître pour que le client potentiel en saisisse l'intérêt. Une barre de son miniature sous blister ne séduira sans doute personne. Pour autant, une migration s'est engagée et le son n'est plus stocké aussi souvent sur l'ordinateur. De plus en plus, c'est le baladeur et surtout le smartphone qui prennent le relais. Les

SOURIS TENDANCE Mobility Lab Mouse and the City 2

30 €

La souris peut devenir un objet de design. Là où les autres marques se cantonnent encore à une couleur pour l'essentiel, Mobility Lab a été bien plus loin. Le fabricant français associe une souris à un tapis pour donner une forte identité à l'ensemble. La souris porte le drapeau du pays, le tapis arbore une photo en noir et blanc de la métropole associée à un objet emblématique en couleur. Pour autant, la technologie n'est pas oubliée avec une souris qui se passe de fil et un récepteur miniature.

CLAVIER SOLAIRE Logitech K750

80 €

Un clavier sans fil est vraiment pratique car il peut se placer n'importe où sans contraintes et même se ranger au besoin. Mais cette liberté se paye par un besoin d'alimentation qui oblige soit à recharger régulièrement en filaire, soit à changer la pile de temps à autre. C'est désormais du passé avec ce premier clavier solaire. Il se recharge à la lumière même artificielle. De plus, il est esthétique et ultra-fin. Pour recevoir les informations, un micro-récepteur disparait presque dans la prise USB et pourra rester à demeure sur un notebook sans gêner. De plus, il fait partie de la famille Unifying permettant de connecter plusieurs périphériques Logitech compatibles sur un même récepteur, notamment une souris.

enceintes multimédia cèdent donc progressivement la place aux stations d'accueil.

Souris & clavier : encore et toujours

La souris et le clavier n'ont pas dit leur dernier mot, alors que l'on pourrait penser qu'il n'y a vraiment plus matière à innover sur des produits aussi matures. C'est sans compter sur l'inventivité des fabricants spécialisés. La souris continue d'ailleurs sa croissance contre vents et marées, en valeur comme en volume. Aujourd'hui, c'est par le design et l'ergonomie qu'elle parvient encore à innover. La souris comme phénomène de mode avec des collections thématiques, on y est presque ! Le clavier n'est pas en reste. Même si son besoin est moins pressant sur les ordinateurs portables, les volumes n'en demeurent pas moins conséquents. Dernière innovation en date, plus de fil ni d'alimentation. Grâce aux cellules photovoltaïques et à une batterie au lithium, le clavier sans fil se passe de piles et de recharge. On attend avec impatience une souris qui fonctionne sur ce même principe. Mais le clavier doit sans doute aller chercher son salut ailleurs, là où il devient nécessaire car l'appareil n'en dispose pas. C'est évidemment à la tablette que l'on pense en premier. La connexion devra se faire en Bluetooth, ce qui permet une belle création de valeur. De plus, ce clavier peut s'intégrer ou s'associer à une housse qui sert également de support.

La tablette à équiper

Un million de tablettes en 2011 et ce n'est qu'un début ! S'il y a un appareil qui nécessite de l'accessoire, c'est bien elle. Evidemment, comme tout appareil nomade, la housse est une évidence mais comme la tablette demande aussi à être soutenue pour tenir debout, il y a matière à innover. L'iPad 2 suscite ainsi de nombreuses vocations et certains font vraiment preuve d'ingéniosité. La housse peut protéger et en même temps permettre de placer la tablette devant soi à la verticale ou à l'horizontale. En usage résidentiel, la tablette peut aussi se placer sur un socle qui non seulement la maintient et l'alimente mais en profite aussi pour en améliorer le son. Ce dock spécifique permet aussi de la placer verticalement ou en mode paysage. Evidemment, la tablette Apple facilite la tâche car il n'y a que deux

HOUSSE POUR IPAD 2 Urban Factory Keyboard Sleeve 2

80 €

C'est déjà une house élégante en simili cuir qui protège efficacement l'iPad 2. Le support est orientable en tous sens et une fois la house dépliée, elle sert de maintien en position debout. On découvre alors aussi un clavier intégré qui se relie à la tablette en Bluetooth. La housse qui transforme la tablette en netbook ! Et ça marche parfaitement bien.

iHome | iW1

Votre musique, dans chaque pièce, sans fil et en toute simplicité grâce à la technologie AirPlay !

