

ICONIA TAB A100

Grande à l'intérieur



ACER ICONIA TAB A100

- Android™ 3.0
- NVIDIA® Tegra™ 2 double coeur
- Ecran LCD 7" (1024x600), tactile multipoint
- Deux caméras : 5MP arrière+ 2MP avant pour les photos et les appels vidéos
- Port HDMI, "motion gaming", capture des mouvements 6 axes
- Wi-Fi & Bluetooth intégrés
- Réseaux sociaux simples à utiliser grâce à l'application Acer "SocialJogger"

Disponible à partir
de mi Juin

circle-line.eu



5.0 MEGAPIXEL



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.



acer

ICONIA TAB A500

Le plaisir absolu



ACER ICONIA TAB A500

- Android™ 3.0
- NVIDIA® Tegra™ 2 double coeur
- Ecran LCD 10,1" (1280x800), tactile multipoint
- Deux caméras : 5MP arrière+ 2MP avant pour les photos et les appels vidéos
- Port HDMI, "motion gaming", capture des mouvements 6 axes
- Wi-Fi & Bluetooth intégrés
- Réseaux sociaux simples à utiliser grâce à l'application Acer "SocialJogger"



5.0 MEGAPIXEL





4 JUILI 196

17 MAI 2011



Fnac IT : la fièvre d'Ibiza

■ La cinquième collection Fnac IT, qui consiste à rassembler des produits hi-tech tendance autour d'une thématique dans des rayons dédiés en magasin (voir JDLI 194) aura pour thème « I Love Ibiza ». Autant dire que la sélection de produits met plus en avant le coloré et le clinquant que l'épure des lignes. Du sac de plage avec enceintes intégrées à la Tong clé USB en passant par la protection iPad résistant à l'eau, c'est l'indispensable qui est à l'honneur.

Edito Conséquences



Difficile de prédire les conséquences du piratage géant dont Sony a été victime. Outre que le groupe nippon lui-même risque d'y perdre des clients voire davantage si certains comptes bancaires ont été piratés, c'est toute l'industrie du online qui pourrait souffrir de l'appréhension des clients à communiquer des données personnelles. La perte de confiance et de crédibilité ne sera pas limitée à Sony, c'est certain, car si une telle machine de guerre commerciale peut chuter, pourquoi pas les autres, pourquoi pas Microsoft, Apple, pourquoi pas tous ces MMO dont l'éditeur est plus ou moins connu... ? Il sera intéressant de suivre les premiers résultats de Spotify (streaming de musiques), qui est passé à un modèle presque entièrement payant le 1er mai. Pas forcément le meilleur moment.

Sébastien Anxolabéhère

PSN et SOE

Sony : le online accumule les problèmes



■ Alors que la direction japonaise de Sony Computer tentait de reprendre la main après le vol des données de 77 millions de comptes PSN (PlayStation Network) et Qriocity, on apprend que c'est le service Sony Online Entertainment (les MMO du Japonais) qui aurait subi un sort proche. « Des informations personnelles liées à environ 24,6 millions de comptes SOE pourraient avoir été volées, ainsi que certaines informations d'une ancienne base de données de 2007 », a déclaré le groupe. Au moins 12 700 coordonnées bancaires sont parties avec les voleurs. Côté PSN, de nouvelles et draconiennes mesures de sécurités ont donc été annoncées le 1er mai, ainsi que la réouverture progressive du PSN et de Qriocity.

Sony, dont la communication de crise demeure très maîtrisée annoncée qu'une offre « welcome back » serait mise en place dans chaque pays avec des gratuités spécifiques.

[Lire la suite page 8](#)



GfK observe le Web

■ C'est en partenariat avec l'Agence France Presse (AFP) que GfK révèle les résultats de son baromètre trimestriel (REC pour Référence E-Content) sur la consommation de biens dématérialisés. Il en ressort que 14 % des lecteurs de livres téléchargent des livres numériques ou consultent des ouvrages via des applications et sont 20 % à avoir l'intention de le faire dans les trois prochains mois. Celles et ceux qui téléchargent consacrent près de la moitié de leur temps de lecture à la lecture « numérique ».

À la question de savoir via quel biais le livre a été téléchargé, on constate d'abord que chaque lecteur utilise 1,92 type de sites différents. Les libraires en ligne arrivent en tête (Fnac, Amazon...) devant les applications pour téléphones portables ou tablettes et les sites d'éditeurs. En quatrième position, on trouve les sites de téléchargement illégal... Si l'on étudie le genre des livres téléchargés, la vie pratique arrive en tête (34 %) devant la science-fiction et les romans policiers (28 % chacun). La littérature, tous styles confondus arrive d'ailleurs en tête des genres lus numériquement. Enfin... 74 % des ouvrages

téléchargés ou consultés sont des livres gratuits. Pour la vidéo, GfK nous révèle que l'écran de l'ordinateur (desktop ou portable) est l'écran principal des consommateurs de streaming ou de VOD, avec 27 % chacun devant le téléviseur. Le téléphone n'est l'écran principal que pour 5 % des personnes interrogées et un écran occasionnel pour 25 % d'entre elles.

Web 2.0 : le relationnel

Pas de grande surprise quant au type d'écran utilisé par les internautes fans du Web 2.0 (c'est-à-dire les réseaux sociaux) : l'écran du PC est largement plébiscité, puisque près de neuf internautes sur 10 (50 % pour desktop et 36 % pour laptop) l'utilise comme écran principal pour la consultation des réseaux sociaux. Le téléphone arrive en troisième position, avec 8 % d'écran principal, et 31 % comme écran d'appoint. Les tablettes demeurent pour l'heure confidentielles. Elles sont pourtant tout à fait adaptées à ce type d'usage et ne devraient pas manquer de gagner des places dans le classement au et à mesure qu'elles vont pénétrer le marché.

[Lire la suite page 12](#)

Vidéo dématérialisée : Les écrans utilisés



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.



SOMMAIRE

6 JDLI 196

17 MAI 2011



News

SOFTWARE

16 News

19 Interview : Allods Online
Vincent Douvier,
Executive producer chez
Gala Networks Europe

20 Interview : Just For Games
Philippe Cohen, CEO/ Président

24 Interview : Micro Application / Avanquest France
Philippe Olivier,
Président de Micro Application

HARDWARE

30 News

36 Interview : Fnac
Pascal Vivier,
Chef de secteur EGP

38 Interview : Pixmania
Ulric Jerome, Directeur executif

40 Panorama : GPS autonomes
Six appareils positionnés
entre 100 et 350 euros

GUIDES

44 Hardware

48 Jeux vidéo

50 Blu-ray et DVD vidéo



Just For Games 20

Philippe Cohen, ancien de Mindscape, vient de créer une société spécialisée dans l'édition et la distribution de jeux avec un focus sur la réédition et le casual gaming. Il nous en dit plus sur les premiers mois d'existence de la société, les premières gammes déjà en magasins mais aussi ses ambitions pour l'avenir.



Micro Application / Avanquest : Le nouveau visage de Micro Application 4

L'éditeur compte profiter de l'édition 2011 du salon MedPi pour procéder à diverses annonces. Philippe Olivier, Président de Micro Application nous décrit les nouveautés du groupe dans les domaines de l'impression et des consommables notamment.



Fnac : simplifier l'accès à la technologie 36

TV connectées, tablettes et autres nouvelles technologies : comment les introduire en magasins ces produits qui donnent autant d'importance au contenu qu'au contenant ? Pascal Vivier, Chef de secteur EGP nous décrit la méthode de la Fnac pour privilégier clarté et simplicité.



Pixmania : autour des usages 38

L'arrivée de nouveaux produits connectés comme les téléviseurs et les tablettes nécessite des explications, ce qui est évidemment plus compliqué à fournir sur Internet qu'en magasin. Ulric Jerome, Directeur exécutif de Pixmania, nous expose sa vision de ce marché en pleine mutation.

JDLI

Ce numéro du JDLI est habillé aux couleurs de Urban Factory

le Journal des Loisirs Interactifs

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

Directeur de la publication
Laurent Guerder

RÉDACTION
Directeur des Rédactions
Stéphane Kauffmann
01 41 58 58 25
skauff@microcoop.com

Rédacteur en chef
Sébastien Anxolabéhère
01 41 58 58 26
sanxo@microcoop.com

Rédacteur en chef adjoint
Patrick Helliou : 01 41 58 58 27
phelliou@microcoop.com

Secrétaire de rédaction
Guy Pichard
guy@microcoop.com

Journalistes
Benoît Dupont, Jean-Luc
Marianna, Roland Marianna
et Caroline Mauduit

Photographe
Guy Pichard
A collaboré à ce numéro :
Marie-Sylvie Maufus

PUBLICITÉ

Directeur de publicité
Miguel Mato : 01 41 58 58 23
miguel@microcoop.com

Directeur de clientèle
Pierre Bon : 01 41 58 59 21
pierre@microcoop.com

Directeur de clientèle
Florian Picard : 01 41 58 59 22
florian@microcoop.com

Directeur de clientèle
Bernard Bibas : 01 41 58 59 23
bernard@jdt.fr

MAQUETTE
Directrice Artistique
Anastasia Babic
anastasia@microcoop.com
Rédacteurs graphistes
Benoît Maurice
Christophe Monfort

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

Le Journal des Loisirs Interactifs est édité par
Microcoop, SARL au capital de
30 000 euros. Siège social :
66/72 rue Marceau - 93100
Montreuil-sous-Bois.

Site Web : www.jdli.com

Principaux actionnaires :
Stéphane Kauffmann et
Laurent Guerder

Imprimé par lapca
83 490 Le Muy
ISSN : 1633 - 7123
Dépôt Légal : A parution

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



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

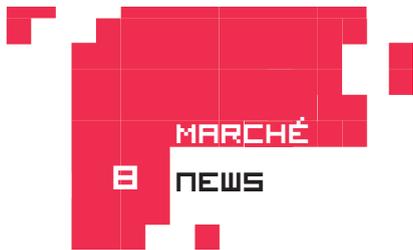
brownIZ

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





Panasonic supprime 17 000 postes

La pression des concurrents coréens et taiwanais de Panasonic oblige le géant japonais à couper 5 % de ses effectifs d'ici deux ans. 17 000 suppressions de postes qui succèdent à première vague de 18 000 qui vient de s'achever. Il devrait à cette occasion fermer 10 % de ses sites de production dans le monde, actuellement au nombre de 350. Sur l'exercice qui vient de s'achever le 31 mars, le groupe a réalisé un résultat d'exploitation de 305,3 milliards de yens (2,5 milliards d'euros), légèrement sous les prévisions. L'ex-Matsushita Group, dont les effectifs après restructuration s'élèveront tout de même à 350 000 personnes dans le monde, doit rationaliser sa production, notamment suite aux rachats de Sanyo et de Panasonic Electric Works. Panasonic prévoit de s'organiser autour de trois pôles : le grand public, les composants et les solutions professionnelles.

Panasonic



suite de
la Une

Le PSN de Sony subit une attaque de grande envergure



Le coup dur qu'a subi Sony Computer Entertainment risque de laisser des traces. Le 20 avril, le PlayStation Network et les services

Qriocity étaient subitement hors-service. Une cyber-attaque de très grande envergure, menée entre le 17 et 19 avril, avait permis aux pirates de s'emparer de tout ou partie des informations fournies par les 77 millions d'abonnés. Mais si les services ont été rapidement désactivés, les causes de la situation n'ont été révélées qu'au bout d'une semaine...

Le 26 avril, SCE annonçait donc, que outre les données civiles, nom, adresse, date de naissance, les logins et mots de passe pourraient bien être entre les mains des cyber-criminels. Et plus grave encore... « Il est aussi possible que vos informations de profil aient été touchées, incluant l'historique de vos achats et l'adresse de facturation (ville, état, code postal) ainsi que la question de sécurité de votre mot de passe », écrit Sony. Mais ce n'est pas tout, les données bancaires sont également concernées reconnaît le Japonais : « Si vous avez fourni

vos données de carte bancaire au travers du PlayStation Network ou des services Qriocity, il est prudent de vous avertir que votre numéro de carte bancaire (excluant le code de sécurité) et sa date d'expiration sont concernés. Il n'y a pas de preuve d'obtention des données de cartes de crédit mais nous ne pouvons pas écarter cette possibilité », précise-t-il. En clair, les personnes ayant rentré leurs coordonnées bancaires sur le PSN ou Qriocity ont de quoi s'inquiéter... Et Sony leur conseille d'ailleurs de le faire en surveillant de près tout mouvement bancaire suspect ! Autre recommandation de Sony aux personnes qui utiliseraient le même login et mot de passe sur d'autres services (mail, comptes ouverts sur différents sites...) : en changer immédiatement pour recouvrer un minimum de sécurité ! Dans le pire des scénarios, ce sont donc les coordonnées de 77 millions d'abonnés qui sont tombées entre des mains probablement mal intentionnées. Les spécialistes estiment qu'il s'agit sans doute là du plus important vol opéré sur Internet. Pour l'heure, Sony a décidé de verrouiller sa communication en se limitant à de la publication de communiqués sur ses sites internet. Les territoires ne semblent avoir aucune latitude pour communiquer à ce sujet. Ce grand retard à l'allumage, plus d'une semaine entre la découverte de larcin et de son ampleur, est aujourd'hui très préjudiciable à Sony, par ailleurs toujours incapable de donner une date précise du réouvertures des services en ligne. Du point de vue business, cette mésaventure est également très contraignante ; outre que le PSN rapporte en année pleine près de 500 millions à Sony et que pour l'heure il ne fonctionne plus et de nombreux joueurs pourraient s'orienter vers d'autres services comme celui du Xbox Live. Sans parler de tous ceux dont les jeux nécessitant une connexion PSN ne fonctionnent pas... Une vraie situation de crise pour Sony dont on n'a pas fini de mesurer les conséquences.

Nokia licencie encore et encore

En abandonnant son système d'exploitation Symbian pour Windows Phone, Nokia se réorganise. Premier effet, 4 000 postes vont être supprimés, notamment dans des centres de R&D destinés à être bientôt fermés. 3 000 autres (en Inde, en Chine, aux Etats-Unis, en Finlande et au Royaume-Uni) passent de Nokia à Accentures, société spécialisée dans l'IT et la finance. Détrôné par Apple de sa place de leader dans

la téléphonie à travers le monde, le Finlandais ouvrira une boutique d'applications pour Windows... dont la gestion devrait être confiée à Accenture.





Easy tools
for easy life.

MedPi 2011
Espace RAVEL
Stand D18



Vicky's Bag



Urban Keyboard Sleeve
pour iPad™ 2 et iPad™ 1

www.urban-factory.com



**99€ DE JEUX ACHETÉS
UN BILLET D'AVION OFFERT !***

← DU 1^{ER} JUIN AU 30 SEPTEMBRE 2011 →

★ www.summerhitsgames.com ★

SUMMER HITS GAMES

LES MEILLEURS JEUX
PORTABLES DE L'ÉTÉ



— ENVOLEZ-VOUS POUR LES PLUS BELLES VILLES D'EUROPE ! —

À PARTIR DE 99€ D'ACHAT DE JEUX NEUFS PARMI LA COLLECTION DE JEUX VIDÉO PORTABLES SUMMER HITS GAMES, EFFECTUÉ ENTRE LE 01 JUIN ET LE 30 SEPTEMBRE 2011, UN BILLET OFFERT** POUR UN VOL ALLER-RETOUR SUR COMPAGNIE RÉGULIÈRE À DESTINATION D'AMSTERDAM, BARCELONE, BERLIN, DUBLIN, LISBONNE, LONDRES, MADRID, PRAGUE, ROME OU STOCKHOLM. RETROUVEZ LA LISTE COMPLÈTE DES TITRES PARTICIPANTS (DANS LA LIMITE DES STOCKS DISPONIBLES) AINSI QUE LES MODALITÉS DE L'OFFRE SUR www.summerhitsgames.com OU EN APPELANT LE 01 70 61 47 12.**

12
www.pegi.info

Informations non contractuelles et modifiables sans préavis. Toutes les marques appartiennent à leurs propriétaires respectifs. * Les taxes d'aéroport, les frais d'assurance, de passager et les éventuels surcoût de kérosène ne sont pas inclus. **Appel non surtaxé - Tarif variable selon l'opérateur - Ligne active du lundi au vendredi de 9h30 à 17h30, hors jours fériés - Copyright © 2011

namco

**BAN
DAI**

**BANDAI
NAMCO
Games**

UN BILLET D'AVION EST RÉELLEMENT OFFERT À TOUTE PERSONNE ÉLIGIBLE

PAS DE JEUX CONCOURS, PAS DE TIRAGE AU SORT

1. Seules peuvent participer les personnes âgées d'au moins 18 ans, résidant en France Métropolitaine ayant effectué l'achat de 99€ de jeux vidéo neufs parmi la gamme Summer Hits Games, entre le 01/06/2011 et le 30/09/2011 dans les magasins participant à l'opération. L'offre est limitée à une participation par foyer (même adresse).
2. Le consommateur envoie sa preuve d'achat (ticket de caisse) + 2 timbres (20 g au tarif en vigueur) + 1 enveloppe timbrée, dans les 5 jours à partir du dernier achat, à l'adresse TLC MARKETING France, Opération NAMCO BANDAI, 92 avenue de Wagram, 75017 Paris.
3. Après vérifications, notre agence envoie à chaque bénéficiaire, dont la demande est valide, un bon de réservation.
4. Le consommateur renvoie son bon de réservation en précisant l'aéroport de son choix (Paris, Lyon, Marseille, Nice, Bordeaux et Bruxelles), ses 3 destinations préférées (Amsterdam, Barcelone, Berlin, Dublin, Lisbonne, Londres, Madrid, Prague, Rome ou Stockholm), ainsi que ses 3 dates de départ et de retour. Les vols allers-retours devront être effectués avant le 31/08/2012.
5. Notre agence confirme les détails du vol, le client paye les taxes d'aéroport, reçoit son E-ticket et PART EN VOYAGE!!!

AVANTAGE POUR VOTRE MAGASIN

1. Des achats d'impulsion de consommateurs attirés par l'offre après l'avoir vu en publicité
2. Des ventes à répétition : l'offre dure de début juin à fin septembre et les 99€ d'achats peuvent être réalisés en plusieurs fois
3. Des ventes additionnelles en complémentarité d'achats planifiés : un consommateur ayant déjà acheté un jeu dans la gamme sera incité à compléter pour se voir offrir un billet

MARKETING

PRESSE



Direct Matin

WEB



PARTENARIAT



AUTRES

Relai RP et WEB des temps forts de la gamme

Opération street marketing



▲ POSTER



▲ STOP-RAYON



▲ STICKER

UN DISPOSITIF ADAPTÉ À TOUS VOS LINÉAIRES !

LISTE DES JEUX PARTICIPANTS À L'OPÉRATION

- PSP -

NARUTO KIZUNA DRIVE, DBZ TENKAICHI TAG TEAM, ACE COMBAT JOINT ASSAULT, NARUTO HEROES 3, TEKKEN 6 PLATINUM, BEN 10 ALIEN FORCE ESSENTIEL, NARUTO HEROES 2 ESSENTIEL, DBZ SHIN BUDOKAI 2 ESSENTIEL, TEST DRIVE UNLIMITED ESSENTIEL

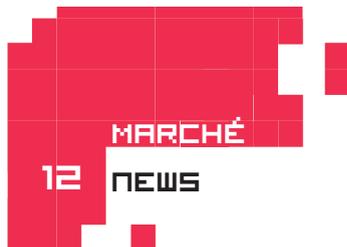
- DS -

HELLO KITTY FAIS LA FÊTE, COIFFURE ACADEMY, 101 SPORT, HELLO KITTY BIRTHDAY ADVENTURES, WINX ROCKSTARS, ONE PIECE GIGANT BATTLE

- 3DS -

RIDGE RACER 3DS, PACMAN ET GALAGA DIMENSIONS, DREAM TRIGGER, DUAL PEN SPORTS





Microsoft C'est Kinect qui rapporte

■ **Le troisième trimestre fiscal de Microsoft montre bien l'importance qu'a pris le jeu vidéo pour le géant américain. En effet, si ce trimestre peut se targuer d'afficher des résultats records, c'est grâce à l'univers Xbox en général, et à Kinect en particulier.** Car, côté Windows, c'est un recul.

A 16,43 milliards de dollars, le chiffre d'affaires de la période janvier-mars 2011 est en hausse de 13 %, tandis qu'à 5,23 milliards, le bénéfice net grimpe de 31 %. La branche Windows et Windows Live voit son CA reculer de 4 % à 4,4 milliards quand, dopée par Kinect, la division Entertainment et Devices voit son CA gagner 60 %, à 1,9 milliard de dollars. La baisse du marché mondial du PC trouve là un reflet direct. La division Business, avec Office 2010 arrive en tête avec 5,2 milliards (+21%) et « Servers & Tools » réalise 4,1 milliards. En queue de peloton, on trouve le service en ligne, avec 648 millions. Un secteur qui a un colossal potentiel avec le développement du Cloud comme le note Gartner suite à une étude auprès de 2 000 Directeurs informatiques.