Application Gratuite | Diffusion simultanée sur plusieurs iW1 | Commandes tactiles rétro-éclairées | Technologie audio Bongiovi DPS | Port USB pour iPod/iPhone | Poignée de transport et dock de charge | Batterie intégrée

Libérez votre musique et transmettez en sans fil toute votre bibliothèque iTunes (PC, Mac, iPhone, iPad) sur l'iW1. Ajoutez autant d'iW1 souhaités et profitez du son simultanément dans chaque pièce.

La technologie exclusive Bongiovi Acoustics DPS opère un traitement en temps réel de la musique compressée et la restitue dans une qualité proche de l'enregistrement studio originel.

Made for iPod iPhone

iHome®
Live Life Loud

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

04-11_iHome-iW1_JDLI(240x310).indd 1 21/04/2011 16:21:33

CE QU'EN PENSE... COMTRADE

David Garnier, Responsable marketing

JDLI : Comment profiter au mieux du marché naissant de la tablette ?
David Garnier : Avec une prévision à plus d'un million d'unités en France pour 2011, la tablette est un marché en devenir. Comme les smartphones/iPhone avant lui, les tablettes/iPad sont un véritable phénomène qui a engendré tout un écosystème d'accessoires spécialisés. C'est un nouvel univers qui est en train de naitre, à mi-chemin entre le PC et le smartphone, et qui doit trouver une vraie place dans les linéaires. Qu'il s'agisse de protection, de son, de saisie, d'ergonomie, les périphériques dédiés se doivent d'être parfaitement adaptés aux usages que peut en avoir l'utilisateur final, tout en respectant l'esprit de la tablette.

Avec une informatique en pleine mutation, quel est l'avenir de la souris et du clavier ?
Si le marché du clavier tend logiquement à décliner petit à petit avec l'essor des netbook/notebook/tablettes, il reste tout de même important. Celui de la souris est quant à lui très dynamique. Nous avons certes vu baisser le prix moyen des souris ces dernières années mais en même temps, on constate que le consommateur est tout de même prêt à investir si elle propose une vraie différenciation, originalité ou avancée technologique, et cela même en dehors des deux marques historiques de ce marché. C'est ce que nous pouvons par exemple constater sur le segment des souris gaming qui se vendent très bien et dont le prix moyen est beaucoup plus élevé que la moyenne. C'est un excellent vecteur de croissance et un moyen d'aller chercher de la valeur.

Comment va évoluer le son multimédia ?
Le marché des périphériques audio multimédia évolue lui aussi au gré des innovations. Nous avons par exemple récemment vu apparaitre des docks spécifiques iPad. Mais nous pensons qu'à terme l'audio multimédia devra non plus répondre à un besoin spécifique (pour PC, iPhone ou iPad…) mais à l'ensemble de ces multiples sources. La démocratisation des technologies comme le Bluetooth ou l'Airplay devrait nous mener à cela si les constructeurs arrivent à proposer des produits performants, fonctionnels et qui pourront s'intégrer dans tous les espaces de la maison.

80 €

STATION D'ACCUEIL IPAD 2 Ryght Stand

L'iPad 2 est un formidable lecteur vidéo mais pour cela, il faut qu'il tienne à la verticale. Par ailleurs, le son qu'il diffuse n'est pas exceptionnel. Cette station Ryght règle les deux problèmes à la fois. La tablette vient se fixer sur le support orientable pour une consultation à l'horizontale ou à la verticale. Dans la base sont intégrés deux haut-parleurs qui délivrent un son déjà puissant et assez enveloppant. Cerise sur le gâteau, l'iPad se recharge pendant qu'il se trouve sur le support.

modèles et un seul connecteur placé au même endroit. Il faudra faire preuve d'imagination pour équiper les tablettes sous Android qui ne sont pas construites sur le même modèle. Cela va sans doute relancer aussi le sans fil, notamment pour les enceintes. Car une tablette quelle qu'elle soit peut toujours se connecter en Bluetooth et en WiFi.