Le CNN voit le jour dans la douleur

■ **Le Conseil National du Numérique (CNN) a pris son envol. Cette nouvelle instance consultative a pour principale prérogative**

« d'éclairer le Gouvernement sur les questions touchant au numérique. » Ainsi, il sera chargé « de formuler, à la demande du Gouvernement, des avis sur les projets de disposition législative ou réglementaire susceptibles d'avoir un impact sur l'économie numérique, et de formuler des recommandations en faveur du développement de l'économie numérique et de contribuer au développement de la réflexion prospective sur ce secteur. »

Malheureusement, derrière les bonnes intentions, la naissance du CNN donne lieu à un vif débat animé par les déclarations des nombreux observateurs qui fustigent l'absence de représentants des consommateurs et des ayants droit de la filière culturelle. Ainsi, seuls des cadres dirigeants, des entrepreneurs, ou des opérateurs du monde numérique vont siéger au sein de cette instance pour des mandats de deux ans. En clair, le risque est que le CNN soit d'abord une instance de lobbying en faveur de la libre-entreprise sur le Web.

La composition actuelle du CNN est la suivante :

- Gilles Babinet (Musivave, Eyeka, CaptainDash) : Président
- Patrick Bertrand (Cegid, Afdel)
- Jean-Baptiste Descroix-Vernier (Rentabiliweb)
- Giuseppe Di Martino (Dailymotion, Asic)



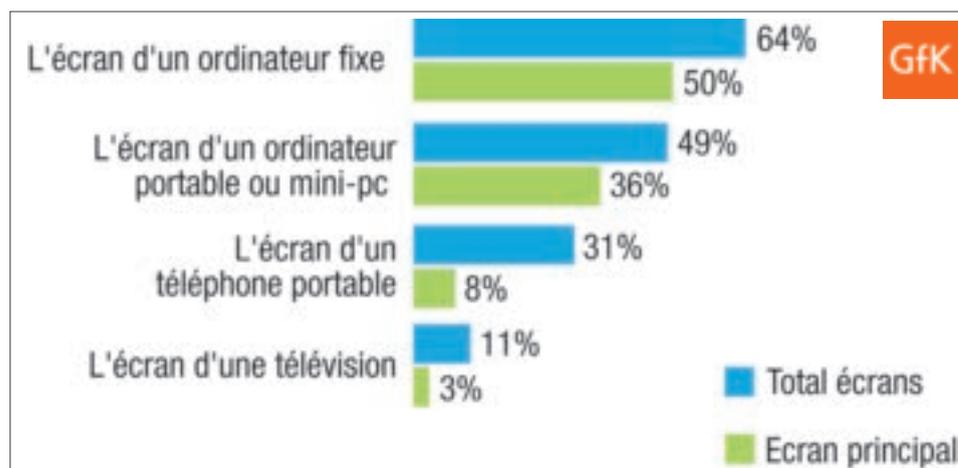
■ Bruno Vanryb, membre du CNN, Président du Collège éditeurs ou Syntec et PDG d'Avanquest Software

- Frank Esser (SFR, FFT)
- Emmanuel Forest (Bouygues Telecom)
- Gabrielle Gauthey (Alcatel-Lucent)
- Pierre Louette (Orange)
- Alexandre Malsch (Melty)
- Daniel Marhely (Deezer)
- François Momboisse (Fnac, Fevad)
- Xavier Niel (Iliad/Free, Kima Ventures)
- Jean-Pierre Remy (PagesJaunes)
- Marie-Laure Sauty de Chalon (AuFéminin)
- Marc Simoncini (Meetic, Jaina Capital)
- Jérôme Stioui (Ad4Screen)
- Bruno Vanryb (Avanquest Software, Syntec Numérique)
- Nicolas Voisin (Owni)

suite de la Une

WEB 2.0 : Les écrans utilisés

■ Le Web 2.0 est avant tout pour les internautes l'occasion d'entretenir ses contacts, que ce soit en prenant connaissance de leur actualité qu'en publiant les siennes propres ? Un notera que le jeu vidéo est encore de parent pauvre de cette pratique, puisque seuls 18 % des internautes déclarent le pratiquer sur les réseaux sociaux.



Networks People Trust™

www.trendnet.fr

Envolez-vous avec votre WiFi



Adaptateur USB WiFi N 450Mbps DualBand TEW-684UB



Ultra-compact

Voyagez avec votre réseau WiFi N haut débit dans la poche

Pratique

Cet adaptateur USB compact connecte n'importe quel ordinateur portable ou de bureau à tout réseau WiFi N 450Mbps DualBand à ultra-haute performance.

L'expérience "Quality of Service"

Il se connecte rapidement, simplement et en toute sécurité à tout réseau WiFi 2.4GHz ou 5GHz d'une simple pression sur le bouton WPS (WiFi Protected Setup).

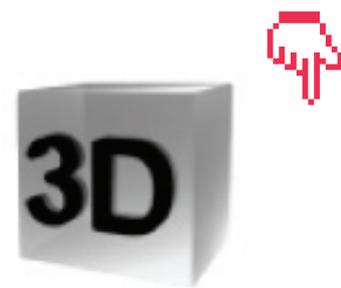


Distribué en France exclusivement par COMTRADE
www.comtrade.fr - Tel: 01 56 470 470 - Fax: 01 56 470 471
©2010 TRENDnet. Tous droits réservés.

 **TRENDnet**®



GameOne invente le Game Clip 3D



GAME ONE

La chaîne de télévision GameOne crée l'événement avec GameOne Music 3D, des extraits de jeux vidéo diffusés en trois dimensions et montés sur des musiques trendy. Des

Game Clips en 3D dont le résultat est tout à fait convainquant, l'effet tridimensionnel étant parfaitement réussi. Pour parvenir à ce résultat, les techniciens de la chaîne capturent l'image d'un jeu 3D en train de se dérouler (pendant qu'un journaliste joue par exemple). Les images sont ensuite montées pour être visibles en 3D sur un téléviseur ad hoc. Destinée aux adolescents et aux jeunes adultes, GameOne ne compte pas en rester là dans le domaine de la diffusion de programmes 3D. Pour Thierry Cammas, directeur général de MTV Networks France et Pdg de GameOne, « ce lancement s'inscrit dans la stratégie globale de GameOne qui propose et véhicule les nouvelles tendances à ses spectateurs dont la cible principale sont les 15-30 ans. Ce public, au cœur des modes de consommation multi-écrans est très friand d'innovation – il est donc naturel et évident de proposer régulièrement des nouveautés tel que nous le faisons régulièrement à travers notre prise de parole éditoriale, mais aussi via ces nouveaux modes d'expression media – Nous avons été dans les premiers à proposer du contenu 3D à cette échelle... ». Nous avons interrogé Jean-Marc Dupire, Directeur des programmes de GameOne sur cette innovation.

Questions à



Jean-Marc Dupire,
Directeur des programmes

JDLI : Comment est née l'idée de développer en interne une technologie pour créer des clips 3D ?

JMD : L'idée nous est venue au moment de la sortie du film Avatar – la notion de 3D était alors au cœur des discussions média – une espèce de « mode » s'est rapidement lancée mais finalement avec très très peu de contenu réellement probant. C'est à ce moment que nous nous sommes dits que le jeu vidéo devait être parmi les premiers contenus à passer en relief. Et qui mieux que Game One peut véhiculer ces contenus... Nous nous sommes rapprochés de Nvidia (système 3D Vision) pour créer nos premiers contenus à partir des jeux PC optimisés pour le relief puis nous avons développé en interne un process de production complet qui nous permet de mettre en avant les jeux vidéo adaptés à la 3D (toutes plates-formes confondues) et diffusés quotidiennement dans le flux de Game One Music HD. Ce projet a été excitant. Nous sommes partis de zéro, puisqu'aucune norme ou matériel technique dédié n'existait réellement pour la production et postproduction broadcast. Toutes les équipes (de la technique à l'édition) se sont investies avec passion pour explorer et créer quelque chose de nouveau et arriver à un tel résultat.

Pourquoi l'accord est-il uniquement sur Numéricable et Orange alors que GameOne est présente dans l'offre d'autres diffuseurs TV ?

Nous avons commencé cette programmation 3D relief avec Numéricable et Orange, mais nous annoncerons sans doute très bientôt la diffusion vers les autres opérateurs.

Quelle a été la réaction des éditeurs ? Vous ont-ils tous donné leur accord pour l'exploitation de leurs images en 3D ?

Nous avons des accords avec quasiment tous les éditeurs concernant la diffusion de nos « Game Clips ». La programmation relief sur Game One Music HD vient encore enrichir la mise en avant TV des différents titres.

Allez-vous étendre l'offre 3D à d'autres types de contenus ?

Bien évidemment, nous travaillons sur les évolutions possibles mais nous choisissons surtout de faire bien ce que l'on fait. Il ne s'agit pas de produire de la 3D juste pour dire qu'on fait de la 3D. Nous nous adapterons au marché (notamment en fonction de la pénétration de TV 3D) et nous tâcherons bien sûr d'être précurseurs sur notre créneau.

Vous proposez GameOne en catch up TV. Ramené au faible taux de pénétration des téléviseurs 3D dans les foyers, les visionnages sont-ils nombreux ?

Proposer, en plus de la TV, ces usages délinéarisés est complètement en corrélation avec les modes de consommation de nos spectateurs – Game One apporte un service adapté. Et justement, ramené au taux de pénétration de téléviseurs 3D et surtout la faiblesse des contenus existants et disponible gratuitement, nous offrons de la vraie nouveauté. Il est encore tôt pour avoir des chiffres précis mais nous sommes très contents des premières retours et fiers de nous positionner encore une fois très tôt sur les nouvelles tendances.



TP-LINK No.1 mondial des

Solutions sans-fil et haut débit pour les particuliers

Venez nous retrouver sur le salon MEDPI Hall RAVEL – Stand n°46

Un rapport récent d'In-Stat, l'un des leaders mondiaux des sondages sur l'industrie des réseaux, montre que pour le quatrième trimestre de 2010, Le constructeur TP-LINK est numéro 1 mondial des Solutions sans-fil et haut débit pour les particuliers. Les livraisons de « Switches » ont également été importantes, TP-LINK se positionne au 4e rang parmi les plus grands fournisseurs mondiaux.

Mini-adaptateur CPL AV200

TL-PA211KIT



- Taille ultra-compacte avec un nouveau design
- Vitesse de transfert élevée jusqu'à 200 Mbps, rapide pour le streaming de vidéos HD
- Le mode d'économie d'énergie breveté réduit la consommation électrique jusqu'à 85 %
- Compatible Windows 7/Vista/2003/XP/2000/98SE/Mac OS/Linux

Caméra de vidéosurveillance "Pan/Tilt" sans fil

NOUVEAU

TL-SC4171G



- Balayage motorisé "Pan/Tilt" sur une surface étendue (Panorama: 354°, Inclinaison: 135°)
- Connectivité sans fil stable et rapide 54 Mbps
- Transmission audio bi-directionnelle
- Visualisation à distance via Internet ou depuis un périphérique 3G
- Interface de gestion centralisée et intégrée: 16 canaux

Routeur Gigabit sans fil N300Mbps

TL-WR1043ND



- Vitesse sans fil N jusqu'à 300 Mbps
- Les ports Gigabit Ethernet offrent une connexion réseau ultra-rapide tant en mode sans fil qu'en mode filaire
- Dispose d'un port USB 2.0 très utile pour le partage de fichiers par le biais d'un périphérique de stockage USB externe

Cle USB sans fil N 300 Mbps

TL-WN821N



- Vitesse sans fil N jusqu'à 300 Mbps
- Une simple pression sur le bouton « QSS » permet de sécuriser facilement la connexion sans fil par chiffrement
- Systèmes d'exploitation: Windows 7 32/64bit/Vista 32/64bit/XP 32/64bit, Windows 2000

Extenseur de portée sans fil 150 Mbps

TL-WA730RE



- Prise en charge des modes étendue de portée et point à point
- Une simple pression sur le bouton Range Extender permet l'extension de la couverture sans fil
- Antenne amovible 4x20 pouvant être remplacée par une antenne plus puissante

Mini-clé USB sans fil N 150 Mbps

TL-WN723N



- Taille ultra-min avec un nouveau design
- Une simple pression sur le bouton « QSS » permet de sécuriser facilement la connexion sans fil par chiffrement
- Systèmes d'exploitation: Windows 7 32/64bit/Vista 32/64bit/XP 32/64bit, Windows 2000

Switch de bureau 5/8 ports Gigabit

TL-SG1005D/TL-SG1008D



- 5 ports/8 ports RJ45 Gigabit auto-négociés, fonction Auto MDI/MDIX
- Technologie Green Ethernet pouvant générer jusqu'à 70% d'économie d'énergie
- Plug and Play, ne requiert aucune configuration

Switch de bureau 5/8 ports 10/100 Mbps

TL-SF1005D/TL-SF1008D



- 5 ports/8 ports RJ45 auto-négociés 10/100 Mbps avec prise en charge Auto MDI/MDIX
- Technologie Green Ethernet pouvant générer jusqu'à 60% d'économie d'énergie
- Plug and Play, ne requiert aucune configuration

Grossiste

TP-LINK®

The Reliable Choice

Votre contact Commercial: **04 72 00 56 30**



DistriWan

NOTRE PARTENAIRE À VALEUR AJOUTÉE

WWW.DISTRIWAN.FR

Wireless • Storage • NAS • Commutateurs LAN/WAN • VoIP Sécurité Ecrans LCD • Multimédia • Périphériques Informatiques • Protection Electrique

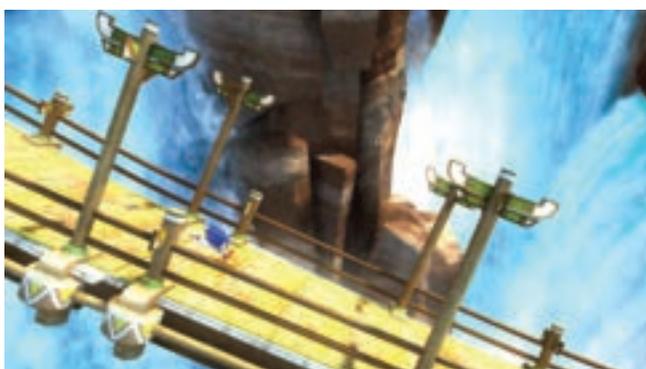
46, Quai Joseph Gillet - 69004 LYON - FRANCE - Tél. 33 (0)4 72 00 56 30 - Fax. 33 (0)4 72 00 56 31 - www.distriwan.fr - info@distriwan.fr

SOFTWARE

16 NEWS

Sonic

Joyeux anniversaire !

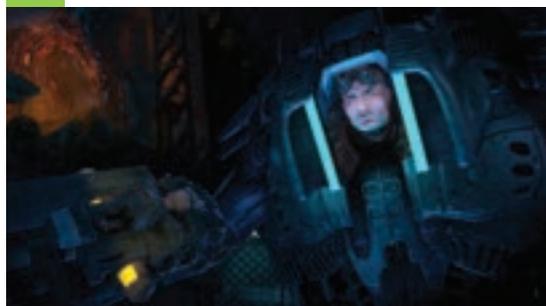


Pour fêter dignement le vingtième anniversaire de sa mascotte, Sega vient d'annoncer un titre destiné à célébrer la carrière du hérisson bleu. Sonic Generations, annoncé pour la fin d'année sur PS3 et Xbox 360, permettra de retrouver des niveaux et décors bien connus des amateurs de la série tout en profitant de graphismes en haute définition. Au fil des trois époques traversées, Sega annonce la possibilité de jouer les niveaux soit à la mode 2D (pour les puristes) soit en 3D comme dans les derniers titres en date. Autre bonne nouvelle pour les amateurs de la mascotte de Sega, un nouveau jeu mêlant son univers et celui des personnages Nintendo est prévu pour l'année prochaine. Comme son nom l'indique, Mario et Sonic aux Jeux Olympiques de Londres 2012 surfera sur l'actualité des Jeux Olympiques pour proposer un troisième titre multi-épreuves réunissant les personnages Sega et Nintendo. De nouvelles disciplines vont faire leur apparition pour l'occasion comme le football ou l'équitation pour atteindre « 50 événements Olympiques originaux jouables à la fois en mode solo ou en multijoueur ». Le jeu sera publié simultanément sur Wii et sur Nintendo 3DS, à une date encore non précisée. Sega rappelle que les précédents Mario & Sonic ont été vendus à 19 millions d'exemplaires.



Red Faction

Nouvelles chroniques martiennes



Plus Hollywoodien et plus tourné vers le survival horror. Voilà en deux mots les principales promesses du prochain volet de la saga Red Faction, l'une des franchises historiques de THQ. « On retrouve bien sûr le moteur Geo Mod, marque de fabrique de la série mais le gameplay évolue également avec la possibilité de reconstruire les éléments », explique Jérôme Blazy, Chef de produits chez THQ. Une nouvelle arme, Magnet Gun, fait aussi son apparition et permet de projeter des éléments de décors ou ennemis les uns sur les autres. Plus que jamais, Red Faction entend donc inciter à jouer avec l'environnement. « Ce quatrième jeu de la série développe une atmosphère plus angoissante, plus orientée survival horror que précédemment en mettant le joueur face à une nouvelle menace. On se rapproche davantage d'une ambiance cinématographique ». Avec un scénario prenant place deux générations après le dernier volet en date (le joueur incarne le petit-fils du héros) et mettant en scène l'invasion des sous-sols de Mars par une armée de créatures extra-terrestres mal intentionnées, Red Faction Armageddon entend se démarquer vis-à-vis de ses prédécesseurs. « On garde ici la vue à la troisième personne du dernier volet en date, Guerilla, mais on quitte le concept de monde ouvert pour revenir à un déroulement plus scénarisé et plus proche des origines de la série ». Les développeurs de Volition (qui travaille sur la série depuis

ses débuts mais aussi sur Saints Row) soulignent également avoir soigné davantage, par exemple, la personnalité du héros de l'histoire après un volet Guerilla au personnage principal un peu trop transparent. S'il annonce un tournant dans l'histoire de cette saga martienne, l'épisode Armageddon marque aussi ses premiers pas sur un autre média puisqu'une série TV est en approche. Développée en partenariat avec la chaîne Syfy, la série « live » (tournée avec des acteurs donc) Red Faction Origins débutera par un épisode pilote de deux heures et l'histoire prendra place entre le précédent jeu et ce nouvel opus. Elle sera diffusée aux Etats-Unis en même temps que le jeu mais la date pour l'Europe n'est pas fixée pour le moment. Pour accompagner le lancement du jeu en France, THQ annonce une campagne en presse et sites Internet avec l'ambition de toucher gamers et cinéphiles (voir guide jeux). Une démo jouable du jeu est sortie début mai. Lancée en 2000 sur PS2 et PC, la série Red Faction s'est depuis vendue à environ 250 000 exemplaires en France. Red Faction Guerilla, dernier volet en date sorti en 2009 et marquant le passage à la troisième personne, s'est vendu à 50 000 pièces en France et plus d'un million dans le monde selon THQ. Red Faction Armageddon est attendu pour le 7 juin sur PC, PS3 et Xbox 360.

Les Sims nouvelle génération

Electronic Arts prépare une nouvelle extension pour Les Sims 3 sur PC, prévue pour le 2 juin. Prochain disque additionnel à proposer aux possesseurs du jeu original, Les Sims 3 Générations va contenir de multiples contenus et expériences à destinations des personnages Sims de tous âges, l'occasion d'organiser de nouveaux événements festifs ou de faire vivre des moments importants à ses personnages virtuels correspondant aux différents âges de leur existence.



Urban Factory

B-Colors Photo Bags



Dirt

Retour sur les pistes



« Codemasters va (...) remettre la discipline Rally au premier plan. »

Extrait du dossier "Les jeux qui feront 2011" à lire sur

EURÉ, GAMER !

Codemasters prépare le lancement du nouvel opus d'une de ses séries phares avec Dirt 3, prévu pour le 24 mai sur PC, PS3 et Xbox 360.