Un dock à fort potentiel

La station d'accueil va sans doute connaître elle aussi une seconde révolution. Pour l'heure, elle ne fait guère sens qu'avec les produits Apple pour cause de compatibilité physique. Cela lui suffit cependant pour être un marché porteur à la croissance exponentielle où la qualité compte

50 €

HOUSSE POUR IPAD 2 Targus Folio

Encore une idée originale pour protéger et maintenir l'iPad 2. Cet étui très élégant s'articule autour d'une coque rigide dans laquelle la tablette vient se loger et qui la maintient. Cette coque est fixée par une articulation ronde qui laisse d'ailleurs voir le logo au dos de l'appareil. Cela lui permet de tourner sur 360 degrés. Un rabat autour en simili cuir protège en déplacement et sert d'appui pour maintenir le tout en positon debout.

NETGEAR®
Connect with Innovation™

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

CPL 500 Mbits/s

Votre réseau électrique devient un réseau multimédia

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

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

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

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

NETGEAR Green

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

Compatible avec **toutes les Box**
livebox® freebox® neufbox®

*HomePlug AV, la norme de référence pour tous les débits HD, le gaming, la VoIP

www.netgear.fr

vraiment. La focalisation sur le son a beaucoup aidé et il y a une tendance en haut de gamme d'aller vers la qualité et le dépouillement. Petite révolution dans le monde Apple, on s'apprête à couper les fils avec l'arrivée d'Airplay. Cette technologie de transmission sonore sans fil utilise le réseau WiFi domestique, rien d'extraordinaire à première vue. Sauf que tout est automatique et bien pensé. La station Airplay reconnait immédiatement tous les appareils Apple à portée et restitue leur contenu audio sans avoir rien à régler. De même, l'appareil Apple qui contient la musique peut piloter le dock. Simple et génial. Pour les smartphones

STATION D'ACCUEIL AIRPLAY

iHome W1

300 €

Cette station d'accueil déjà imposante diffuse un son de grande qualité qui suffit à sonoriser une pièce entière. Pour autant, elle se passe complètement de fils. Grâce à une batterie au lithium intégrée, elle fonctionne quelques heures loin de toute prise de courant. Pour la recharger, il suffit de la poser sur son socle. Elle reçoit la musique par la technologie Airplay. Tout appareil Apple qui est à portée sur le même réseau WiFi est automatiquement détecté. De plus, l'iPod/iPhone/iPad peut piloter la station tout comme elle peut piloter le baladeur. L'avenir de la station d'accueil !

HOUSSE POUR IPAD 2

Macally Bookstand 2B

40 €

Ici, c'est la simplicité du concept qui impressionne. La coque en plastique reçoit l'iPad 2 et le protège des chocs. Le rabat vient recouvrir la face avant et se fixe par magnétisme à la coque. Une fois déplié, il se plie en trois pour servir de support à la position debout.

CE QU'EN PENSE... MOBILITY LAB

Alexandre Ponias, Directeur commercial

JDLI : Comment profiter au mieux du marché naissant de la tablette ?

Alexandre Ponias : La tablette est devenue un des marchés phare en 2011. L'offre est très large désormais même si l'iPad a été le premier et a su prendre des parts de marché colossales. Aujourd'hui, la concurrence est rude avec tous les grands noms du secteur. Ainsi les périphériques et accessoires ont leur rôle à jouer, que ce soit dans la protection, l'ergonomie, la charge ou la personnalisation. On remarque en revanche qu'à ce jour, tous les acteurs du marché se sont précipités sur les accessoires autour de l'iPad mais qu'autour d'autres fabricants/formats, il y a peu d'offre. Il reste donc de la place pour des acteurs flexibles, réactifs et différents qui peuvent apporter une réponse à un marché laissé vacant. L'originalité des coloris et des finitions a de l'importance à l'heure de l'uniformisation. Si l'iPad correspond à un style de vie, il n'en demeure pas moins unique, ce qui crée le besoin d'être différent grâce à un accessoire original.