Développé comme toujours par le studio interne de la marque, spécialiste des simulations automobiles, Dirt 3 marque, deux ans après le volet précédent, une sorte de retour aux sources de la série en privilégiant à nouveau la pratique du rallye (plus de 60 % du contenu en mode solo selon Codemasters) tout en profitant d'un contenu encore plus conséquent (59 circuits de plus). Parmi les nouveautés, on soulignera l'apparition d'un mode de jeu Gymkhana invitant à participer à différents défis d'adresse ou encore la possibilité de jouer à deux en écran divisé, une première sur cette génération de consoles pour la



série. Basé sur le moteur maison EGO Engine en perpétuelle évolution, le jeu profite par exemple d'effets climatiques réalistes vus par exemple dans le dernier F1 en date mais aussi d'une gestion réaliste des dégâts encaissés par les bolides. Les nombreux modes multijoueurs en ligne sont par ailleurs toujours d'actualité, tandis que Codemasters souligne l'aspect « ultra-communautaire » du nouveau jeu qui propose par exemple des envois facilités de vidéos via YouTube pour briller auprès de ses amis. Pour soutenir l'une des franchises majeures de son catalogue, Codemasters prévoit un plan de communication massif incluant notamment une campagne en cinéma avec un spot en affichage 3D qui sera diffusé autour du nouveau film Pirates des Caraïbes. Le jeu va également profiter d'une campagne Internet conséquente incluant les sites de diffusion vidéo (YouTube partenaire dans le jeu, Dailymotion) et réseaux sociaux. De nombreuses opérations de trade marketing sont aussi au planning comme une campagne de précommandes et des théâtralisations de magasins. Codemasters a par ailleurs noué plusieurs partenariats, avec notamment Orange France, Monster Energy et DC Shoes. Selon l'éditeur, Dirt 2 aurait vendu en sell out près de 200 000 exemplaires en France. Le jeu sera distribué par Namco Bandai Partners le 24 mai sur PC, PS3 et Xbox 360.

The Witcher

reprend les affaires



« Ça a l'air d'être du tout bon, voire du très bon. Le RPG est de retour ! »

Extrait de la prise en main à lire sur

EURÉ, GAMER !



Près de quatre ans après un premier volet qui avait marqué les amateurs du genre jeu de rôle, les développeurs polonais de CD Projekt proposent une suite à The Witcher.

The Witcher 2 : Assassins of Kings permet de reprendre le rôle de Geralt, un chasseur de monstres qui se retrouve cette fois-ci confronté à un mystérieux assassin et à un elfe appelé Loveth. Le jeu est à nouveau inspiré par les écrits du romancier Andrezej Sapkowski (sept volumes tout de même). Cette suite propose évidemment un nouveau moteur graphique bien plus performant mais promet aussi une aventure plus courte que le



précédent mais au déroulement plus intense et davantage chargé en événements. The Witcher 2, comme son prédécesseur, se démarquera notamment des titres concurrents par son aspect adulte plutôt unique dans le genre avec un univers loin d'être manichéen ou encore des scènes flirtant allègrement avec l'érotisme (les développeurs annoncent d'ailleurs être allés encore plus loin cette fois-ci !). Certaines phases du jeu, notamment ce qui concerne l'infiltration, semblent fait l'objet d'un certain soin par les développeurs pour cette suite. La recette originale évolue également avec un univers toujours plus ouvert, des interactions multipliées avec l'environnement et toujours des multitudes de personnages à rencontrer au fil du scénario. Un scénario qui évoluera d'ailleurs en fonction des choix et actions du joueur avec pas moins de 16 fins différentes mais aussi un début pouvant prendre en compte l'historique du premier titre pour les joueurs se possédant. Pour accompagner le lancement du jeu, sur PC dans un premier temps, Namco Bandai prévoit de communiquer fortement sur Internet mais aussi de soutenir le titre auprès de la presse spécialisée et de la communauté via des RP. Contrairement au premier volet, cette suite sera adaptée sur consoles (PS3, Xbox 360) un peu plus tard.

SOFTWARE

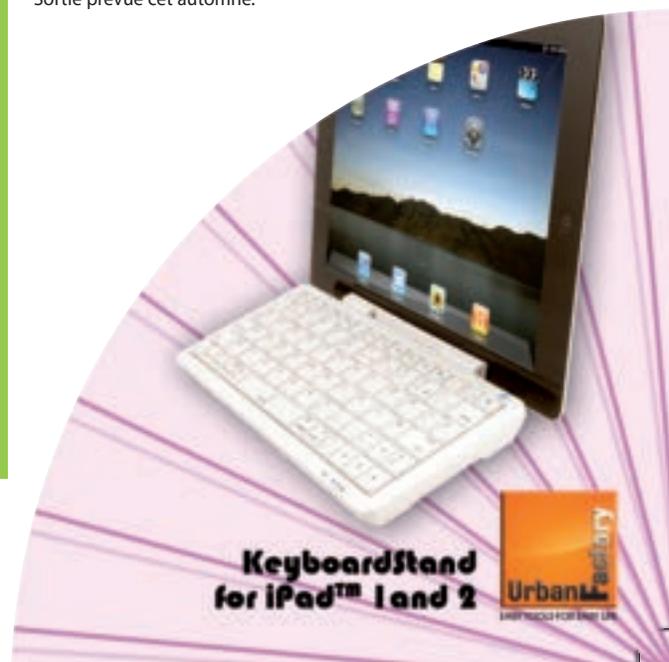
NEWS 17



Spider-Man rebondit



En attendant le prochain film de Sony Pictures présentant une nouvelle version du Tisseur, attendu pour 2012, c'est du côté du jeu vidéo que Spider-Man fera prochainement parler de lui à nouveau. Activision annonce en effet pour cet automne un nouveau titre basé sur le personnage Marvel, Spider-Man : Edge of Time. Et on aura droit cette fois à deux Spider-man pour le prix d'un puisque le scénario du jeu repose sur une rencontre entre deux versions du personnage (Amazing Spider-Man et son pendant futuriste Spider-Man 2099) qui vont devoir unir leurs forces pour corriger un « flux temporel » qui pourrait provoquer la mort de... Peter Parker. Le jeu devrait jongler entre les deux versions du personnage mais aussi leurs époques respectives. Sortie prévue cet automne.



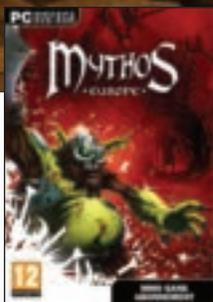
KeyboardStand for iPad™ 1 and 2

Urban Factory



SOFTWARE

18 NEWS



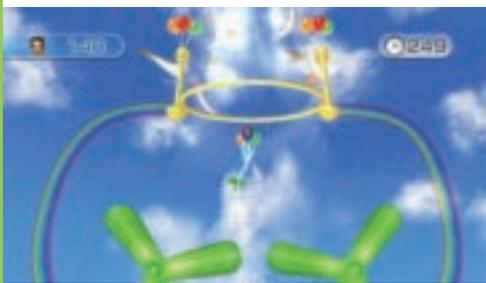
Mythos se lance

Frogster, spécialiste berlinois du jeu en ligne et du « free to play » vient d'ouvrir le jeu Mythos au grand public. Dans un univers heroic fantasy, le dernier-né de Frogster se présente comme à mi-chemin entre jeu d'action (hack'n'Slash) et jeu de rôle. L'accès y est gratuit, l'éditeur commercialisant des objets de jeu. Le monde magique d'Uld est menacé par une mystérieuse présence maléfique. Pour sauver la situation, les joueurs vont partir à l'exploration des différentes régions de cet univers et bien entendu arpenter des donjons toujours plus dangereux pour accumuler richesses et pouvoirs en remplissant quêtes et missions. Les combats joueur contre joueur sont également au programme. Frogster annonce également des donjons et objets générés aléatoirement. Différentes classes de personnages sont proposées (ingénieur, pyromancien...) pour trois races différentes et le jeu permet de créer et améliorer ses propres objets. Frogster vient de publier le jeu dans cinq langues différentes (Français, Allemand, Anglais, Polonais et Turc). Une version boîte, distribuée par Koch Media, est proposée en magasins, comprenant le jeu et des objets virtuels en bonus.



Wii

Pour tous les goûts



Dans la lignée de Wii Play ou Wii Party, Nintendo vient d'annoncer un nouveau « party game » pour sa console de salon avec Wii Play : Motion. Prévu pour le 24 juin prochain, ce nouveau titre spécialement conçu pour exploiter le système Wii Motion Plus proposera 12 mini-jeux inédits basés sur le repérage affiné de mouvements de l'accessoire. Parapluie extrême, Défi glacé, Fantômes cachés, Jeu de ricochets font partie des activités au programme qui pourront accueillir jusqu'à quatre participants dans une même partie et être pratiqués via différents modes de jeu. A l'instar des précédents titres du genre publiés par Nintendo, le jeu sera livré avec une manette, une télécommande Wii Plus (embarquant donc le Wii Motion Plus) en édition spéciale de couleur rouge. Selon l'éditeur, ce sont plus de neuf millions d'exemplaires du prédécesseur, Wii Play, qui ont été vendus sur le marché européen depuis sa sortie. Les joueurs avertis possesseurs de Wii seront par ailleurs ravis d'apprendre que Nintendo vient de confirmer que le jeu de rôle Xenoblade Chronicles sera publié en Europe dans le courant de cette année. Sorti sur le territoire japonais l'année dernière, le titre a notamment été salué pour la richesse de son contenu, son scénario passionnant et une réalisation qui le place en tête des productions sur la console de salon. Pour cette sortie phare en Europe, Nintendo annonce une version comprenant un doublage en Anglais mais aussi le doublage original en Japonais sous-titré en Français. Nintendo n'a pas encore précisé la date de sortie exacte du jeu.



Trackmania

La suite se précise

Ubisoft annonce l'ouverture, en juillet prochain, d'une Beta privée de Trackmania² Canyon, nouvelle version du célèbre jeu de course signé Nadeo. La date de sortie du jeu n'est pas encore communiquée mais on sait déjà qu'il s'appuiera sur une nouvelle plate-forme de jeu réseau appelée ManiaPlanet, qui pourra accueillir différents types de jeu. En effet, une beta privée sera prochainement ouverte également pour Shootmania, un jeu de tir en vue subjective également basé sur la plate-forme ManiaPlanet. Nadeo travaille également sur un titre orienté jeu de rôle avec Questmania. Sorti il y a déjà huit ans chez Focus, Trackmania est devenu un vrai phénomène communautaire accueillant courses en ligne et circuits créés par les utilisateurs. Rappelons qu'Ubisoft a racheté Nadeo fin 2009. La sortie du nouveau Trackmania devrait avoir lieu cette année.





SOFTWARE

INTERVIEW

19

VINCENT DOUVIER



Entretien avec

Vincent Douvier,
Executive producer
sur Allods Online

Allods Online ouvert à tous

Gala Networks Europe lance le 11 mai un nouveau jeu de rôle massivement multijoueurs sur son portail GPotato, spécialisé dans les jeux Free to play, après plusieurs mois de beta test. Vincent Douvier, Executive producer sur Allods Online, nous en dit plus sur ce titre stratégique. Par Patrick Hellio

JDLI : Comment s'annonce le lancement du jeu ?

Vincent Douvier : Nous sommes très confiants. Le jeu a profité d'une période de Beta ouverte d'un an qui nous a permis de bien peaufiner le titre avant son lancement grand public. Et il y avait bien besoin de ce laps de temps, au cours duquel des changements conséquents ont été apportés au titre, notamment pour sa version européenne. S'il avait été publié il y a un an, nous n'aurions pu pleinement satisfaire les promesses faites aux joueurs. Aujourd'hui, le jeu correspond vraiment à ce que nous souhaitons leur proposer aux joueurs et il ne devrait plus connaître de changements profonds comme on a pu en avoir ces derniers mois. Nous avons aussi pu prendre en compte les nombreux retours des joueurs participant à cette version Beta. Allods Online est un titre très ambitieux comprenant 28 classes de personnages différentes, plus de 2 000 quêtes à accomplir, la possibilité de créer et personnaliser son propre navire astral pour se déplacer... Le jeu propose plusieurs types de gameplay pour les différents publics : joueur contre

joueur, jouer contre l'environnement, faction contre faction ou encore combats entre navires.

En quoi la version européenne se distingue-t-elle ?

Le jeu est en effet identique dans le monde entier, mais une version spécifique a été développée pour les marchés européens. Par exemple, les joueurs européens apprécient très moyennement le concept de pénalité à la mort de leur personnage et nous avons donc choisi de modifier cet aspect du jeu. Globalement, les Européens n'aiment pas avoir la sensation qu'on leur force la main... Voilà pourquoi un item qui est en vente dans les autres territoires et permet de ne pas être pénalisé à la mort de son personnage est fourni gratuitement aux joueurs européens. Pour les nouveaux entrants, des starter packs comprenant de nombreux objets vont être progressivement offerts aux joueurs pour faciliter leur évolution dans le jeu.

Développer un jeu de cette envergure doit avoir un prix...

Evidemment, le budget de production de Allods Online est estimé à environ 12 millions de dollars, ce qui en fait une superproduction dans le domaine du Free to Play. Le jeu a été conçu par le studio russe Astrum Nival, où 150 personnes travaillent sur cet univers.

Quel est le rôle de Gpotato sur un titre de ce genre ?

Nous sommes éditeurs et distributeurs du jeu dans toute l'Europe. Le groupe gère aussi le titre aux Etats-Unis. Nous prenons en charge la gestion de la communauté autour du titre, le service clients assuré par une équipe française pour notre marché tout comme les événements locaux, mais aussi et surtout la localisation du jeu avec une traduction dont la qualité est vérifiée. Nous gérons également la promotion et le marketing autour du titre, avec évidemment un fort soutien des communautés. Nos joueurs ont toujours été, en définitive, nos meilleurs porte-paroles pour communiquer sur les jeux.

Quelles sont selon vous les recettes d'un bon jeu Free to play ?

Un principe important que l'on retrouve dans Allods



Une adresse pour se connecter au jeu : <http://fr.allods.gpotato.eu/>

Online est qu'il doit être possible de jouer sans avoir à payer quoi que ce soit. C'est uniquement dans un souci d'aisance ou de personnalisation du look de mon personnage que je vais déclencher un acte d'achat dans Allods Online. Il est primordial d'assurer un équilibre entre les joueurs qui vont décider d'acheter un élément de jeu et ceux qui ne le font pas en proposant toujours une alternative gratuite à un produit qui arrive en boutique. Par exemple, au lancement d'un objet assez prestigieux comme les Ailes de Feu, vendu 25 euros, nous créons un événement spécial d'accès gratuit permettant de gagner une quarantaine d'exemplaires gratuits.

Y a-t-il de la violence dans ce jeu ?

Il n'y a par exemple pas de sang rouge à l'écran. Cela fait partie de la philosophie du groupe et des consignes strictes de notre patron coréen qui refuse de se positionner sur le segment du FPS violent. Il teste d'ailleurs personnellement les jeux avant leur mise sur le marché pour s'en assurer !

Quel regard portez-vous globalement sur le marché du jeu Free to play ?

Allods Online est un jeu important pour GPotato qui s'inscrit dans notre stratégie visant à rester leader en France et à conserver notre position en Europe. Devant le succès de ce marché, la concurrence se multiplie et on observe de plus en plus d'éditeurs acquérir des jeux coréens pour les proposer sur notre marché. Mais attention, cela demande un certain savoir-faire pour les adapter au marché et c'est notamment pourquoi nous faisons vérifier la qualité et la pertinence dans le jeu de toutes nos localisations par des traducteurs.

L'usage de la carte bleue peut-il être un frein pour une partie des consommateurs ?

Si cela peut être le cas, nous permettons aussi aux joueurs de procéder aux paiements par le biais de SMS.





Entretien avec
Philippe Cohen,
 CEO/Président



Just For

Nouvel acteur

En mars, les premiers jeux publiés par Just For Games arrivaient en rayons. Fondée par Philippe Cohen, qui a auparavant officié plus de 16 ans chez Mindscape, cette nouvelle structure d'édition et de distribution se focalise sur les activités de republishing et le segment des jeux casual sur PC. Son fondateur nous en dit plus sur les premiers pas de l'entreprise et ses ambitions.

Par Patrick Hellio

JDLI : Quand avez-vous créé Just For Games et quel est le positionnement de la société ?
 Philippe Cohen : Just For Games a été créée officiellement en janvier dernier et nous avons travaillé jour et nuit pendant deux mois avec l'objectif de publier nos premiers titres en mars. L'idée de Just For Games est partie d'un constat simple : il n'existe pas sur le marché français physique d'éditeur exclusivement spécialisé dans le domaine de la réédition de jeux PC et de casual games, alors qu'il y a des acteurs de ce genre aux États-Unis mais aussi en Europe comme en Angleterre, au Benelux ou en Allemagne par exemple. Nous avons décidé d'occuper cette place sur le marché hexagonal en créant le catalogue le plus complet de titres en réédition, sélectionnés pour leur qualité, leur marque et leur succès, qui alimenteront les rayons PC des retailers français. Au sein de Just For Games, nous avons créé pour cela plusieurs collections spécifiques, notamment la Collection Just For Gamers, pour les titres en réédition et la Collection Just For Fun qui accueille les jeux casual que nous avons sélectionnés. Le PC représente la majeure partie de notre activité mais nous allons aussi nous positionner sur la console en distribuant quelques jeux DS, Wii et 3DS sur le marché français. Cette dernière activité devrait représenter, à terme, environ 20 ou 25 % de notre business.

Votre expérience dans l'industrie a joué un rôle important dans la décision de créer la structure ?
 Évidemment. Au cours des 16 ans et demi que j'ai passés dans le multimédia et le jeu vidéo, j'ai été un

des précurseurs dans les activités de réédition mais j'ai aussi importé en France les premiers jeux casual américains dans le retail français en publiant des versions physiques de jeux qui rencontraient un grand succès sur les portails de téléchargement aux États-Unis (Big Fish, PopCap, iWin, Oberon). Je me rappelle par exemple avoir remarqué il y a plus de cinq ans l'éditeur Mumbo Jumbo aux États-Unis, pionnier dans le casual gaming qui avait proposé, pour la première fois, une gamme de jeux casual en boîte pour les retailers américains. La plupart des acteurs de l'édition, qu'il s'agisse d'acteurs du jeu vidéo traditionnel ou des spécialistes du casual gaming que j'ai approchés pour présenter Just For Games nous ont fait immédiatement confiance. J'ai vite compris le vrai potentiel pour un acteur spécialisé sur une telle ligne éditoriale et il fallait aller très vite pour occuper cette place.

Combien de personnes travaillent à Just For Games ?
 Nous sommes quatre personnes au siège à Saint-Denis en région parisienne. J'ai très vite voulu constituer une vraie organisation avec une équipe de pros dans le domaine et ne pas me contenter de faire du trading. Eric Michelin, qui a auparavant travaillé chez Hachette et Mindscape est le Directeur commercial. Christèle Begoc, qui est dotée qu'une forte expérience dans ces activités, est en charge du marketing produit. Nous avons aussi un responsable logistique expérimenté, en la personne de Jeremy Legerot, ce qui est nécessaire car nous sommes amenés à gérer des volumes importants. Il gère



SOFTWARE

INTERVIEW 21

PHILIPPE COHEN

« Just For Games vient d'un constat simple : il n'y a pas sur le marché français physique d'éditeur exclusivement spécialisé dans le domaine de la réédition de jeux PC et de casual games. »



Collections Just For Gamers et Just For Fun. Codes couleurs bleu, orange (9,99 euros) et rouge ou vert (4,99 euros)

Games

de la réédition

également la relation avec SCP, notre partenaire logistique que nous avons là aussi choisi pour son professionnalisme et son expertise dans la logistique de jeux vidéo. Enfin, je me charge directement du sourcing et de la relation avec les éditeurs partenaires. Nous avons par ailleurs composé une équipe de force de vente terrain de quatre personnes. Je pense en effet que sur une activité comme la nôtre, la présentation des produits est capitale d'où l'importance du merchandising et donc, de la présence terrain. Il s'agit bien sûr d'une configuration initiale pour l'entreprise, qui va être amenée à évoluer en fonction des événements et du marché. Dès le démarrage de mon projet et dès mes premiers engagements de la part d'éditeurs, j'ai rencontré les principaux acteurs de la distribution qui se sont montrés intéressés par l'initiative et ont été convaincus que Just For Games pourrait dynamiser leurs rayons jeux PC.

Comment se présente votre offre ?

Notre approche est volumique. Le prix est donc un élément important, mais efficace si et seulement si, nous sélectionnons uniquement des jeux de qualité. Nous avons signé des titres avec Ubisoft, Activision, Electronic Arts, THQ, Square-Enix, Sega, Rockstar, 2K Games, Microïds pour ce qui concerne les éditeurs de jeux traditionnels et, du côté du casual gaming avec les éditeurs les plus prestigieux comme Big Fish Games, PopCap, iWin, Mumbo Jumbo et Playrix. Grâce à ces accords avec les principaux éditeurs du marché, aussi bien du côté des jeux PC que du casual gaming,

notre catalogue offre les plus importantes franchises internationales de jeux. Nous avons par exemple signé l'exclusivité de plusieurs titres de Big Fish, développeur de la fameuse série des Mystery Case Files ou encore des titres marquants de PopCap comme Bejeweled ou Plants vs Zombies... Les collections Just For Gamers et Just For Fun reposent sur deux positionnements et codes couleurs: 9,99 et 4,99 euros (généralement en fonction du cycle de vie du jeu). Tous les jeux sont mis à jour pour fonctionner sur les machines récentes. D'autres accords d'éditions seront même annoncés prochainement...

À quel moment un éditeur va faire appel à Just For Games ?

En général, l'éditeur gère bien sûr le full price d'un titre, son mid-price avant de nous confier la gestion d'un jeu pour ses troisième et quatrième vies sur le marché. Ils savent que chez Just For Games, nous allons dédier tout notre focus commercial et trade marketing pour optimiser le cycle de vie de leurs jeux. Grâce à la richesse de notre catalogue, nous mutualisons des moyens commerciaux, marketing et trade marketing pour une gamme de produits au service de tous les éditeurs pour exploiter au mieux leur fond de catalogue. Nous venons de signer une opération importante avec Electronic Arts, cofinancée avec eux, visant à soutenir la gamme Sims 2 sur PC, en la théâtralisant à nouveau en distribution. L'éditeur se focalise en effet aujourd'hui sur les Sims 3 et notamment sur les nouvelles références mais a adhéré à notre proposition de soutenir le back

catalogue avec pour objectif de recruter de nouveaux joueurs à la gamme Sims. Nous intervenons ici en tant que distributeurs et nous venons de lancer 11 références Sims 2 (Sims 2 original, extensions et kits) positionnées à partir de 6,99 euros. Cette opération, valable jusqu'en juin, propose aux acheteurs d'une des références concernées et de Sims 3 ou de Sims Medieval de profiter d'un remboursement de leur titre Sims 2. L'opération est soutenue en magasins avec des PLV et de nombreux catalogues distributeurs.

Comment allez-vous travailler les consoles de jeu ?

Nous avons signé la distribution en France des jeux de chant We Sing sur Wii, avec leur dernière version We Sing Encore qui a été un énorme succès en Angleterre en Allemagne et au Benelux. Les jeux sont livrés avec des micros mais nous proposons également ces accessoires en vente à l'unité, ce qui ne se faisait pas jusqu'à maintenant. De marque Logitech, l'accessoire est vendu 19,99 euros seul et est compatible avec toutes les consoles du marché. Nous venons par ailleurs de lancer une petite sélection de jeux Nintendo DS que nous avons sélectionnés pour leur qualité et pour leur marques renommées, notamment les jeux PopCap comme Bejeweled Twist et Plants vs Zombies, vendus 19,99 euros.

Où en êtes-vous, côté référencement ?

En grande distribution, nous sommes chez Auchan, Carrefour, Leclerc, Casino... Nous sommes également référencés en multi-spécialistes (Virgin, Fnac, Cultura,



« Grâce à des accords avec les principaux éditeurs, notre catalogue offre les plus importantes franchises internationales de jeux. »



L'opération Sims 2, valable jusqu'au 10 juin

Boulangier et Surcouf) mais aussi chez Game et Micromania. Amazon.fr, Fnac.com et Cdiscount.com proposent également nos produits à la vente. Nous avons déjà mis en place des catalogues chez Carrefour, Auchan, Casino et Leclerc. Nous travaillons également bien sûr avec les principaux grossistes pour nous assurer d'une DN maximum.

Combien de titres comptez-vous actuellement au catalogue et jusqu'à combien pourriez-vous aller ?

Aujourd'hui, nous comptons une centaine de jeux à notre catalogue. 24 jeux Just For Gamers et 13 jeux Just For Fun ont été publiés le 25 mars à 9,99 euros, une deuxième vague de titres est arrivée fin avril avec 39 jeux Just For Gamers à 4,99 euros et 15 titres au

même prix sous le label Just For Fun. À terme, je pense que notre catalogue sera riche de 250 titres environ au total.

Comment comptez-vous animer votre offre ?

En montant par exemple des opérations commerciales au cours de l'année, avec de la visibilité dans les principaux catalogues des retailers, ou d'autres dispositifs promotionnels et trade marketing qui auront pour but de créer du trafic et de la rotation dans les rayons. Nous souhaitons penser notre offre comme celle du livre de poche par exemple, où les consommateurs se rendent dans le rayon pour voir quelles sont les nouveautés. C'est la raison pour laquelle nous allons proposer des nouveautés avec 15 à 20 nouveaux titres tous les mois à partir d'avril. Je suis convaincu qu'une dynamique d'offre comme celle-ci va dynamiser le marché du jeu PC, décrit plutôt comme morose.

Quel prix minimum doit-on respecter, selon vous, pour le jeu PC ?

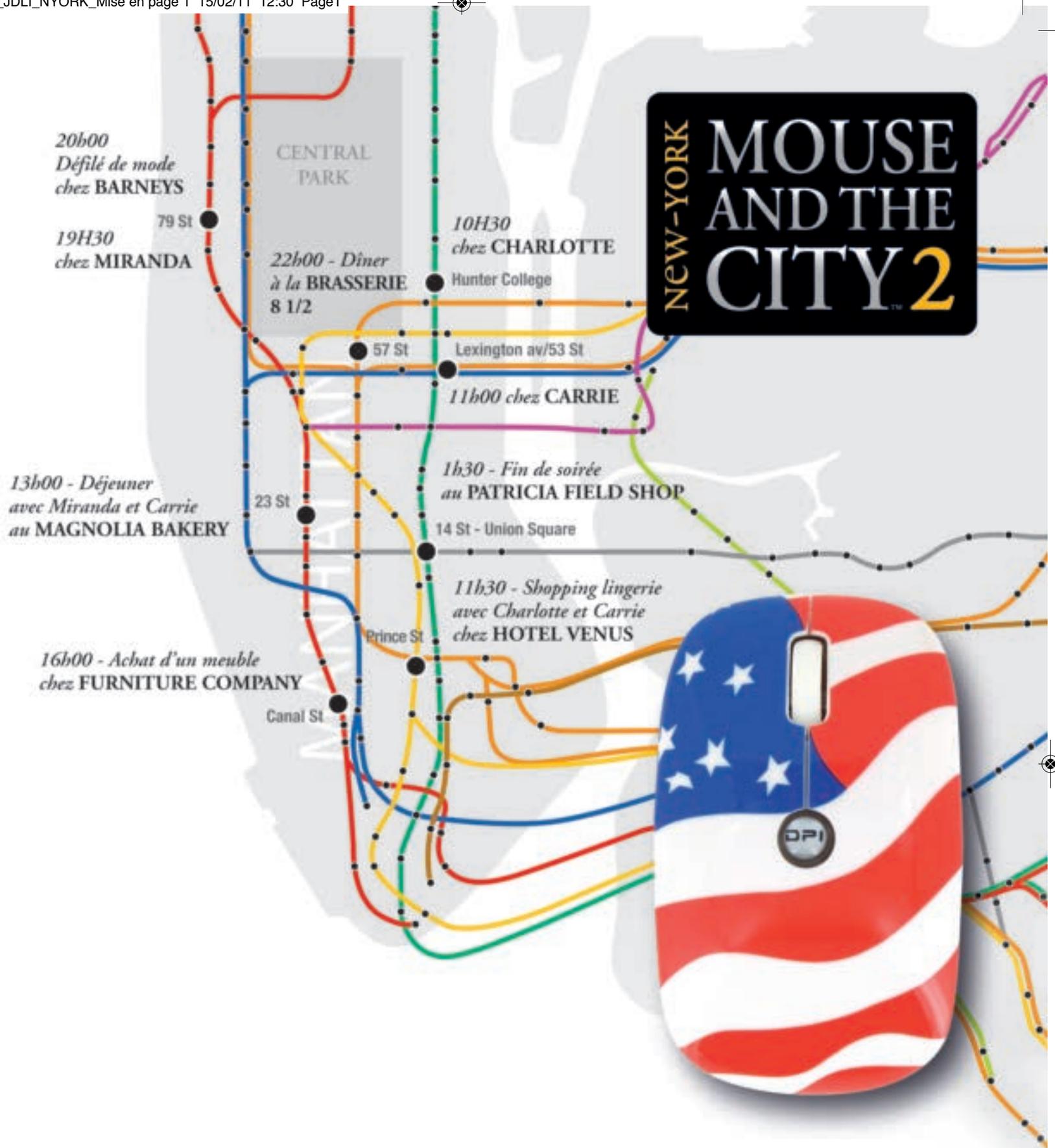
Nos positionnements à 4,99 et 9,99 euros me semblent opportuns pour des produits culturels qui ont déjà connu deux vies sur le marché, à l'instar du livre, du disque ou de la vidéo. On reste dans le domaine de l'achat d'impulsion, descendre plus bas peut abîmer l'image du produit. Si on ne touchera pas le prix facial du jeu, cela ne nous empêchera en revanche pas de monter des opérations promotionnelles spéciales avec des distributeurs favorisant l'achat multiple, comme on le voit souvent sur d'autres produits culturels.

Quel regard portez-vous, globalement, sur le marché du jeu PC budget ?

C'est simple, en 2010, 45 % des volumes de ventes étaient effectués sur PC avec du jeu à moins de 15 euros. C'est là où nous nous positionnons, sur cette « niche » qui a représenté 2,7 millions d'unités vendues l'année dernière en France. Je pense que le marché du jeu PC a encore un potentiel de croissance, notre objectif est de le dynamiser par une offre « budget » bien agencée et avec des titres de qualité, on peut aisément dépasser en 2011 les trois millions de jeux PC vendus. Nous sommes certes une petite structure aujourd'hui, mais des équivalents aux États-Unis, en Angleterre et en Allemagne opèrent très bien sur ce segment et depuis de nombreuses années. En France, nous profitons d'une fenêtre de tir favorable, avec un contexte concurrentiel dans lequel nous commençons à nous faire une place.

Comment vous positionnez-vous sur le marché dématérialisé ?

Je reste convaincu que les consommateurs n'ont pas un comportement unique d'achat mais qu'au contraire les comportements d'achats sont hétérogènes. Le jeu PC comme la musique, le livre, la vidéo se consomment effectivement de plus en plus en digital mais acheter un titre ou un album sur iTunes ne nous empêche pas d'acheter une belle réédition d'un disque en magasin. Nous réfléchissons à terme, à nous positionner sur le marché du jeu dématérialisé mais pour l'heure, tous nos efforts sont orientés vers le retail, à qui nous proposons les meilleurs jeux PC du marché aux meilleurs prix.



24h à New York by Mobility Lab™

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

www.mobilitylab.eu www.mouseandthecity.com



Be Mobile, Simply.

Micro Application /

Avanquest



Entretien avec
Philippe Olivier,
Président de
Micro Application

Le nouveau de Micro

Présent cette année sur un même stand au MedPi regroupant les deux marques Avanquest et Micro Application, le groupe nous précise aujourd'hui son positionnement sur le marché de l'impression et des consommables. Philippe Olivier, Président de Micro Application, nous dévoile les principales annonces prévues à l'occasion du salon professionnel. Par Patrick Hellio

JDLI : Quelle est votre actualité dans le domaine de l'impression ?

Philippe Olivier : Pour commencer, notre service PrintPratic change de forme. S'il continue à être proposé sous forme de logiciel à télécharger sur notre site Web, il devient aussi aujourd'hui un service en ligne gratuit. Il suffit de s'enregistrer en ligne pour accéder à ce service qui fonctionne avec toutes les gammes papier de Micro Application et n'exige pas d'installation sur la machine, il fonctionne en cloud computing. Le service en ligne PrintPratic comprend de nouveaux contenus et propose une approche différente à l'usage. En général, le logiciel était téléchargé après l'achat d'un papier pour l'exploiter et n'avait aucune utilité sans, alors qu'avec ce service en ligne, les utilisateurs vont pouvoir aller au préalable sur le site, tester des créations et ensuite se procurer les modèles de papiers indiqués pour les réaliser. 500 modèles gratuits sont mis à disposition des

utilisateurs. Ce nouveau service va nous permettre, à terme, d'aller vers les consommateurs avant même qu'ils achètent nos produits pour les sensibiliser puis les accompagner ensuite plus loin dans le domaine du support clients. Nous sommes encore à l'heure actuelle en phase de lancement, le service est évoqué sur les packagings mais, à partir de la rentrée, nous allons enclencher un dispositif marketing plus conséquent avec un objectif d'acquisition de nouveaux clients.

Comment avez-vous développé cette application ?

Le site a été développé intégralement en interne par les équipes de Micro Application. PrintPratic exploite exclusivement les technologies Microsoft : Silverlight pour le développement et Azure pour ce qui concerne le cloud computing et l'hébergement. Il faut en effet souligner que les clients ont la possibilité de sauvegarder une vingtaine de leurs créations en ligne



SOFTWARE

INTERVIEW

25

PHILIPPE OLIVIER

veau visage icro App

sur le compte puis de les partager avec leurs amis sans avoir rien à stocker sur leur propre machine. Enfin, nous proposons le service également aux utilisateurs de Mac, alors que la version logicielle à télécharger n'avait toujours été proposée qu'en version PC. Le site PrintPratic a été récompensé pour son caractère innovant par Oséo, L'entreprise des entrepreneurs. En parallèle, les versions traditionnelles offline à télécharger sont toujours proposées et vont continuer à être mises à jour.

Quels sont vos objectifs avec cette application ?

La version téléchargeable du logiciel en est actuellement à environ à un million d'utilisateurs enregistrés. Sachant que nous vendons environ 930 000 packs papiers par an, que les utilisateurs doivent en acheter en moyenne trois dans l'année, nous estimons que si nous parvenons à convertir 200 000 utilisateurs d'ici un an, nous aurons réussi une première étape. La conversion est un processus qui prend du temps, notamment dans ce domaine puisque nous avons converti par exemple environ un tiers des utilisateurs du logiciel à la dernière version en date sortie il y a quatre ans.

Ce service marque-t-il votre entrée sur le marché du cloud computing ?

C'est un premier pas en effet dans ce domaine. Nous avons développé une plate-forme qui permet de gérer un compte client et à partir de laquelle nous allons proposer différentes applications en cloud computing. PrintPratic est la première application du genre que nous sortons mais cette plate-forme va nous permettre de proposer d'autres sites dédiés par exemple au code de la route, à l'apprentissage du clavier... Le principe sera similaire avec création d'un compte propre à l'utilisateur, enregistrement protégé de ses données en ligne. Un titre comme notre

logiciel de Code de la Route, disponible sur PC, iPhone, console de jeu mais aussi Facebook s'inscrit également dans ce processus.

Suite au rachat, sous quelle marque les consommables et notamment le papier vont-ils être commercialisés en France ?

Les produits consommables restent publiés sous la marque Micro Application, qui profite d'une belle notoriété dans ce domaine dans l'Hexagone. Côté actualité, nous développons une gamme de papiers pour imprimantes laser depuis la rentrée 2010, orientée vers le marché grand public, alors que la majorité de l'offre sur le marché est plutôt destinée aux professionnels. Cinq références sont déjà disponibles et nous monterons à sept d'ici mai avec l'arrivée des autocollants transparents et des étiquettes. Sur cette catégorie de produits, nous avons repris les tops de ventes de notre offre jets d'encre ainsi que le positionnement prix de 9,95 euros. La charte graphique se distingue par une livrée noire qui permet de bien la distinguer de la traditionnelle bleue de la gamme jet d'encre. L'objectif est de répondre au développement du marché des

imprimantes laser auprès du grand public. Il y a un potentiel conséquent sur le papier laser notamment sur tout ce qui concerne la carterie, les autocollants...

Vous opérez également des changements dans le domaine du papier photo haut de gamme ?

Effectivement, une de nos annonces sur le MedPi concerne la gamme de papiers Optimum qui devient Optimum Pro. Elle comprend six références et adopte un prix moindre pour un nombre de feuilles également moins élevé. Il s'avère que sur cette catégorie de produits haut de gamme (300 grammes), les consommateurs étaient à la recherche de prix plus serrés mais sans voir pour autant la qualité des produits baisser : la qualité prime très clairement dans leurs attentes sur la quantité. C'est une vraie tendance du marché et nous avons retravaillé notre positionnement pour y répondre : on passe donc de 15 euros environ à 9,95 euros pour les packs 10x15 et 13x18, tandis que les références A4 conservent leur prix et nombres de feuilles d'origine (14,95 euros pour 25 feuilles). La charte graphique des packagings a été revue mais l'on garde la boîte cloche qui permet de conserver ses tirages, un principe que l'on propose



La gamme Skins Explosion, positionnée entre 7,95 euros et 9,95 euros



Samsung fait parler la chanteuse Micky Green avec ses images.



Micky Green tient un journal photo de son univers backstage. Elle a donc choisi le Samsung PL170. Avec ses deux écrans LCD, son système de double stabilisation et son zoom x5 grand angle, elle saisit facilement les moments partagés avec ses fans et musiciens.

Découvrez son projet photographique et ceux de 3 autres artistes sur www.parlezavecvosimages.com

Et avec un plan média impactant.

	Media	Juin	Juillet
Campagne de lancement «Parlez avec vos images»			
Media presse 20/06 au 17/07		29.9 M contacts	
Media web 20/06 au 31/07		75 M contacts	
Campagne promo «Doublement gagnant»			
Media radio 8 au 18/06		78 M contacts <small>sur cible 15-49 ans</small>	





« Les produits consommables restent publiés sous la marque Micro Application, qui profite d'une belle notoriété dans ce domaine dans l'Hexagone. »

depuis des années et qui plait aux consommateurs et évoque les beaux tirages photo.

Quelle part représente aujourd'hui le papier dans votre activité et à combien estimez-vous vos parts de marché ?

Cela représente environ un quart du chiffre de Micro Application/Avanquest France en retail. En grandes surfaces alimentaires, nous représentons environ 28 % de parts de marché sur le papier jet d'encre. Sur un marché du jet d'encre qui a globalement baissé de 8 % cette année, nous avons augmenté nos parts de marché de 2 % sur la période. Le papier pour imprimantes laser doit représenter 5 % environ de notre activité papier et l'on peut estimer qu'il contribue en partie à contrebalancer la baisse du jet d'encre...

Vous présentez également la gamme Skins Explosion sur le MedPi. En quoi consiste-t-elle ?

C'est une nouvelle gamme de produits attendue pour juin et permettant de personnaliser divers appareils mobiles en y appliquant des skins repositionnables. Cela s'inscrit dans la logique de ce que nous proposons déjà par exemple en transferts textiles, des articles qui fonctionnent très bien, mais transposé dans l'univers des appareils mobiles. Quatre versions différentes sont proposées : iPhone 3G et 3GS, iPhone 4, Nintendo DS Lite, modèle le plus répandu actuellement de la console portable et enfin ordinateurs portables/iPad. Les trois premiers sont proposés sous forme de sachets aux formats adaptés

aux rayons iPhone et consoles de jeu, plus réduits, tandis que le modèle ordinateurs portables reprend la charte traditionnelle bleue et le format A4 puisqu'elle sera principalement positionnée dans le rayon PC, plus spacieux. Skins Explosion exploite le site Printpratic pour permettre aux utilisateurs de sélectionner ou réaliser leurs motifs de décoration. C'est le début d'une nouvelle gamme qui va être amenée à inclure d'autres références à l'avenir. Nous allons notamment travailler le buzz via Facebook.

Observez-vous une saisonnalité du marché papiers ? Comment animez-vous l'offre ?

Il n'y a pas véritablement de saisonnalité dans le sens où toute l'année est rythmée par divers événements qui lissent les performances du marché : la carterie fonctionne bien l'hiver, les faire-part au printemps, les transferts sur t-shirts l'été bien sûr, le papier photo plutôt à la rentrée au retour des vacances... Chaque année, nous

dynamisons ce marché du papier avec bien sûr les nouveautés mais aussi une offre qui dure six mois, de septembre à février. À partir de la rentrée, nous allons apposer sur tous les packs à partir de 9,95 euros et plus un sticker permettant aux acheteurs de cinq pochettes d'être remboursés à hauteur de 25 euros (15 euros pour quatre puis 10 euros pour trois). Un site Internet spécial est dédié à cette opération Formule Gagnante et permet le remboursement par virement direct, ce qui est toujours apprécié par les consommateurs.

Des articles papiers pourraient-ils être proposés sous marque Micro Application dans d'autres pays ?

Non, d'ailleurs le groupe Avanquest ne propose pas de papier dans d'autres pays, c'est une spécificité de la France liée à l'histoire de Micro Application. C'est par ailleurs un marché mature où il serait difficile de penser pour un nouvel intervenant de se faire une place en linéaires.