Avec une informatique en pleine mutation, quel est l'avenir de la souris et du clavier ?

Il faut distinguer le marché grand public et le professionnel, car les demandes sont différentes et les évolutions se font à des rythmes différents aussi. Si l'on s'intéresse au marché grand public, on constate que les ventes de claviers et souris ne souffrent pas trop de la crise. Certes ce sont des marchés très matures où le prix moyen se dégrade régulièrement, mais les volumes restent plus ou moins stables. L'évolution technologique avec l'avènement du tactile et le développement du smartphone n'a pas eu un impact négatif sur les ventes de PC portables et ultra-portables, donc les périphériques souris et claviers continuent à se vendre tout autant. Et même si dans quelques années le tactile s'impose partout, l'ergonomie et la convivialité ne peuvent égaler celles d'une souris et d'un clavier. En fait, il s'agit juste de suivre l'évolution du hardware lorsque l'on est fabricant de petits périphériques et d'adapter son offre, mais il faut raison garder et ne pas surestimer le potentiel d'un marché qui prend souvent de très longues années à se déplacer d'un objet à l'autre.

Comment va évoluer le son multimédia ?

Avec le développement de la téléphonie, des tablettes et des netbooks, on se rend compte que c'est tout un écosystème autour de la mobilité et du nomadisme qui occupe l'essentiel du marché désormais. Les périphériques ont forcément vocation à suivre cette évolution pour apporter une meilleure ergonomie, un meilleur confort, en un mot améliorer l'utilisation de l'appareil principal. Ainsi en termes de son, on constate bien souvent une qualité assez moyenne, il y a de ce fait un réel marché sur des petites enceintes nomades qui ont pour vocation d'améliorer les performances audio des smartphones ou tablettes, tout en étant design et peu encombrant. Bref, le son de demain sera en grande partie nomade et surtout en parfaite harmonie avec les appareils qu'il accessoirise. On constate également que le téléphone se place au cœur de la vie numérique et les docks de salon connaissent un essor rapide, le consommateur utilisant son smartphone pour écouter de la musique chez lui. Assez logiquement, il est donc à la recherche de produits de qualité HI-FI. Les habitudes de consommation ont changé avec la dématérialisation et le casque comme les enceintes pour appareils nomades prennent une place importante dans le marché du périphérique multimédia. Pour s'en convaincre, il suffit de regarder les rayons des spécialistes.

Écran LED ultra-fin. Tout simplement incroyable.

Avec une épaisseur exceptionnelle de seulement 12,9 mm, le moniteur Philips 234CL2SB est l'un des plus minces du monde. Équipé des technologies d'affichage exclusives de Philips, le 'Blade' conjugue performance d'affichage exceptionnelle et design ultra-fin pour procurer une expérience de divertissement unique en son genre.

PHILIPS
sense and simplicity

CE QU'EN PENSE... LOGITECH

Gérard Isabel, Country Manager France

JDLI : Comment profiter au mieux du marché naissant de la tablette ?

Gérard Isabel : Avec l'arrivée de nombreuses tablettes sur le marché, nous avons mené différentes études auprès des utilisateurs pour mieux comprendre leurs attentes et la manière dont ils les utilisent. Leur comportement est différent de celui qu'ils ont habituellement avec un notebook. Il apparait très nettement qu'ils plébiscitent le côté ultra-portable des tablettes, de par leurs tailles plus petites et leur faible encombrement par rapport à un ordinateur portable standard, ce qui leur permet de les emporter plus facilement avec eux partout. Bien que les utilisateurs les emportent fréquemment lors de leurs voyages, les tablettes restent aujourd'hui principalement utilisées à la maison. De plus, l'utilisation qui en est faite est également plus versatile que celle d'un notebook. Quatre grandes activités ont ainsi pu être identifiées que nous avons nommées ainsi : créer, consommer, communiquer et jouer. Pour chacune de ces utilisations, Logitech apportera très prochainement des réponses en proposant des accessoires parfaitement adaptés à tous ces nouveaux besoins. Il est à noter également que le taux d'attachement en accessoires avec une tablette est supérieur à celui d'un notebook.