Dernières actualités

Plusieurs mois après le rachat de Micro Application par Avanquest, les équipes préparent le déménagement pour rejoindre physiquement les locaux du groupe Avanquest à La Garenne Colombes (92) près de Paris. Sur le plan de l'organisation, Pascal Boissonneau, qui travaille depuis plusieurs années chez Micro Application, vient d'être nommé au poste de Directeur commercial France du groupe et va travailler sur les deux marques simultanément. Le service commercial comprend quatre comptes clés (dont un B to B) et 10 commerciaux terrain. Avanquest/Micro Application vient par ailleurs de changer de logisticien et travaille désormais avec SCP France.

George!

Faites un câlin à votre lecteur MP3



Cet ours en peluche est prêt à faire
un câlin à votre lecteur MP3 !

En effet, il possède des enceintes intégrées dans ses pattes! Conçu pour les adultes aussi bien que les enfants, George répond aux normes de sécurité européennes concernant les jouets : EN71-1, EN71-2, et EN71-3.
Un cordon jack 3,5 mm permet la connexion à votre lecteur MP3, iPod, iPhone, Blackberry, etc.
Fonctionne avec 2 piles AA de 1.5V.



4 couleurs disponibles

BLUESTORK
INDUSTRY
Easy technology®



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

HARDWARE

30 NEWS



Samsung évite de bouger

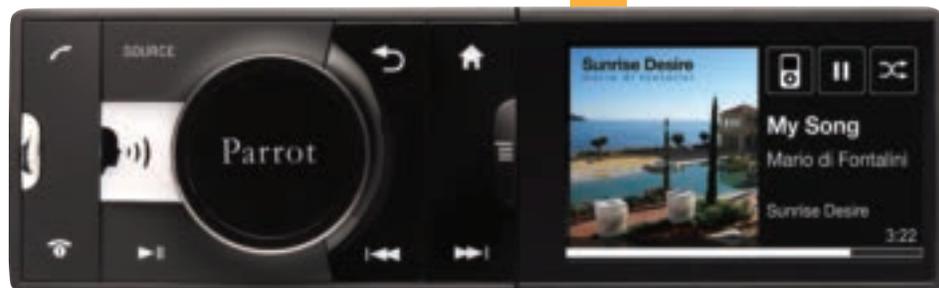
■ **Dernier-né de la gamme « Style et Design » de Samsung, le compact ST93 offre des performances optiques améliorées grâce à la double stabilisation de l'image associée à un capteur 16 mégapixels et à un objectif grand angle 26 mm couplé à un zoom optique 5x.** En vidéo, le ST93 peut enregistrer en HD 720p à la cadence de 30 images/seconde. À signaler que le zoom optique 5x peut être utilisé en filmant. Enfin, l'appareil est également doté de la fonction Pause qui permet d'interrompre l'enregistrement vidéo et de le reprendre en appuyant simplement sur un bouton sans créer un nouveau fichier. Le ST93 sera disponible au mois de juin au prix de **159 euros**.

Toshiba PC 3D sans lunettes



■ **Toshiba prend de vitesse ses concurrents en présentant le Dynabook Qosmio T851/D8CR. Il est capable d'afficher la 3D sans lunettes, même s'il faut se contenter d'une fenêtre pour l'heure.** Le reste des informations est affiché en 2D. Le relief est obtenu grâce à une utilisation judicieuse de la webcam et grâce au soutien d'une puce Spur, un composant dérivé de celui qui anime la PS3. Il peut notamment convertir la 2D en 3D et ce en temps réel. Pour que la vision en relief ne se limite pas à une seule position devant l'écran, la webcam suit le visage de l'utilisateur et ajuste la vision 3D en fonction. Pour le reste, on

retrouve un écran Full-HD de 15,6 pouces. S'ajoutent un processeur Intel Core i5 cadencé à 2,4 GHz couplé à un chipset graphique Nvidia GeForce GT540M et 8 Go de mémoire, sans oublier un lecteur Blu-ray, un disque dur de 750 Go, un port USB 3.0 et une sortie vidéo HDMI. Aucun prix définitif n'a été communiqué à ce jour, certaines rumeurs le fixant aux environs des **2000 euros**. Seule la date de sortie est fixée au mois de juillet pour le Japon. En Europe, on garde nos lunettes en attendant...



Parrot Autoradio du futur

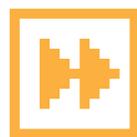
■ **Le constructeur français propose le premier autoradio fonctionnant sous Android, l'Asteroid. Équipé d'un écran de 3,2 pouces, il est aussi doté d'une fonction GPS.** Android oblige, il sera possible d'installer des applications. Six seront disponibles en mai, parmi

lesquelles on notera particulièrement iCoyote (localisation de radars) mais aussi Deezer (musique en streaming) et Orange Liveradio (radio Internet et podcasts). Outre la radio, on pourra profiter de ses MP3 par l'intermédiaire de la prise USB et du lecteur de cartes

SD. Le transfert de fichiers via Bluetooth depuis un téléphone est également au menu. Le Bluetooth est également exploité pour la fonction mains-libres et le contrôle direct depuis l'écran tactile. L'Asteroid sera disponible au mois de mai pour **299 euros**.



Urban Generation Case



Sony Ericsson Le Walkman de retour

■ **Le constructeur continue sur sa lancée de téléphones dédiés à une cause. Après le Xperia Play spécialisé dans le jeu vidéo, le W8 Walkman est lui axé sur la musique.** Pour l'aspect, il rappelle fortement le Xperia X8 dont il reprend d'ailleurs l'essentiel des caractéristiques techniques. On trouve donc un processeur cadencé à 600 Mhz épaulé par 168 Mo de RAM et un capteur de 3,2 mégapixels. Côté OS, c'est Android en version 2.1 qui est embarqué. Aucun prix ni date de sortie n'ont été évoqués pour l'Europe.





TDK



Nostalgie hi-tech

TDK Life on Record lance une nouvelle gamme d'équipements audio qui joue sur la nostalgie des produits légendaires de la marque à l'époque où TDK occupait une place à part entière dans le monde de la musique. Les chaînes Boombox font penser à la sonorisation mobile et offrent un équipement audio haut de gamme avec au choix deux (499 euros) ou trois haut-parleurs (599 euros). Concession à la modernité, elles sont dotées de commandes tactiles. On y trouve aussi des ports USB, ainsi

que des entrées auxiliaires pour brancher un iPod, un iPhone ou tout autre smartphone. Une poignée intégrée et la bandoulière assortie facilitent le transport. Il est aussi possible d'y brancher une guitare ou un microphone et de mixer l'ensemble avec d'autres sources musicales. On retrouve à peu près les mêmes caractéristiques sur le Sound Cube avec ses deux haut-parleurs vendu 399 euros. Les platines vinyles à courroie (349 euros) ont une conception « flottante ». Le plateau et l'aiguille sont ainsi isolés des vibrations externes. Le circuit de contrôle optique intégré garantit une lecture sans accroc en surveillant continuellement la vitesse de rotation et en corrigeant automatiquement toute variation. Enfin, la platine vinyle USB à courroie (399 euros) inclut pour sa part un pré-ampli, une sortie USB et un logiciel qui permet d'importer et de convertir des disques sur un PC au format MP3. Les casques semblent plus traditionnels mais tout aussi ambitieux, avec des haut-parleurs de 50 mm (229 euros) et une sourdine supra-auriculaire.



Fujifilm Nouvelle génération

Fujifilm présente le FinePix Z900 EXR, un compact à la finition brillante équipé de la nouvelle génération de capteurs CMOS EXR (Back Side Illuminated), d'un zoom optique grand angle 5x (28-140mm), d'un écran tactile multitouch doté d'une interface utilisateur optimisée et d'un mode vidéo Full-HD. L'écran de 3,5 pouces est au format 16/9. Très réactif, le FinePix Z900 EXR est capable d'enregistrer une séquence de trois photos à la cadence de trois images par seconde à la pleine résolution de 16 mégapixels. Décliné en trois couleurs, noir, rouge, blanc et épais d'à peine 18 mm, il sera disponible courant mai au prix de 249 euros.

Sony 3D dans la poche

Sony met à jour sa gamme de pocketcam en introduisant un modèle 3D capable de filmer en 1080p. Le Japonais ne change pas son excellente formule de la Bloggie Touch en y ajoutant simplement un second capteur. La mémoire embarquée est de 8 Go mais il ne sera pas possible de l'étendre. Bien entendu, il sera facile de partager ses vidéos, soit en les récupérant via le port USB soit en les visionnant directement sur un téléviseur grâce à la sortie HDMI. Mais surtout, les vidéos en 3D pourront être visionnées sans lunettes directement sur l'écran auto-stéréoscopique de 2,4 pouces. La Bloggie 3D sera disponible courant mai pour 270 euros.



Samsung

Tablettes au régime

Après sa Galaxy Tab 7 pouces lancée en 2010, Samsung élargit sa gamme de tablettes avec deux modèles d'une taille de 8,9 et 10,1 pouces. Les caractéristiques sont similaires à celles de la concurrence. La dalle affiche une résolution de 1280 x 800, tandis que le processeur est un Tegra 2 de Nvidia. Côté stockage, plusieurs capacités seront proposées entre 16 et 64 Go. Ces tablettes devraient se démarquer au niveau du poids et de l'encombrement. En effet, l'épaisseur sera de 8,6 mm pour un poids de 595 grammes pour le modèle 10,1 pouces et 470 grammes pour la 8,9 pouces. La date de sortie est inconnue mais les prix iront de 499 dollars (16 Go) à 599 dollars (32 Go) pour la 10,1 pouces. Le modèle 8,9 pouces sera lui proposé à 469 et 569 dollars.



Urban Flexy Stand





Sony se balade en HD

■ À l'approche de l'été, Sony lance un nouveau lecteur Blu-ray portable, le BDP-SX11L. Doté d'un écran 10,1 pouces pivotant à 90 degrés, il trouve facilement sa place sur l'appui-tête de la voiture ou sur les genoux, tandis que son approche multi-formats lui permet de lire aussi bien les Blu-ray que les DVD, les Xvid, le MP3 ou encore les JPEG. Disposant d'une autonomie de cinq heures, il est accompagné d'un adaptateur allume-cigare pour le recharger durant les longs voyages. En outre, il dispose de deux prises casque, d'un port USB et d'une sortie HDMI qui autorisent un raccordement à un téléviseur, transformant le lecteur portable en platine de salon d'appoint. Il sera disponible au mois de juin au prix de **299 euros**.

Skypad Support à ventouse

■ Skypad annonce la sortie du BallPad, un astucieux support à ventouse pour faire tenir incliné son téléphone, son lecteur MP3, son cadre photo ou encore sa tablette. Grâce à sa ventouse souple, il s'adapte à tous les appareils plats et se pose partout. Comme pour toutes les ventouses, le BallPad se fixe par une simple pression sur le dos de tous les objets plats, tandis que pour le retirer, il suffit de tirer sur le petit téton situé sur le pied. La première série de BallPad est disponible en divers coloris (noir, blanc, orange, rose, bleu) au prix de **9,99 euros**.



Urban Keyboard Sleeve pour iPad™ 2 and iPad™ 1

Denon amplifie en 3D



■ Denon inaugure une nouvelle gamme d'amplis-tuners audio/vidéo 3D avec deux modèles entrée de gamme, les AVR-1612 et AVR-1312. Disponibles courant mai, ils proposent la technologie 3D Pass Through intégrée depuis 2010 sur tous les amplificateurs audio/vidéo de la marque. L'AVR-1312 (**399 euros**) offre une interface utilisateur graphique incrustée en semi-transparence sur l'image HDMI. Chacun des cinq canaux d'amplification offre une puissance de 110 W. Le chemin du signal est réduit au minimum et la

construction évite toute vibration qui pourrait altérer le rendu sonore. L'AVR-1612 (**499 euros**) offre un port USB en façade et une puissance de sortie supérieure. Il apporte aussi les technologies Audyssey MultEQ qui assurent l'optimisation acoustique du local d'écoute et Dynamic Volume qui procure les mêmes sensations sonores quel que soit le niveau d'écoute. S'ajoute le nouvel assistant de configuration Setup Wizard basé sur des instructions simples pour une facilité d'utilisation optimale.

Sennheiser La Hi-Fi du gamer

■ Sennheiser présente ses deux nouveaux casques gaming, le PC 333D (200 euros) et le PC 360 (250 euros). Grâce à la technologie Dolby surround 7.1, le PC 333D immerge le joueur dans un univers sonore très réaliste grâce à sa conception acoustique fermée et son micro anti-bruit. Les oreillettes taille XL de type circum-aural isolent des bruits ambiants. Pour communiquer avec les équipiers, il dispose d'un micro qui se coupe automatiquement si on relève la perche. Développé en collaboration avec l'équipe de joueurs « mTw », le PC 360 dispose d'un microphone anti-bruit omnidirectionnel et intègre aussi une coupure automatique. Côté confort, le joueur pourra compter sur des oreillettes en velours format XL et sur un arceau rembourré pour assurer un port stable et agréable. Le PC 360 est également un casque Hi-Fi haut de gamme pour regarder des films ou écouter de la musique.



mix←style



Venez nous retrouver sur le salon MEDPI - Hall: RAVEL - N° de stand: F 46



Grossiste

mix←style



DistriWan

NOTRE PARTENAIRE À VALEUR AJOUTÉE

Contact Commercial : 04 72 00 56 30 WWW.DISTRIWAN.FR

Wireless • Storage • NAS • LAN / WAN • VoIP • Sécurité • Ecrans LCD • Multimédia • Périphériques • Protection Electrique

46, Quai Joseph Gillet - 69004 LYON - FRANCE - Tél. 33 (0)4 72 00 56 30 - www.distriwan.fr - info@distriwan.fr



Nikon

Plus de pixels 



■ **Après avoir renouvelé l'entrée et le haut de sa gamme reflex grand public, Nikon s'attaque au milieu de gamme, le D5000 étant remplacé par le D5100.** Globalement, on peut dire que les caractéristiques de l'appareil sont les mêmes puisqu'il s'agit d'un reflex très compact doté d'un écran orientable en tous sens. La grande nouveauté vient du changement de capteur qui reprend désormais celui du D7000, un CMOS 16 mégapixels avec numérisation sur 14 bits. Il permet la prise de vue en HDR (dynamique étendue) par combinaison automatique de deux prises de vue en rafale. Un effort a également été fait pour la prise de vue vidéo, désormais en Full-HD 1080p avec une panoplie d'effets spéciaux et une conception des commandes améliorée. Les différents éléments du boîtier semblent proches ou identiques à ceux du D5000 avec un système autofocus 11 zones et une rafale à 4 images/s. En revanche, on a droit à un meilleur écran qui passe à trois pouces avec 921 000 points. Le prix public est de **699 euros** pour le boîtier nu et **799 euros** en kit avec zoom 18-55 mm VR.

Onkyo

Home cinéma réseau



■ **Onkyo annonce la sortie du lecteur Blu-ray BD-SP309 compatible 3D et disponible à partir du mois de mai au prix de 299 euros. L'atout du BD-SP309 réside dans la prise réseau qui permet de gérer du contenu dématérialisé.** Onkyo lance également un nouvel ampli-tuner audio/vidéo réseau, le TX-NR709. Il est doté d'une puissance de 7 x 170 W / 6 ohms. Certifié THX Select2 Plus, c'est le deuxième amplificateur de la marque à être compatible avec le service de musique en streaming Spotify. Le TX-NR709 est d'ores et déjà disponible au prix de **999 euros**.

Razer

Du mouvement sur PC



■ **Avec les manettes Hydra, Razer lance le premier contrôleur de mouvement pour PC qui devrait être à même de satisfaire les joueurs les plus exigeants. Il prolonge naturellement les mouvements du corps à la manière d'une Wii mote ou du PlayStation Move, mais avec une plus grande précision et sans aucune latence grâce à la technologie Sixsense.** Le suivi des mouvements se fait ainsi au millimètre et au degré près. Ce contrôleur est aussi le résultat d'une collaboration entre Sixsense, Razer et Valve. « *En travaillant avec Razer et Valve, nous avons fait du PC la meilleure plate-forme pour le motion gaming* », affirme Amir Rubin, CEO de Sixsense. «

Nous avons développé et optimisé six niveaux de Portal 2 pour le TrueMotion Sixsense afin de permettre aux joueurs de pleinement bénéficier des possibilités du motion gaming. » La version complète du jeu Portal 2 et le contenu spécifiquement développé seront disponibles en bundle avec les manettes Hydra au prix de **139 euros**. Au-delà de Portal 2, le contrôleur Razer Hydra est optimisé pour plus de 125 jeux sur PC parmi lesquels Left 4 Dead 2 et World of Goo. Disponibilité prévue au mois de juin.



Urban Music Balls

IPHONE

DS

PC

MAC

Skins

EXPLOSION

NOUVEAU !



SOYEZ DIFFERENT !

**Stickers prédécoupés,
personnalisables et imprimables.**

Exprimez votre créativité du moment avec ces stickers imprimables et personnalisables qui se posent et s'enlèvent facilement sans laisser de trace !

Appliquez ces skins sur tous vos objets nomades : iPhone 4, iPhone 3G, iPhone 3GS, Nintendo DS™ Lite et ordinateurs portables.



Rendez-vous sur le stand
Micro Application Avanquest.
Stand MEDPI N°K64
www.microapp.com
Service commercial : 01.53.34.20.12





Entretien avec
Pascal Vivier,
Chef de secteur EGP

Comment introduire en magasin les nouvelles familles de produits que sont les **TV connectées** ou les **tablettes** ? Comment réagir face à ces produits qui donnent autant d'importance au contenu qu'au contenant ? **Pascal Vivier** nous décrit **la vision de la Fnac**, une vision basée sur la clarté et la simplicité mais qui saura aussi **surprendre le consommateur** et surtout **promouvoir l'innovation** et la technologie.

Par **Caroline Mauduit**

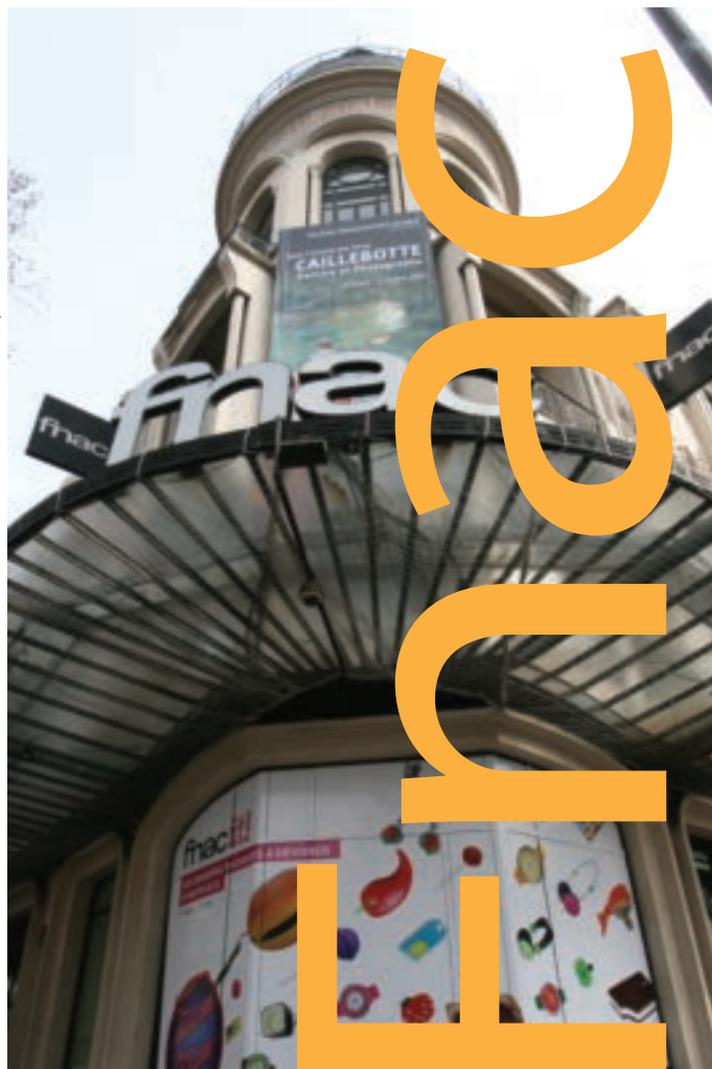
connectées, cela passe concrètement par des zones d'expérience et le conseil de nos vendeurs.

Au rayon téléviseur, comment vendre la TV connectée ? Comment s'en servir pour créer de la plus-value ?

Dans le cadre des TV connectées, ces zones d'expérience et le conseil de nos vendeurs permettent aux consommateurs de tester les différentes interfaces. L'idée est qu'ils puissent les découvrir, les apprivoiser et surtout les comparer. Il y a quatre principaux constructeurs : LG, Sony, Panasonic et Samsung. Les consommateurs qui cherchent une TV connectée voudront les comparer, voir comment on se connecte et comment ça marche. Dès le mois de mai, ils pourront le faire dans nos magasins. Nos vendeurs ont été formés pour conseiller au mieux nos clients et les visiteurs auront à disposition quatre écrans, un téléviseur connecté par marque, pour les tester et faciliter la comparaison.

Comment réagit le consommateur face aux nouveautés du rayon comme la TV connectée et la 3D ?

Il y a eu une accélération des nouveautés technologiques en TV ces dernières années, la HDTV, la 3D, la taille des écrans... Le consommateur a été extrêmement sollicité et notre rôle à la Fnac a été de lui en faciliter la compréhension. Nos clients ont bien réagi à la 3D, l'expérience a été positive même si un peu freinée



JDLi : L'univers électronique s'organise désormais en taille d'écrans, pour les téléphones, les téléviseurs mais aussi les tablettes ou les ordinateurs. Ne faut-il pas en tenir compte pour l'agencement du magasin ?

Pascal Vivier : De manière générale, nous raisonnons à la Fnac en termes d'usages. Sur les téléviseurs en effet, nous rassemblons dans nos rayons les produits selon qu'ils présentent des écrans de petite, moyenne ou grande taille. La raison est simple, la taille de l'écran est le premier critère de choix pour le consommateur. Elle arrive avant toute segmentation technologique. C'est ce à quoi va penser le consommateur en premier lieu. Bien sûr, les consommateurs sont aussi très intéressés par le design, ils y font attention et ont souvent une idée bien précise en tête. Pour autant, la contrainte de la taille passe avant tout, mais ce n'est pas nécessairement le cas pour toutes les catégories de produits.

La tendance est au produit connecté et à la convergence, comment en tenir compte en magasin ?

Le rôle de la Fnac est de faciliter la compréhension des technologies. Il est vrai que plus la technologie converge, plus le consommateur a besoin d'explications et c'est notre rôle de l'accompagner. La Fnac est un distributeur fortement tourné vers la technologie mais qui valorise l'usage des produits. On les connecte, on les rapproche, on les explique... Pour les TV

Simplifier l'accès



HARDWARE

INTERVIEW 37

PASCAL VIVIER



par le manque de contenus. Concernant la TV connectée, il est encore trop tôt pour juger. Nous commençons à en parler dans nos magasins à travers des zones d'expériences. Le temps fort arrivera probablement au second semestre 2011 avec la HBBTV.

Il semble que le contenu soit de plus en plus important pour le contenant. Le magasin ne doit-il pas aussi s'en faire le relais, et si oui comment ?

Le marché est en pleine évolution et nous nous adaptons sans cesse à ce monde technologique en pleine mutation en écoutant nos experts et nos clients. Nous proposons des zones d'expériences dans nos 81 magasins pour tester notamment du Blu-ray, de la 3D... et très bientôt de la TV connectée, qui va nous apporter beaucoup d'opportunités de mise en scène.

N'est-ce pas le moment pour transcender l'organisation traditionnelle par famille de produits ? Est-il possible de raisonner plutôt par usage ou par affinité ?

A la Fnac, nous fonctionnons déjà par « usage ». Néanmoins, « usage » ne veut pas dire convergence. Par exemple, regrouper les téléviseurs connectés et les tablettes n'est pas une bonne chose. En revanche, en segmentant par l'usage nous arrivons à des regroupements intéressants. Par exemple, nous avons décidé de regrouper dans l'espace musique, donc avec les

disques, les casques et les stations d'accueil. Dans ce cas, cela fait sens, le consommateur comprend la logique. Il cherche toujours la simplicité. On peut ensuite travailler sur d'autres sous-segmentations, comme par exemple pour le son, regrouper les produits selon l'usage, dans la section « maison » pour des enceintes ou en « mobilité » pour les casques !

La convergence est enfin devenue une réalité. Comment montrer le fonctionnement conjoint, par exemple, d'une tablette et d'un téléviseur s'il n'y pas de ponts ou de fusion des rayons ?

C'est tout à fait possible en sortant des rayons les produits convergents pour créer une zone d'expérience. Par exemple, nous avons mis en scène la convergence de la 3D en rapprochant des appareils photos, des caméscopes, des PC, des jeux vidéo et des TV intégrant cette technologie. Du coup, le client comprend mieux l'intérêt de la convergence entre les produits. La clé de la réussite est de présenter les choses de la manière la plus simple possible afin de faciliter la compréhension et l'usage des produits aux consommateurs.

Quelle est donc la stratégie de la Fnac ?

Le rôle du magasin est d'apporter une information claire et simple qui permet de donner des points de repère. Le rôle de la Fnac est avant tout de faciliter la compréhension des technologies, tout repose donc sur l'expertise de nos vendeurs et sur

les nombreuses démonstrations qui permettent aux clients de « toucher » le produit.

Aucune mise en avant des produits, de théâtralisation donc ?

Si bien évidemment ! Nous théâtralisons et mettons en scène les produits dans nos rayons mais avant tout dans un but pédagogique et non promotionnel. Il faut faire attention à ne pas transformer nos magasins en une sorte de foire à tout !

La Fnac en bref

La Fnac est une filiale du groupe PPR spécialisée dans la distribution de biens culturels et de loisirs. En France, elle compte 81 magasins auxquels s'ajoutent 150 points de vente répartis dans sept pays : la Belgique, l'Espagne, l'Italie, le Portugal, la Suisse et le Brésil. La Fnac est dirigée par Alexandre Bompard, PDG, et Jean-Pierre Champion, DG France.

Chiffres clés pour l'année 2011

- CA : 4 473 millions d'euros
- Résultat opérationnel courant : 188 millions d'euros
- 14 364 collaborateurs

à la technologie





Entretien avec

Ulric Jerome,
Directeur Exécutif
de Pixmania

Pixmania



L'arrivée de **nouveaux produits connectés** comme les **téléviseurs** et les **tablettes** nécessite des explications, ce qui est évidemment plus compliqué à fournir sur **Internet** qu'en magasin. **Ulric Jerome** nous expose **sa vision de ce marché** en pleine **mutation**.

Par Caroline Mauduit

JDLi : L'univers électronique s'organise désormais en taille d'écrans, du téléphone au téléviseur en passant par la tablette et l'ordinateur. Est-ce une approche pertinente pour présenter les produits sur Pixmania ?

Ulric Jerome : Précédemment, le marché s'organisait autour de trois écrans : téléviseur, ordinateur et smartphone. La tablette est une révolution, c'est un quatrième écran capable de remplir les fonctions des trois précédents. A la croisée des chemins de nombreuses familles de produits, c'est une remise en question de nombreux business modèles. L'usage multimédia connecté que va en avoir le client et les nouveaux modes de consommation du contenu vont entériner ce changement. Le clivage de la taille de l'écran s'efface donc devant celui de l'aspect fixe/nomade. Avec des produits plutôt destinés au home cinéma ou au jeu d'un côté et des produits plutôt dédiés à la communication et aux réseaux sociaux de l'autre.

La tablette touche tous les univers, où allez-vous la ranger ? Fait-elle l'objet d'une rubrique spécifique ?
Les tablettes seront positionnées dans l'univers informatique et effectivement elle fait l'objet

d'une rubrique spécifique. Elle représente un marché d'avenir avec une belle histoire à raconter. Sur Pixmania.com, nous avons donc ajouté la rubrique « Tablette, iPad ».

Pensez-vous mettre les tablettes Android et Windows au même endroit ?

Au même titre que les téléphones portables, tous les systèmes d'exploitation, Android, Windows 7 mais aussi iOS, Blackberry Tablet OS et HP WebOS seront présentés dans le même univers dans un premier temps.

On annonce plus de 50 tablettes sous Android très similaires les unes aux autres, comment faire un choix pour le référencement ? Faut-il toutes les vendre ?

Nous allons sélectionner des produits qui présentent le meilleur rapport qualité/prix du marché. Ensuite, la différence se fera principalement sur le design, la rapidité et la simplicité... Concernant l'offre que nous allons proposer, nous avons prévu de doubler notre gamme et ainsi de proposer environ 20 modèles déclinés en plusieurs versions.



HARDWARE

INTERVIEW 39

ULRIC JEROME



des usages

La tablette vit essentiellement par son contenu et par son marché applicatif. Comment montrer cet aspect sur votre site et comment en tirer avantage pour la vente ?

Il sera très important de faire découvrir aux consommateurs les usages des tablettes en fonction des systèmes d'exploitation. Nous utiliserons des espaces dédiés pour enrichir les caractéristiques des tablettes avec des vidéos et des images. De plus, les PixExperts, une aide à la vente spécialement conçue par Pixmania.com, sera le relais idéal pour aider le consommateur à appréhender ces nouveaux produits.

Les téléviseurs étant aussi connectés désormais, comment s'en servir pour créer de la plus-value ? Cela permet-il de vendre plus ou plus cher ?

On assiste depuis quelques temps à une réelle baisse du panier moyen sur les téléviseurs. Le fait qu'ils soient maintenant connectés permet de communiquer autour d'une nouvelle technologie et de parler de bénéfices consommateurs, plus seulement de taille d'écran. Les téléviseurs ne seront pas vendus plus chers, mais entre la TV connectée et l'élargissement de l'offre 3D, il y a

de belles perspectives concernant ces produits.

Le distributeur doit-il se faire le relais du contenu ?

Absolument. Le concept de TV connectée reste flou dans l'esprit du consommateur. Le distributeur se doit ainsi d'accompagner les marques dans l'explication de ce contenu. C'est pourquoi, des espaces seront dédiés à la TV connectée sur le site Pixmania. Ils permettront aux consommateurs de découvrir aussi bien le contenu que les produits.

La convergence est enfin devenue une réalité. Comment montrer le fonctionnement conjoint par exemple d'une tablette et d'un téléviseur sur votre site ?

Nous avons déjà montré par le passé que nous savions nous adresser directement au consommateur via nos PixExperts par exemple. Nous pouvons très bien reproduire ce système pour expliquer des technologies ou des manipulations plus pratiques. Nous avons aussi enrichi le contenu de nos fiches articles de vidéos, d'images et de textes plus détaillés pour aider le consommateur.

Pixmania en bref

Pixmania est un site de e-commerce parmi les plus importants en France. Il est le n°1 de la vente en ligne pour l'électronique grand public. Le site, dont le siège est en France, est présent dans 26 pays européens. S'ajoutent huit points retraités dans l'Hexagone et cinq autres en Europe. Le site compte six millions de clients et quelques 700 000 références.

Le Groupe a été créé sous le nom de Fotovista en 2000 par Steve et Jean-Emile Rosenblum. Il compte plusieurs marques : Pixmania, PixPlace (place de marché intégrée à Pixmania), Pixmania-pro (Site e-commerce spécialiste de l'Electronique Grand Public pour les entreprises), E-Merchant (plate-forme et services pour le e-commerce), FOCl (Magasins photo de proximité), Japan Diffusion (Grossiste en matériel photo-vidéo-son), Webhallen (site suédois de produits culturels) et enfin Mypix.com et MyPix (services de tirage photo en ligne et chez les marchands de journaux).





DES

Avec un **marché en décroissance** depuis 2009, le GPS autonome a vu le nombre de ses acteurs se réduire **drastiquement**. Les constructeurs restants cherchent à **innover** et proposent de **larges gammes** pour adresser chaque consommateur **spécifiquement**.

par Roland Marianna



Garmin nüvi 2240 Photo-réaliste

Situé en entrée de gamme de la nouvelle série 2000, le nüvi 2240 embarque de nombreuses fonctionnalités. Ainsi, Garmin va très loin dans la représentation des échangeurs. A un embranchement d'autoroute, le GPS affichera la vraie représentation des différentes voies avec les panneaux, ponts et éventuelles lignes électriques. Appelée PhotoReal, cette fonction a été développée à partir de vraies photos d'intersections qui ont été ensuite stylisées. Le 2240 propose en plus un assistant au changement de voies pour les routes secondaires ou urbaines. Garmin a également implémenté une carte des radars et une indication des limites de vitesse, mais avec fonctions de correction. Ainsi, si la limitation a changé sur une route ou qu'elle n'est pas renseignée, l'utilisateur peut la modifier ou l'ajouter très simplement. L'interface du logiciel de navigation dispose d'une bonne ergonomie. La recherche d'une destination est rapide, tout comme l'est le calcul d'un itinéraire. Au final, Garmin propose avec cette nouvelle série 2000 une gamme bien née, et aux fonctionnalités réellement utiles dès le premier prix.

- Écran : 3,5 pouces
- Carte : Europe
- Fonctions : Carte des radars, assistant changement de voies, PhotoReal, Text-to-Speech, mode éco
- Dimensions : 94 x 71 x 15 mm
- Poids : 108 grammes

130 €

Navman F460 Par la taille et par le prix

Côté design, le F460 est sobre mais son écran 4,3 pouces et ses bords plutôt épais ne l'aident pas à rester discret. Pour la navigation, le GPS utilise une nouvelle version du logiciel. L'ergonomie est bonne mais la recherche d'une destination et le calcul d'un itinéraire ne sont pas toujours très rapides. Pendant la navigation, l'utilisateur sera aidé par l'assistant au changement de voies et par la représentation 3D des échangeurs d'autoroute. On apprécie également le zoom automatique en approchant d'un changement de direction ou d'une intersection, ce qui est très pertinent. L'affichage de la vitesse limite est toujours présent aussi. Une carte des radars est incluse mais elle n'est active que trois mois. Il faudra ensuite s'acquitter d'un abonnement de 30 euros pour un an d'actualisation. Des promotions avec un abonnement de trois ans au prix de deux sont régulièrement proposées sur le site du constructeur. Le F460 propose à un prix contenu une carte européenne et un écran de 11 cm !

- Écran : 4,3 pouces
- Carte : Europe
- Fonctions : Carte des radars limitée, assistant changement de voies, sorties d'autoroute 3D, Text-to-Speech
- Dimensions : 128 x 83 x 16 mm
- Poids : 147 grammes

100 €





autonomes

Un copilote pour chacun



Les ventes en volume ont subi une décroissance de 11 % entre 2009 et 2010 en passant de 2,5 à 2,2 millions d'unités. Cependant le taux d'équipement individuel est toujours inférieur à 50 %. Il reste donc un potentiel non négligeable. La concurrence des smartphones est bien réelle aussi. Pour palier cela, les constructeurs doivent proposer des « plus produits » en généralisant par exemple les écrans de

grande taille. L'impact est immédiatement perceptible avec des cartes plus grandes, plus lisibles et la possibilité d'ajouter des informations. Les dernières constituent souvent des aides précieuses, notamment en termes de sécurité. La cartographie fournie aux fabricants de GPS renseigne aussi sur la vitesse maximale autorisée sur tous les axes principaux. Il est donc particulièrement intéressant que le GPS informe l'utilisateur lorsque la limitation est dépassée. Cela peut se faire à l'écran par le panneau ou par une annonce vocale, ou encore par les deux. L'affichage des panneaux routiers pour la direction à prendre s'avère

indispensable sur un échangeur autoroutier complexe. C'est l'unique façon de ne pas se tromper. Certains affichent simplement les directions à prendre, d'autres redessinent quasiment le panneau tel qu'il est. Il peut même être mis en scène dans des représentations en 3D photo-réalistes. L'utilisation de flèches 3D pour préciser les voies et montrer celles à emprunter facilite grandement la navigation lorsqu'il y a trois voies ou plus en parallèle. En un coup d'œil, on connaît la route à prendre. L'association d'un grand écran et d'un affichage de plus en plus réaliste donne un avantage certain par rapport au smartphone.



Medion IGN Evadeo M3220 Pour la randonnée

Medion propose de véritables GPS de randonnée qui incluent des cartes topographiques de l'IGN (Institut Géographique National). Le M3220 est doté d'un design compact avec un écran de 3,5 pouces et sa coque renforcée ne craint pas les projections d'eau. Le logiciel de navigation routière est la dernière version du logiciel maison GoPal AE. Il propose de nombreuses fonctionnalités comme l'alerte dépassement de la vitesse limite et une carte des radars. Et si l'utilisateur souhaite sortir des routes goudronnées, il suffit de basculer vers la navigation randonnée et d'utiliser une carte au 1 : 100 000ème livrée ou des cartes au 1 : 25 000ème préalablement téléchargées (un euro les 100 km²). Comme en navigation routière, on peut alors entrer une adresse, un point d'intérêt, une coordonnée ou un point de destination sur la carte. Le GPS indique la direction à suivre et la distance restante à vol d'oiseau, tout comme il vous précise l'altitude et le dénivelé effectué. Des supports sont fournis pour le vélo et la moto. C'est donc un vrai GPS universel, tout autant à l'aise sur route que sur chemin, en voiture comme à pied ou en deux roues.

- Écran : 3,5 pouces
- Carte : France
- Fonctions : POI, Bluetooth, carte des radars, Text-to-Speech, carte IGN 1 : 100 000
- Dimensions : 105 x 82 x 26 mm
- Poids : 190 grammes

280 €

TomTom Go Live 1005 Assistant de conduite

Le Go Live 1005 se dote d'un écran de cinq pouces. En tant que nouveau vaisseau amiral de la marque, il est évidemment connecté. Il dispose ainsi de HD Traffic et d'IQ Routes. Ces deux technologies permettent au Go Live 1005 de prédire une heure d'arrivée la plus juste possible. On trouve également l'aide au changement de voies, avec la représentation 3D et les flèches qui représentent la file à prendre. Le nouveau moteur Text-to-Speech est également en progrès. Une carte des radars est bien entendu intégrée et grâce à la connexion, elle est mise à jour en temps réel et donc d'une grande fiabilité. Le GPS affiche aussi en permanence la vitesse maximale autorisée et prévient en cas de dépassement intempestif. Pour accéder à ses services connectés, le fabricant offre un an d'abonnement. Ensuite, il faudra payer 50 euros pour une année de plus. Au final, TomTom propose comme à son habitude un GPS de qualité qui associe une ergonomie de pointe à tous les services les plus performants.

- Écran : 5 pouces
- Carte : Europe
- Fonctions : Connecté, reconnaissance vocale, points d'intérêt, TMC, Bluetooth, carte des radars, assistant changement de voie, sorties autoroute 3D, Text-to-Speech
- Dimensions : 143 x 88 x 19 mm
- Poids : 266 grammes

350 €





GPS autonomes

42

HARDWARE

PANORAMA



Innovation permanente

Si les innovations se succèdent, le prix moyen continue néanmoins à chuter. Ainsi si en 2009 un GPS coûtait 161 euros, en 2011 on estime que ce prix passera à 139 euros. Les fabricants sont donc forcés à se lancer dans une course à la fonctionnalité pour différencier leurs modèles haut de gamme et créer de la valeur. Le GPS se transforme ainsi en véritable assistant de conduite au quotidien. Cela passe notamment par les services connectés. Grâce à une carte SIM intégrée, le GPS accède directement à des serveurs qui peuvent relayer des informations en temps réel à partir de différentes sources, notamment Internet. Cela ouvre un champ de possibilités pratiquement infinies. Ainsi, il est possible d'avoir en temps réel le prix de l'essence dans les stations autour de sa position, de disposer d'une carte des radars mise à jour en continu ou encore de connaître la météo à venir sur le parcours. Mais c'est l'information trafic qui y gagne le plus, car les embouteillages sont le principal obstacle au bon déroulement des trajets. Avec le service connecté, de nouvelles technologies ont été mises en place pour davantage de précision, une meilleure couverture et une mise à jour en temps réel. Ainsi, TomTom propose par exemple le Trafic Info HD. Associé à un opérateur de téléphonie, le système récupère des informations

en mesurant la densité de téléphones mobiles qui se trouvent sur un axe routier. Cela permet d'avoir des mesures précises en temps réel et sur toutes les voies de circulation. De même, Coyote vend son information radar en temps réel par les utilisateurs aux fabricants de GPS. La fiabilité est évidemment bien meilleure qu'avec une simple carte des radars actualisée de temps à autre. L'information trafic et l'avertisseur radar sont sans doute les deux services connectés les plus utiles et qui peuvent éventuellement justifier une dépense supplémentaire. Le GPS connecté introduit aussi une nouvelle source de revenu ; celle de l'abonnement payant. Encore faut-il que la transformation se fasse et il y a une tendance à la surenchère sur la durée de la période gratuite.