Avec une informatique en pleine mutation, quel est l'avenir de la souris et du clavier ?

Nous sommes très optimistes sur l'avenir des souris et des claviers pour au moins trois raisons. Le marché des PC portables est toujours bon en volume, malgré un début de cannibalisation avec l'arrivée des premières tablettes. Pour les accessoires comme les souris et les claviers, le taux d'attache avec les notebooks est stable, voire même en croissance en France. Comme indiqué précédemment, le taux d'attache est même encore plus important avec les tablettes. Bien entendu, les souris et les claviers vont continuer à évoluer pour s'adapter aux nouveaux besoins des utilisateurs. C'est la force de Logitech, en tant que leader mondial, de pouvoir s'appuyer à la fois sur son expérience acquise depuis 30 ans, sa bonne connaissance des utilisateurs et ses nombreuses innovations technologiques pour proposer des accessoires qui répondent aux nouvelles attentes du marché. Si on prend l'exemple des tablettes, leur évolution ira certainement vers des modes d'utilisation mixtes plus flexibles à la fois celles que l'on connait aujourd'hui, mais également d'autres plus proches de celles qu'on a habituellement avec les notebooks.

Comment va évoluer le son multimédia ?

La musique fait partie de notre quotidien et elle est partout. Aujourd'hui, les consommateurs veulent pouvoir écouter leurs morceaux favoris où ils veulent, quand ils veulent et comme ils veulent, sans contrainte. La multiplication et l'évolution des sources audio ont créé de nouveaux comportements pour lesquels Logitech apporte des solutions innovantes. Plus besoin de devoir relier son smartphone, sa tablette ou son ordinateur portable à son système de diffusion audio pour profiter de sa musique ! Avec ses solutions sans fil, Logitech offre aux consommateurs à la fois plus de liberté de mouvements et la possibilité de connecter à distance ses différents appareils audio. C'est déjà le cas avec le haut-parleur sans fil rechargeable Wireless Speaker Z515 qui offre un son stéréo riche et ample avec une autonomie de 10 heures et qui peut diffuser à partir d'un ordinateur portable, d'un iPad ou un d'iPhone. D'autres solutions sans fil et compatibles multi plates-formes viendront enrichir dans les prochaines semaines cette gamme pour offrir à tous une immersion totale en toute simplicité.

60 €

CASQUE EN BOIS

Ryght Bali

Le casque permet vraiment toutes les fantaisies sauf que là, elle a aussi une raison technologique d'exister. Avoir recours au bois dans la fabrication d'un casque présente des avantages pour le son car il s'agit d'une bonne caisse de résonnance. Réalisé en ébène, ce casque est résolument tendance avec un rendu sonore très convaincant aussi.

ETUI IPAD 2 DE LUXE

85 €

Norêve Tradition

Il est également possible de se distinguer par la seule qualité des matériaux. Cet étui est simple mais très bien pensé. L'iPad 2 vient se loger dans une coque rigide qui le protège contre les chocs tout en restant très discrète. A cela s'ajoute un simple rabat qui se ferme par un contact aimanté. C'est beau, sobre et surtout très luxueux. Tout l'étui est gainé de cuir véritable de très grande qualité. Outre l'aspect, le contact est évidemment bien plus agréable aussi. L'accessoire valorise l'appareil !

Diaghilev M02

KIM CORP.

spécialiste des accessoires dédiés à l'image et au son

connectique audio vidéo et multimédia

connectique audio - vidéo - multimédia et informatique
nouvelle gamme spéciale led high speed with ethernet.

BANDRIDGE

PROFIGOLD

HDMI sans fil jusqu'à 30m

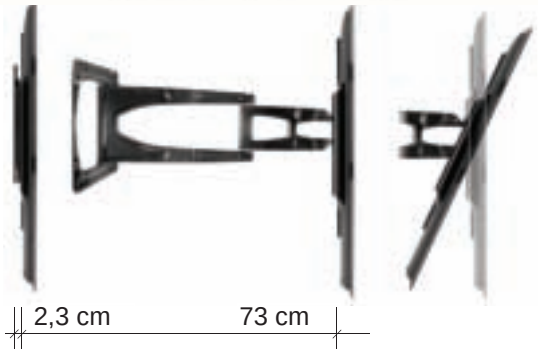
PureLink

supports muraux motorisés et ascenseurs pour écrans plats

orientable jusqu'à un angle de 180° et à distance avec télécommande.