Montée en gamme

Certains constructeurs proposent des variantes de leur modèle. Le surcoût est d'environ 30 ou 40 euros pour ajouter le trafic info, une carte européenne ou un écran plus large. Si jusqu'à présent les systèmes de

navigation ne se destinaient qu'à la voiture, ils commencent aussi à s'émanciper pour un usage piéton hors du véhicule. Dans cette optique, l'encombrement réduit des modèles à petit écran est évidemment un atout. Déjà, la plupart des GPS proposent dorénavant un mode piéton spécifique qui tient compte du mode de déplacement et de la différence de signalisation, n'empêchant pas d'utiliser un sens interdit par exemple. De même, il n'enverra pas le piéton sur l'autoroute ! Certains vont même plus loin avec l'intégration des parcs et de leurs chemins ou la prise en compte des transports en commun pour les plus avancés. À noter également que les annonces s'adaptent à la vitesse plus réduite du piéton. On le voit, les fabricants ne manquent pas d'arguments pour cibler tout utilisateur potentiel avec toujours un argument de plus-value par rapport à d'autres solutions. Pour autant, le GPS autonome aura fort à faire face à la concurrence du smartphone et de la première monte qui se démocratise, surtout que les deux n'accusent plus autant de retard technologique que par le passé.



Mio Spirit V575 TV La TV en plus

Un peu à part, le V575TV est un GPS qui offre la possibilité de recevoir les chaînes de la TNT. L'écran affiche une diagonale de 4,7 pouces et le tuner est intégré. L'encombrement est pourtant celui d'un GPS classique et il y a même une antenne escamotable. Le logiciel de navigation est celui de la gamme Spirit au graphisme chic et à l'ergonomie plutôt bonne. Des fonctionnalités de navigation ont aussi été ajoutées, comme l'affichage en 3D des sorties d'autoroute et l'assistant au changement de voies qui est doublé d'une annonce vocale. Une carte des radars est également intégrée, tout comme une alerte des dépassements de vitesse. L'info trafic fait également partie de la dotation de base. L'antenne de réception TMC est par ailleurs intégrée au chargeur allume-cigare, ce qui permet de s'affranchir d'un câble supplémentaire. Avec le V575 TV, Mio propose donc un GPS original et bien conçu qui agrémentera les pauses pendant le trajet tout en guidant avec les dernières technologies.

- Écran : 4,7 pouces
- Carte : Europe
- Fonctions : POI, carte des radars, TMC, sortie autoroute 3D, tuner TNT assistant changement de voie, guide touristique Wcities,
- Dimensions : 145 x 87 x 16 mm
- Poids : 220 grammes

250 €

Navigon 40 Easy Sans restrictions

Le 40 Easy est le premier prix de Navigon avec un écran de 4,3 pouces. Le design est plus simple que sur les modèles haut de gamme mais reste sobre et bien conçu. Pour le logiciel de navigation, l'ergonomie est toujours aussi exceptionnelle. Il y a de nombreux accès aux différentes fonctions, tout en restant clair et intuitif. La recherche d'une destination est rapide mais le calcul d'un itinéraire souffre parfois de petits ralentissements. En plus de la représentation 3D des sorties d'autoroute, s'ajoute l'assistant de voies actif. Il affiche le tracé des routes, virages inclus, sous la forme d'une animation dynamique en surimpression. La flèche orange indique avec précision la trajectoire à suivre. Une carte des radars est incluse aussi. Notons également que malgré le prix plancher, Navigon a réussi à intégrer l'information trafic par le TMC. En partenariat avec ViaMichelin, le 40 Easy propose les adresses des hôtels et restaurants du Guide Michelin avec prix et commentaire. Ce GPS se dote donc de fonctions utiles et d'un grand écran tout en restant très accessible.

- Écran : 4,3 pouces
- Carte : Europe
- Fonctions : Carte des radars, assistant changement de voies, échangeurs d'autoroute 3D, Text-to-Speech, TMC, Guide Michelin
- Dimensions : 121 x 76 x 15 mm
- Poids : 160 grammes

130 €



TomTom

GO LIVE 800 SERIES



TomTom GO LIVE 800 Series La navigation astucieuse



Libérez-vous des bouchons
avec TOMTOM HD TRAFFIC



Asus Eee Pad Transformer

Tablette

Avec sa première tablette Android, Asus a mis les petits plats dans les grands : écran 10,1 pouces (1280 x 800), processeur double cœur Nvidia Tegra 2 et surtout Android en version 3.0. Surnommée « Honeycomb », cette dernière itération du système d'exploitation est spécialement conçue pour les tablettes. L'interface et les applications sont donc désormais adaptées à ces nouveaux appareils. Dotée d'un design agréable et d'une bonne finition, la Transformer se démarque de la concurrence grâce à un dock faisant office de clavier. La tablette se transforme ainsi en netbook et permet à l'utilisateur d'effectuer des tâches bureautiques bien plus confortablement. Le dock double aussi l'autonomie pour atteindre les 16 heures et sert également de support pour les activités consultatives. La connectique est complète avec le micro-USB, le mini HDMI et un lecteur micro-SD. Cette Eee Pad Transformer est donc une réussite mais encore handicapée par un nombre trop restreint d'applications Android dédiées aux tablettes.

CARACTÉRISTIQUES

OS Android 3.0 (Honeycomb), écran 10,1 pouces, processeur Nvidia Tegra 2 (1 GHz), mémoire 16 ou 32 Go, micro-USB, mini-HDMI, micro-SD, Wifi N, A-GPS, 271mm x 175mm x 12,95mm, 675 grammes seule, 1,3 Kg avec dock

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Asus, tél. : 0149329650
- PRIX 399€ (À PARTIR DE)



Sony Ericsson Xperia Play

Smartphone

Le smartphone Xperia Play est le premier « PlayStation Phone » et donc dédié au jeu vidéo. Dans cette optique, un pad coulissant semblable à celui de la PSP Go a été intégré. Les boutons reprennent le positionnement de la manette Playstation, seuls les sticks ont été remplacés par des zones tactiles. Le processeur embarqué est un simple cœur cadencé à 1 GHz, qui est capable de faire fonctionner tous les jeux actuellement disponibles bien qu'il soit moins puissant que le récent Tegra 2 de Nvidia. Deux types de jeux sont disponibles, les premiers sont des rééditions de titres issus du catalogue de la première PlayStation tandis que les seconds sont des titres Android, dont les contrôles ont été adaptés pour le pad. Bien entendu, il est possible de jouer aux titres tactiles classiques sur l'écran de quatre pouces. Les matériaux choisis sont de qualité et l'appareil est solide, même s'il est un peu lourd pour sa taille. Le pad assure une bonne prise en main mais les sticks manquent un peu de précision. Il n'empêche que le plaisir de jeu y gagne par rapport au tactile. Le Xperia Play est toutefois handicapé par une interface jeu vidéo truffée d'illogismes et qui mérite une mise à jour rapidement.

CARACTÉRISTIQUES

3G+, Android 2.3, écran tactile 4 pouces, résolution photo 5 Mpixels, connexions A-GPS, Bluetooth 2.1, A2DR WiFi, micro-HDMI, mémoire 400 Mo et lecteur de cartes micro-SD (8 Go fourni), 119 x 62 x 16 mm, 175 grammes

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Sony Ericsson, Tél. : 0155462600
- PRIX 599€



Samsung Serie 9 NP900X3A

Ordinateur portable

Avec cette Série 9, Samsung s'aventure dans le domaine de l'ultraportable haut de gamme. Et ce premier essai est pour le moins transformé. Le châssis est très fin (16,3 mm au maximum) et vraiment léger (1,3 kilo). Il bénéficie également d'une excellente finition liée à l'utilisation généralisée de métal pour la coque. L'écran 13,3 pouces est à la fois lumineux et sans reflet grâce à une dalle mate qui se fait rare de nos jours. Les composants choisis sont très performants pour cette catégorie d'ordinateurs, à savoir un processeur Intel Core i5 basse consommation, 4 Go de mémoire ainsi qu'un disque SSD de 128 Go. Le résultat est une machine très rapide qui suffit amplement à toutes les tâches hormis le jeu vidéo. Avec plus de six heures en bureautique et 5 heures 30 en vidéo, l'autonomie est également très bonne. Samsung a d'ailleurs particulièrement travaillé la gestion de l'énergie avec une batterie bridée à 85 % de charge pour ne pas perdre en capacité. L'utilisateur appréciera également la fonction de veille avancée qui coupe totalement la consommation lorsque l'ordinateur est fermé mais permet un retour à l'activité en quelques secondes. Cet ordinateur est donc un ultraportable d'exception qui se paye toutefois au prix fort.

CARACTÉRISTIQUES

Processeur Intel Core i5 2537M 1,4GHz, mémoire 4 Go, écran 13,3 pouces LED mat (1366 x 768), puce graphique intégrée Intel HD3000, disque SSD 128 Go, WiFi n, Bluetooth 3.0, 1,303 kg

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Samsung France, tél. : 0148630000
- PRIX 1 599€



Philips 234CL2

Moniteur

Philips tente la séduction avec ce 23 pouces ultra-plat à rétro-éclairage LED. Il est vrai que la ligne est vraiment séduisante. L'électronique est intégrée dans le pied, alimentation mise à part. On y trouve aussi les commandes tactiles. L'interface est d'ailleurs bien agencée. La coque est belle et extrêmement fine, mais il faudra faire attention en réglant l'inclinaison. Pour le rendu, les couleurs sont un peu chaudes par défaut mais il suffit de monter le curseur d'un cran pour atteindre une température standard effective de 6500 K. Mesuré à près de 1300 :1, le contraste est un des points forts de ce moniteur d'autant que la dalle mate permet d'éviter les reflets pénalisant. C'est une excellente initiative. Pour la vidéo, le rendu est fluide et les fourmillements se limitent aux couleurs solides. La réactivité suffit à une pratique occasionnelle du jeu vidéo. Cet écran séduira donc les amateurs de design pour un usage polyvalent. La consommation n'a pas été oubliée et s'avère - avec 22 Watts en fonctionnement - particulièrement basse.

CARACTÉRISTIQUES

Technologie LCD/LED, 23 pouces, résolution 1920 x 1080 pixels, latence 2 ms, contraste 20 000 000:1, luminosité 250 cd/m2, connectique HDMI, VGA

- CATÉGORIE Milieu de gamme
- CONTACT www.winning-company.com
- PRIX 220€

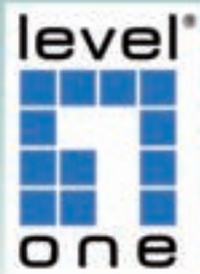
MEDPI
Hall Diaghilev
Stand - S22



Grossiste en accessoires
informatiques **depuis 1985**



Leader mondial
des accessoires
pour cybersportifs



Fabricant allemand
de produits réseau,
caméra IP et CPL



be quiet!

Spécialiste de l'alimentation
et du refroidissement.
Numéro 1 en Allemagne*



XILENCE

Fabricant de systèmes
de refroidissement
et d'alimentations PC



CHERRY

Depuis plus de 50 ans,
leader européen de claviers
et souris pour professionnels



UNIFORMATIC - Zi Des Chanoux - 60 rue Louis Ampère - 93330 Neuilly sur Marne
votre contact : Mme Hanène Soltani - hanene@uniformatic.fr - 01.58.02.06.06



Devolo dLan 500 AVplus

Prises CPL

Le spécialiste du courant porteur en ligne complète sa gamme d'adaptateurs CPL avec le dLan 500 AVplus. Il s'agit d'un kit comprenant deux prises filtrées. Elles sont compatibles avec la norme 500 Mbits. Pour optimiser le débit, le constructeur a intégré des filtres et une prise déportée, car les parasites générés par les appareils branchés près de la prise CPL peuvent réduire les performances de manière significative. Avec ces modèles, l'utilisateur branche le module CPL sur la prise murale puis vient raccorder les autres appareils dessus sur la prise femelle déportée. Le réseau domestique bénéficie ainsi du débit maximal possible. Ainsi avec ces modules 500 Mbits, on pourra faire transiter un flux Full-HD et copier des fichiers volumineux sans ralentissements ou attentes prolongées. Les performances égalent globalement celles d'un réseau filaire 100 Mbits et on dépasse largement celles du CPL 200 Mbits et du WiFi N. Ces modules sont donc idéaux pour construire un réseau domestique rapidement et sans connaissance technique. De plus, les prises cohabitent sans problème avec des modèles en 200 Mbits. Enfin, signalons que Devolo a pourvu ses prises de deux emplacements pour la terre, ce qui permet de les placer corps vers le haut ou vers le bas suivant la place disponible autour de la prise murale.

CARACTÉRISTIQUES

Paire de prises CPL 500 mbits, compatible Homeplug AV, Ethernet 1 Gbit, 130 x 66 x 42 mm, 240 grammes

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Devolo, tél. : 0145291832
- PRIX **149,90 €**



Mitsubishi HC9000D

Vidéo-projecteur 3D

Mitsubishi se lance dans la vidéo-projection 3D par la grande porte en intégrant une matrice SXRD Full-HD de dernière génération. D'un point de vue esthétique, le HC9000D séduit. La coque est superbe mais les connectiques intégrées sur le côté de l'appareil ne permettront pas de dissimuler facilement les nombreux câbles à relier aux différentes sources. Ce projecteur est également assez encombrant et plutôt lourd avec ses 15 kilos. Il faudra en tenir compte pour l'installation qui s'avère facile sinon, car tout est réglable électriquement et il y a des modes prédéfinis qui garantissent une image adaptée sans connaissances particulières. En 2D, Mitsubishi a su tirer le meilleur de la matrice SXRD qui délivre des noirs abyssaux, un taux de contraste renversant, le tout couronné par un piqué à la fois très cinéma et d'une précision redoutable. En 3D, c'est tout aussi bien, la luminosité est préservée et il n'y a pas de pollution d'une image par l'autre grâce notamment au procédé 240 Hz. Le spectacle est donc au rendez-vous avec des reliefs saisissants, presque palpables, aussi bien en jaillissement qu'en profondeur et ce sans avoir à déplorer des images fantômes. Le HC9000D utilise la technologie 3D active et il est livré avec deux paires de lunettes. Évidemment, cette débauche de qualité en 2D comme en 3D a un prix, élitiste.

CARACTÉRISTIQUES

Technologie SXRD Full-HD, 3D active, luminosité 1000 Lumens, connectique 2 HDMI 1.4, YUV, S-vidéo, vidéo composite, VGA, 2 paires de lunettes fournies, 530 x 482 x 215 mm, 15 kg

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Mitsubishi, tél. : 0155685568
- PRIX **4 990 €**



LG 47LW650S

Téléviseur

LG a été le premier à lancer un téléviseur 3D en technologie passive et cette nouvelle gamme Cinéma 3D témoigne des ambitions du constructeur en matière de relief grand public. Ce premier 47 pouces s'avère d'ailleurs très convaincant. Déjà en 2D avec un contraste désormais suffisant et une profondeur de noir remarquable. La technologie passive ou polarisée a pour avantage de fonctionner avec des lunettes très bon marché et confortables car très légères. De plus, il n'y a pas de fatigue visuelle en l'absence de tout clignotement. En revanche, il faut se contenter d'une résolution divisée par deux en relief, mais cela ne se révèle pas très gênant à l'usage. Le rendu 3D est très satisfaisant avec des jaillissements marqués et une bonne profondeur des différents plans. Pour le reste, l'interface graphique est splendide. Elle réagit au quart de tour et on trouve les réglages que l'on souhaite très rapidement sauf pour la partie connectée. L'écran ne dispose pas du WiFi intégré mais la connexion réseau est de la partie. L'accès au portail informatif Orange est toujours aussi pratique quand on cherche de l'information sur un sujet spécifique. Par contre, le magasin d'applications en ligne LG n'a pour l'heure pas grand-chose à offrir, mais on nous promet la VOD sous peu. Le constructeur coréen a réussi à réduire la consommation de manière notable puisqu'elle se limite désormais à une centaine de watts. Le 47LW650S est donc un téléviseur de bonne facture et c'est la solution 3D la plus confortable que nous ayons testée.

CARACTÉRISTIQUES

47 pouces 200 Hz LED, résolution 1920 x 1080, contraste 5 000 000:1, latence 2 ms, 4 HDMI, YUV, USB Host, DLNA, Périjet

- CATÉGORIE Milieu de gamme
- CONTACT LG, tél. : 0149898949
- PRIX **1 590 €**



Ryght Bali

Casque audio

L'innovation et le design passent aussi par les matières et celle choisie par Ryght est le bois, d'ébène pour être précis. Outre l'aspect flatteur, cela confère aussi au casque des vertus de résonance qui contribuent à une meilleure écoute. Casque supra-aural nomade, le Bali se distingue d'ailleurs par un rendu sonore très équilibré. Le registre médium est agréable, le grave est opulent sans être envahissant et l'aigu sobre évite toute agressivité. Le Bali sera parfait pour écouter tous genres de musiques modernes, mais aussi du jazz ou même du classique. Un autre bon point est la compatibilité avec l'iPhone et autres smartphones grâce à une commande et un microphone installés sur le câble, ce qui permet de prendre les appels téléphoniques. De plus, le câble est amovible. Il sera donc facile de le changer en cas de défaillance. Ryght se soucie aussi du respect de l'environnement et livre son casque dans un emballage entièrement fait de carton recyclé sans aucun élément en mousse ou polystyrène polluant. C'est d'ailleurs un bel objet en soi. Ryght précise aussi que le bois utilisé pour les coques des oreillettes provient de forêts gérées de façon durable et exploitées de manière raisonnée. Un bel objet, pour un bon son, et le tout à un prix très abordable.

CARACTÉRISTIQUES

Casque clos supra-aural, transducteurs 32 mm, cordon 1,60 mètre, 120 grammes

- CATÉGORIE Milieu de gamme
- CONTACT Ryght France, tél. : 0140170983
- PRIX **59 €**



DVD/Blu-ray - Jeux Vidéo
Accessoires - Figurines
Jouets - Multimédia

E-CONCEPT SERA PRÉSENT
STAND 44 À L'IDEF
DU 28 AU 30 JUIN

idef

INTERACTIVE &
DIGITAL
ENTERTAINMENT
FESTIVAL

VOTRE GROSSISTE PARTENAIRE

GÉNÉRATEUR DE MARGE

- ▶ Nouveautés à prix réduits.
- ▶ Déstockages et petits prix de qualité.
- ▶ Nouveaux arrivages tous les jours.
- ▶ Accessoires uniques et exclusifs.
- ▶ Un catalogue extra-large.



Le tout grâce à plus de
10 ans d'expérience.



▶ **DISTRIBUTEUR
OFFICIEL**

gioteck
EDITEUR DE SITE

**split
fish**
SOFTWARE

Pair & GO

TOMY.

BLAZE
VIDEO GAMES ACCESSORIES

UNIVERSAL
PRO-DRIVING
SIMULATOR

ATOMIC
ACCESSORIES

datel
advanced gaming
technology

Commande **24h/24**

www.ecdist.com

Le site de vente réservé aux professionnels



E-concept distribution

Z.I. des Epinettes
533 et 553 Rue de Branmaban
73230 Barby - France

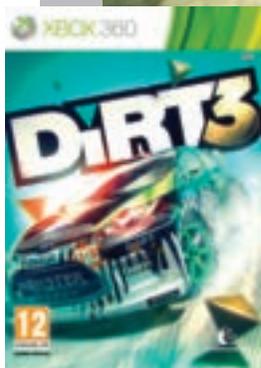
Téléphone - Fax : + (33) 4 79 25 83 18
contact@ecdist.com

Ligne spéciale salon

▶ **04 79 69 53 20**



GUIDE
48 JEUX



L.A. Noire

■ **Action/aventure**

■ **20 mai**

Le nouveau jeu signé Rockstar (GTA 4, Red Dead Redemption...) se tourne vers l'ambiance des polars noirs de la grande époque : le joueur incarne ici un jeune détective dans le Los Angeles des années 40. Entre les assassinats, la montée en puissance de la drogue et la corruption, le programme s'annonce chargé dans ce jeu qui permettra d'explorer la ville fidèlement reproduite. Enquête, action et séquences de course poursuite devraient constituer le quotidien du détective. A noter que le jeu reposera sur une nouvelle

technique de capture de mouvements des acteurs.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Team Bondi
- **EDITEUR** Rockstar
- **DISTRIBUTEUR** Take Two
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** NC
- **PRIX PUBLIC CONSTATÉ**
entre **43,49€** et **59,90€**
sur Internet



DirT 3

■ **Simulation**

■ **24 mai**

Deux ans après Dirt 2, ce nouvel opus de la série marque un retour aux fondamentaux en remettant à l'honneur le rallye (60 % du gameplay total en mode carrière). Si Dirt 2 impressionnait déjà par sa réalisation et son gameplay, cette suite s'annonce encore plus ambitieuse en proposant par exemple de nouveaux modes de jeu (comme le mode Gymkhana) et un moteur qui poursuit son évolution (effets climatiques, mode deux joueurs en écran divisé). De nombreux modes multijoueurs en ligne sont également proposés, sans oublier que le jeu permet de facilement envoyer des vidéos de parties sur YouTube. Dirt 2 s'est vendu à près de 200 000 exemplaires sortie caisse en France selon Codemasters.