PEOPLE OF LAVA

support mural le plus plat du monde ...



peerless-AV

meubles TV

STIL-STAND®

créativité, fonctionnalité, et qualité

casques audio

casques ultra portables avec microphone inclus pour utilisation avec iPhone ou tout autre type de téléphone mobile

AERIAL7

chargeurs universels compatibles avec tout ordinateur portable

iGo

www.kimcorp.fr

5 impasse de l'Hers - 31240 L'Union - France - tél.:+33 (0) 567339031 - e-mail : contact@kimcorp.fr

CASQUE VINTAGE
Marshall Major

100 €

En s'appuyant sur la licence Marshall, ce casque joue sur la nostalgie et la renommée des amplis guitare de la marque. Et ça marche car le modèle est régulièrement en rupture de stock. Déjà l'emballage en carton rappelle l'environnement graphique de la marque. Le look du casque est dans le ton des amplis avec une matière noire souple nervurée, du métal et surtout le fameux logo en gros sur les écouteurs. Même le jack doré avec conduit en ressort rappelle celui des guitares électroniques.

sous Android, cela se complique car évidemment la prise micro-USB n'est jamais au même endroit. Il est donc très difficile de concevoir une station d'accueil universelle, si ce n'est en utilisant un câble disgracieux. Là encore, ce sera sans doute le sans fil qui pourra faire un retour remarqué si on maîtrise les coûts et si on parvient à simplifier l'utilisation. Que ce soit par le WiFi ou le Bluetooth, il suffit de combiner les enceintes sans fil à une application à télécharger gratuitement sur l'Android Market… Plusieurs millions de smartphones qui ne demandent qu'à être sonorisés, de quoi motiver...

Le casque à la mode

S'il y a bien un périphérique qui se porte bien, c'est celui du casque. C'est un des très rares marchés du hi-tech dont le prix moyen ne cesse d'augmenter année après année. Après une période de démocratisation de l'intra-auriculaire, c'est le grand retour du supra-aural nomade. Et ce n'est pas par la technologie que le casque innove, il est en fait le premier appareil du hi-tech à sortir complètement du concept technologique. Au même titre que la montre pour l'homme ou la chaussure pour la femme, c'est un signe d'appartenance sociale et d'expression de soi. Porter des escarpins à talon ou des baskets colorées renseigne sur le statut social et le groupe auquel on s'identifie. Il en va de même pour le casque désormais. Et comme les autres accessoires de mode, il change en permanence avec les tendances, les saisons et les collections. Cela crée un marché intéressant car il pousse au renouvellement et à l'achat d'impulsion. Il permet aussi de maintenir un prix bien plus élevé qu'un modèle standard de qualité technique similaire. D'autant que les idées ne manquent pas, comme la tendance seventies qui passe par des couleurs et des matières. Il y a aussi le vintage musical qu'exploitent à merveille les casques Marshall, rien qu'en s'associant au nom des célèbres amplis guitare. D'autres surfent sur les modes des sports extrêmes ou du Dj. Il n'y a quasiment pas de limites comme en témoigne par exemple right qui a recours au bois, un matériel très tendance aujourd'hui. On le voit, le périphérique n'est pas accessoire car il arrive même à dépasser une limitation qui fait de plus en plus de tord au hi-tech : ne pas pouvoir s'échapper du seul argument technologique.

CASQUE FASHION
Skullcandy Skullcrusher Snoop Dog

75 €

Yooo man ! Skullcandy, c'est un peu l'inventeur du casque fashion qui s'appuie sur la culture sportive et musicale des d'jeuns. Ambiance DJ, free ride ou encore surf pour ce modèle, il s'agit avant tout de s'identifier à un groupe social.