■ **PLAN MARKETING**

Codemasters va communiquer en cinémas via un spot en 3D qui sera diffusé autour du nouveau film Pirates des Caraïbes. Une campagne Internet importante est prévue exploitant réseaux sociaux et sites de diffusions de vidéos. En trade, campagne de précommande et théâtralisation des magasins sont au programme. Plusieurs partenariats ont été conclus, avec notamment Orange France, Monster Energy et DC Shoes.

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Codemasters

■ **EDITEUR** Codemasters

■ **DISTRIBUTEUR** Namco Bandai Partners

■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

environ **70€** (consoles)

environ **50€** (PC)



The Legend of Zelda : Ocarina of Time 3D

■ **Action/aventure**

■ **17 juin**

Nintendo propose de se replonger dans l'un des meilleurs opus de la série Zelda, adapté et amélioré pour profiter des caractéristiques de la console aux graphismes en relief. Paru en 1998 sur Nintendo 64, ce volet marquait le passage de la série à un monde ouvert en 3D et profitait d'un des meilleurs scénarii de la série. Dotée de graphismes affinés, cette version comprend du contenu supplémentaire (Master Quest et Boss Challenge) et voit sa jouabilité évoluer pour exploiter les caractéristiques de la console. Pour viser en vue subjective, il sera par exemple possible de tourner directement la console pour ajuster le regard de Link. Une valeur sûre à redécouvrir ou à conseiller vivement aux nouveaux venus.

■ **PLAN MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Nintendo

■ **EDITEUR** Nintendo

■ **DISTRIBUTEUR** Nintendo

■ **NOMBRE DE JOUEURS** 1

■ **JEU EN LIGNE** Non

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS** **40€** environ



Red Faction Armageddon

■ **Action**

■ **7 juin**

Pour ce quatrième opus, la série Red Faction poursuit sa mue et, après l'arrivée de la vue à la troisième personne dans le précédent volet, se tourne aujourd'hui vers le genre du survival horror. Dans le rôle du petit-fils du héros de Guerilla, le joueur va cette fois-ci explorer les sous-sols de la planète Mars et faire face à une menace encore plus inquiétante qu'autrefois, des créatures extraterrestres friandes de chair humaine. Dans une ambiance plus proche du cinéma horrifique, le joueur pourra heureusement compter sur un arsenal comptant de nouvelles armes pour varier les plaisirs. S'il sera toujours possible de détruire le décor, le jeu autorise désormais aussi sa reconstruction. Des modes multijoueurs sont également au programme.

■ **PLAN MARKETING**

THQ va communiquer sur le lancement de la démo jouable du jeu (début mai) puis à la sortie du jeu. Une campagne sur sites Web spécialisés est prévue ainsi qu'en presse. L'ambiance du jeu, plus cinématographique, va permettre de toucher un plus large public et l'éditeur va communiquer dans ce sens sur la chaîne Syfy Universal. Une campagne de teasing est prévue sur le site Allociné. Une série TV sur la licence arrive prochainement.

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Volition

■ **EDITEUR** THQ

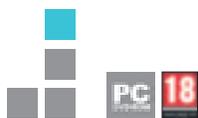
■ **DISTRIBUTEUR** THQ

■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ** **70€** environ





The Witcher 2 : Assassins of Kings

- **Jeu de rôle**
- **17 mai**

Suite d'un titre marquant dans le domaine du jeu de rôle, The Witcher 2 permet de retrouver le personnage Geralt de Rive, un tueur de monstre qui se retrouve au centre de conflits dans le Royaume de Temeria. Cette suite poursuit dans la voie tracée par le premier opus avec une aventure mature où les personnages peuvent se montrer très ambigus. Cet univers non manichéen profite d'une réalisation encore revue à la hausse (le premier était déjà impressionnant) avec un univers gigantesque à explorer, des personnages plus réalistes et des interactions plus développées avec l'environnement. Un jeu à conseiller à un public averti. Des versions consoles de salon arrivent prochainement.

■ PLAN MARKETING

L'éditeur prévoit de communiquer fortement sur Internet au moment de la sortie du jeu. Un soutien important en RP est prévu auprès de la presse spécialisée et de la communauté.

- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** CD Projekt
- **EDITEUR** Namco Bandai Games
- **DISTRIBUTEUR** Namco Bandai Games
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ** 50€ environ



Les Sims 3 Générations

- **Simulation de vie**
- **2 juin**

Les Sims 3 accueille un nouveau disque additionnel permettant de faire le plein de nouvelles activités pour les fameux personnages virtuels. Le principe de kit est de permettre aux Sims de vivre des moments marquants pour les différents moments de leur existence : faire les 400 coups pendant l'enfance, devenir le roi du bal du lycée à l'adolescence, préparer des farces plus ou moins élaborées... Voilà de quoi remplir les existences virtuelles en événements marquants qui ne manqueront pas d'animer les relations entre générations dans le jeu !

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Electronic Arts
- **EDITEUR** Electronic Arts
- **DISTRIBUTEUR** Electronic Arts
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** NC
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ** 40€ environ

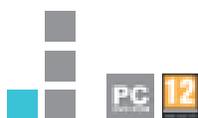
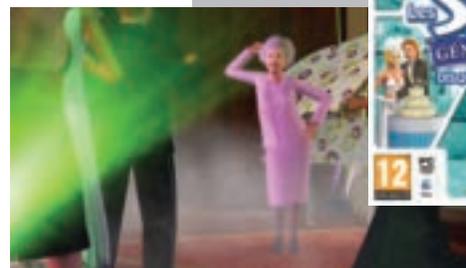
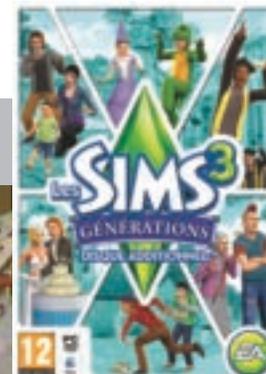
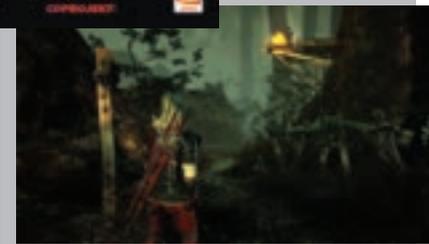


Sam & Max : The Devil's PlayHouse

- **Aventure**
- **26 mai**

Dans le cadre de son partenariat avec l'éditeur Telltale Games, Focus Home Interactive publie aujourd'hui les nouvelles aventures de Sam et Max. Après Tales of Monkey Island il y a quelques semaines, on retrouve ici la même formule avec une galette regroupant les différents épisodes d'une même saison, auparavant vendus en ligne. Il s'agit ici de la troisième saison des aventures du couple d'enquêteurs déjantés qui profitent, bien des années après le jeu d'aventure « point and click » de LucasArts, d'une belle carrière chez Telltale. Jouets psychiques, pharaons et même l'enlèvement du cerveau de Max font partie des réjouissances de cette saison haute en couleurs.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Telltale Games
- **EDITEUR** Focus Home Interactive
- **DISTRIBUTEUR** Focus Home Interactive
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ** 40€ environ



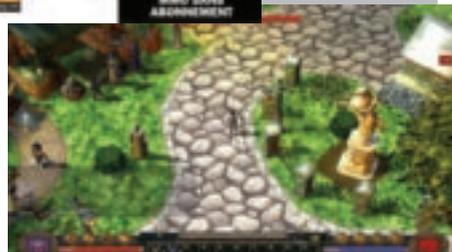
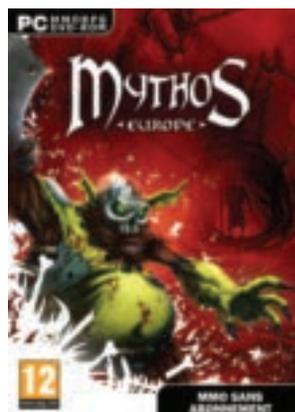
Mythos

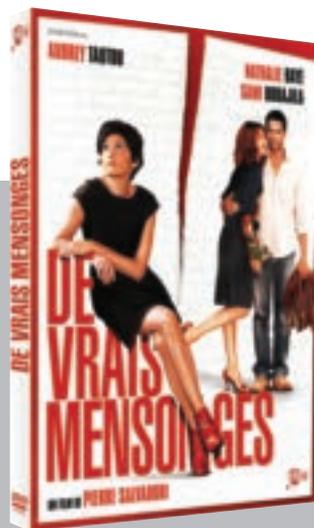
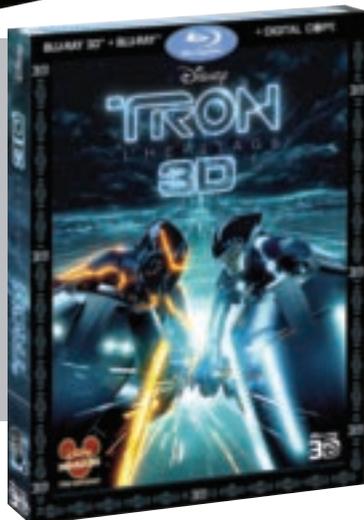
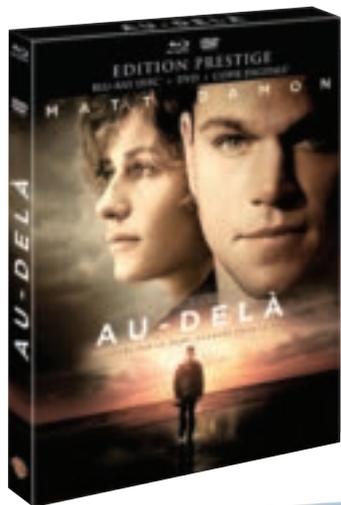
- **Jeu de rôle**
- **free to play**
- **Disponible**

Après plusieurs mois de beta test, Frogster ouvre les portes au public de Mythos, jeu de rôle massivement multijoueurs basé sur le business model du free to play. Assez porté sur l'action, le jeu se présente dans la forme comme un « hack'n'slash » dans lequel les joueurs partent à l'exploration de donjons générés aléatoirement. Joueur contre joueur, amélioration des personnages et objets sont notamment au programme de ce jeu à l'accès gratuit où l'éditeur commercialise objets et autres éléments de jeu. Si le jeu est

gratuit en ligne, une version boîte à moindre coût comprend le jeu, manuel papier, poster et 10 euros de bonus inclus.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** T3 Entertainment
- **DISTRIBUTEUR** Koch Media
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** Exclusivement
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ** 10€ environ





Qui aime qui ? De Vrais Mensonges

■ Comédie
■ 25 mai

Habitué aux comédies décalées avec une grande liberté de ton, Pierre Salvadori (Les Apprentis) poursuit dans cette voie avec De Vrais Mensonges où trois personnages finissent par se perdre dans des quiproquos et des situations inextricables à cause de leurs mensonges amoureux. Audrey Tautou mène le bal dans cette comédie sur la manipulation et les malentendus. Elle retrouve 11 ans après Vénus Beauté (Institut) Nathalie Baye qui incarne sa mère en perdition après le départ de son mari. Sami Bouajila (Indigènes), la victime de cette magouille

amoureuse, complète le casting de ce film a réuni plus de 546 000 spectateurs.

■ MISE EN PLACE
25 000 exemplaires

■ PLAN MARKETING
La sortie de cette comédie s'accompagne d'un plan radio sur Chérie FM et Nostalgie et d'une parution presse dans Femme Actuelle.

■ EDITEUR Pathe
■ DISTRIBUTEUR Fox Pathe Europa
■ PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

19,99€ (DVD)

Destins croisés Au-delà

■ Fantastique
■ 19 mai

Clint Eastwood (Gran Torino, Invictus) aime raconter des histoires et cette fois-ci, il nous plonge dans un monde mystique dominé par la mort où s'imbriquent les vies de trois personnages, une journaliste française qui a survécu à une catastrophe naturelle, un jeune britannique qui a perdu son frère et un médium américain en contact avec les défunts. À des points clés de leur existence, ces trois personnes en proie au désespoir vont finir par se rencontrer et trouver finalement un sens à leur vie. Cécile de France et Matt Damon font partie de la distribution de ce film qui a totalisé 1,9 million d'entrées en France.

■ MISE EN PLACE
155 000 exemplaires

■ PLAN MARKETING
La campagne s'élevant à 1,4 million d'euros se répartit entre un plan TV sur TF1, TMC, W9, Direct huit sur 10 jours, un plan radio en partenariat avec Europe 1 et des partenariats presse avec 20 minutes et Le Nouvel Obs.

■ EDITEUR Warner
■ DISTRIBUTEUR Warner
■ PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray combo)

Univers virtuel Tron L'Héritage

■ Science-fiction
■ 9 juin

Près de 30 ans après Tron, produit en 1982 par les studios Disney, l'aventure se poursuit avec ce nouveau volet. Boudé par le public à l'époque, Tron, qui sort aussi en vidéo à la même date, est devenu pourtant au fil des ans un film culte et le pionnier dans l'utilisation des images de synthèse. Avec cette suite, Tron l'héritage renoue avec l'expérience d'un film visionnaire. Cherchant à percer le mystère de la disparition de son père, le fils d'un expert en technologie est aspiré dans le même monde de programmes redoutables où vit son père depuis 25 ans. C'est le célèbre duo Daft Punk qui a signé la bande originale de ce film qui a totalisé plus de 1,1 million d'entrées en France.

■ MISE EN PLACE
190 000 exemplaires dont 130 000 DVD et 50 000 Blu-ray/Blu-ray 3D

■ PLAN MARKETING
Pour mettre en avant les atouts visuels du film ciblant une clientèle masculine de plus de 35 ans, Disney fait une campagne TV sur TF1, M6, W9, NRJ12, Eurosport et Paris Première, une campagne Web dans le cadre d'un partenariat avec msn et un partenariat presse avec 20 minutes.

■ EDITEUR Disney
■ DISTRIBUTEUR Disney
■ PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray)
29,99€ (Blu-ray 3D active)
59,99€ (coffret Blu-ray + jeu PS3)

Danse macabre Black Swan

■ Drame
■ 29 juin

Pas de demi-mesure pour Black Swan ! Le film de Darren Aronofsky (The Wrestler) suscite l'adhésion à l'univers glauque et de folie du réalisateur ou le rejet total à un film d'horreur sur la danse. Black Swan ne laisse donc pas indifférent et avec plus de 2,5 millions de spectateurs, il se classe parmi les meilleures entrées du box-office français pour cette première moitié de l'année 2011. Natalie Portman (Oscar de la meilleure actrice) en danseuse névrosée a sans doute beaucoup contribué au succès de ce film noir et malsain. Vincent Cassel en maître de ballet l'accompagne dans ce voyage au cœur de la paranoïa.

■ MISE EN PLACE
160 000 exemplaires toutes éditions confondues

■ PLAN MARKETING
S'élevant à 700 000 euros, le budget de la campagne s'articule autour d'un plan TV de 300 000 euros sur TF1, M6, TMC, W9, NRJ12 et Paris Première, des partenariats avec TMC, Première et Le Monde et de l'achat presse dans Mad Movies, Le Nouvel Obs et 20 minutes.

■ EDITEUR 20th Century Fox Home Entertainment
■ DISTRIBUTEUR Fox Pathe Europa
■ PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray)
24,99€ (collector DVD)
29,99€ (collector Blu-ray)
59,99€ (coffret Ultimate)



gear4

La musique, un style de vie



CASQUES GEAR4

GP04

- Le casque confort
- Pour un grave ample et détaillé



GP01nc

- Le casque nomade à réduction de bruit
- Pour une écoute sereine en tout lieu



De l'intra-auriculaire au casque confort
Une gamme complète pour tous les usages

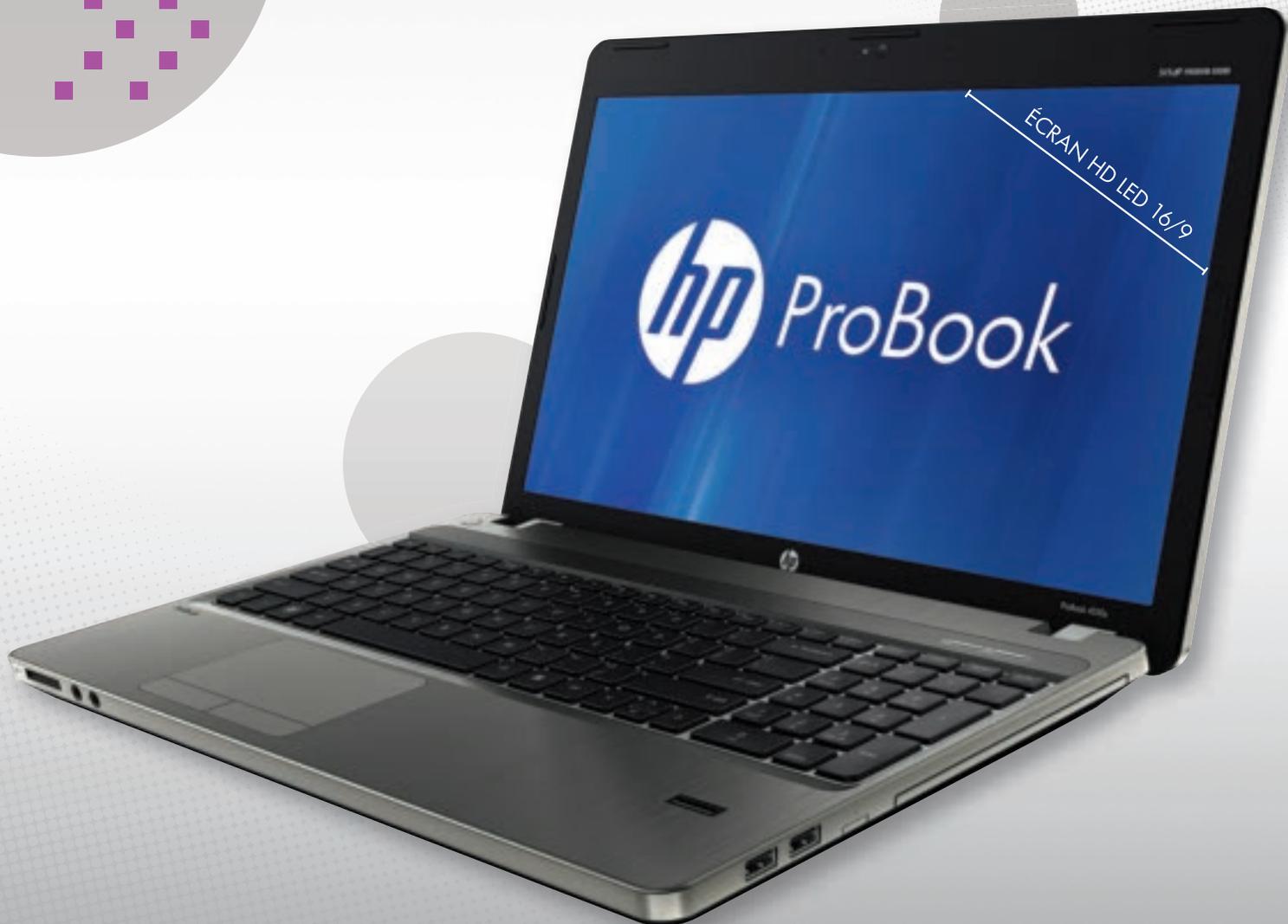
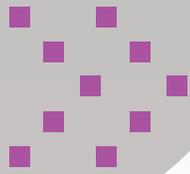
Gear4 est distribué par **Mobility France**

gear4.com



 Windows® 7
Professionnel

Voyez **GRAND**



Voyez **GRAND** avec les nouveaux HP ProBook

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

L'essentiel pour gérer votre activité professionnelle : vitesse, fiabilité, compatibilité, connectivité et sécurité.

Windows® 7 est là pour simplifier votre PC et votre travail.

HP met à profit une expertise reconnue sur le marché professionnel pour intégrer aux ProBook la solution ProtectTools. Elle contient tous les outils nécessaires à la protection optimale de votre PC en quelques clics. HP QuickLook vous permet de consulter mails, agenda, contacts et notes sans démarrer le système.

Voyez grand pour votre vie personnelle, avec son écran HD LED 16/9 antireflet et son port HDMI, votre HP ProBook vous offre la meilleure configuration pour vos loisirs numériques. HP QuickWeb vous permet de naviguer sur internet sans démarrer le système.



hp.com/fr/voyezgrand