

JDLI

Le Journal Des Loisirs Interactifs N°208 / 1^{er} décembre 2011
www.jdli.com



Targus®

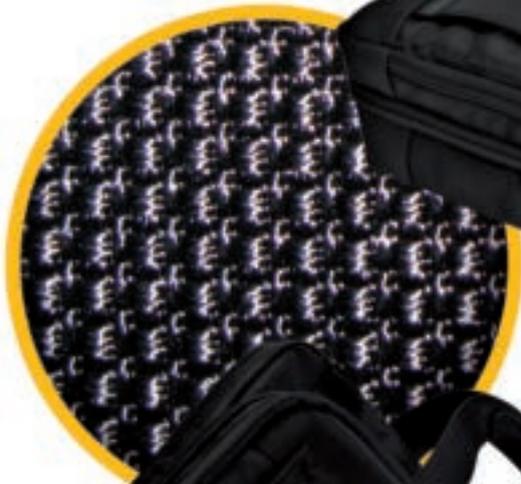
Targus®



Targus présente **REVOLUTION**

Le nec plus ultra de la protection
Style moderne, ultra léger et confortable

Nylon Balistique
militaire 2550D



REVOLUTION

- Nylon Balistique militaire 2550D, ininflammable, hydrophobe, anti-rayures, anti-tâches
- Base antidérapante hydrophobe et anti-abrasion
- Système de protection de l'ordinateur par air breveté SafePORT®
- Emplacement pour tablette avec protection en mousse et revêtement anti rayures
- Poche avant zippée avec emplacement Smartphone (avec fenêtre d'activité)
- Bandoulière Equalizer 2 en néoprène à absorption de chocs et antidérapant pour un confort ultime
- Sangle montée en diagonale pour un meilleur équilibre/distribution du poids
- Double Poignées moulées ergonomiques
- Nouvelle organisation des poches de rangement avec icônes : clés USB, carte SD, Cartes de visites, stylos, alimentation, porte-clés...
- Intérieur gris clair pour trouver facilement ses affaires
- Nombreux compartiments de rangement pour accessoires et documents avec pochette range câbles amovible
- Existe en 14" (TTL314) et 16" (TTL316)
- Garantie à vie



Click-in™ Case

- Coque rigide pour protéger le dos et les côtés de l'iPad2
- Accès à tous les ports et fonctions de la tablette
- Fermeture magnétique de la couverture frontale qui allume et éteint l'iPad2 automatiquement
- Couverture frontale repliable pour former un support facilitant le visionnement et la frappe
- Doublure intérieure en micro-suède douce pour protéger l'écran des rayures
- Existe en 3 coloris : THD004EU (noir) / THD00401EU (rose) / THD00402EU (bleu)
- Garantie à vie

Versavu™ 360°

- Mécanisme rotatif unique ; permet de pivoter l'iPad2 sur 360° sans le sortir de sa housse pour varier le mode d'affichage
- Coque rigide pour loger fermement l'iPad2
- Accès à tous les ports et fonctions de la tablette
- 2 positions de visionnement + 1 position pour la frappe
- Doublure intérieure en micro-suède douce pour protéger l'écran des rayures
- Extérieur en simili cuir
- Finition haut de gamme
- Orifice arrière laissant apparaître le logo Apple
- Référence : THZ045EU (iPad2)
- Garantie à vie



Stylets couleurs



Vuscape™

- Design ultra fin et léger
- Coque rigide pour maintenir la tablette
- Accès à tous les ports et fonctions de la tablette
- Doublure intérieure en micro-suède douce pour protéger l'écran des rayures
- 2 positions de visionnement + 1 position pour la frappe
- Extérieur en simili cuir
- Finition haut de gamme
- Disponible pour Acer iconia 500 (THZ092EU), Samsung Galaxy tab 10" (THZ151EU), Apple iPad2 (THZ044EU)
- Garantie à vie

Gaming Controller

- Compatible avec les jeux à commande tactile et joystick virtuel (type Fling)
- Facile à fixer, facile à enlever grâce aux ventouses
- Découvrez une nouvelle expérience de jeu sur tablette avec un véritable retour de force
- Convient aux tablettes multimédia de 24,6 cm (9,7") et plus
- Plastique transparent, léger et résistant
- Réf ; AMM08EU
- Garantie 2 ans



Designed for life : Yours

www.targus.com



4 JOLI 208

1^{ER} DECEMBRE 2011

Ecran 3D PlayStation : plutôt 2012



■ L'écran 3D 24 pouces que Sony Computer Entertainment devait commercialiser en Europe avant Noël ne sera probablement disponible que début 2012. Attendu à 499 euros prix conseillé avec deux paires de lunettes, cet écran 24 pouces n'est pas un téléviseur, puisqu'il est dépourvu de tuner intégré. Par ailleurs, Jim Ryan, Président de SCE Europe, a déclaré à la presse étudier la possibilité de commercialiser le catalogue de SCE par abonnement, à la façon de Spotify, c'est-à-dire en cloud. Enfin, dans une interview



à Eurogamer, Jim Ryan, a tenu à faire savoir au sujet de la prochaine génération de consoles de salon qu'il considérait « qu'il n'est pas souhaitable d'arriver sensiblement plus tard que la concurrence. » La Wii U est attendue sur l'année calendaire 2012 et d'insistantes rumeurs laissent entendre que Microsoft pourrait rapidement faire des annonces au sujet de sa prochaine Xbox.

Vers un beau Noël



■ Les méchants oracles prédisent un Noël difficile du fait de la crise. Pourtant ce n'est pas ce qui se semble se dessiner, et deux études laissent plutôt apparaître que la consommation sera présente au rendez-vous des Fêtes. Le baromètre mensuel Viavoice-BCPE réalisé pour le journal Les Echos et France Info indique que 46 % des Français pensent qu'ils dépenseront autant d'argent pour les Fêtes en 2011 qu'en 2010. 10 % en dépenseront davantage et seulement 41 % veulent faire moins de dépenses. Il y a un an, le total « autant d'argent » et « davantage » atteignait 58 %. La situation est donc stable. Les Echos mettent ces réponses en perspective avec l'enquête annuelle du cabinet Deloitte qui révélait que la somme cadeaux et sorties atteignait une dépense de 606 euros. Et pourtant 53 % des Français estiment que leur pouvoir d'achat a baissé.



Le top 10 de GfK

L'institut d'études vient de prendre publiques ses prévisions sur les ventes de produits technologiques à Noël. En volume ce sont les smartphones qui arrivent en tête. Pour François Klipfel, Directeur général adjoint de GfK Retail and Technology France, 2011 ne sera que la première année d'un long règne. Il note que pour déloger les téléphones mobiles classiques qui occupaient cette place l'an dernier, les familles de smartphones ont dû se développer par le bas, avec des modèles entre et milieu de gamme. Sur décembre, il devrait s'en vendre 1,7 million. En valeur cependant, les smartphones ne devraient tenir que la troisième place. Logiquement, ce sont les téléviseurs (plats, forcément plats) qui trônent tout en haut en valeur, d'autant qu'il ne sont que deuxième en volume. Petite surprise du point de vue des volumes, l'absence de la tablette. Elle est 11ième avec 400 000 pièces. En revanche, en valeur la tablette est bel et bien dans la première partie du top 10 (4ième). Pour leur part, les consoles de salon se situent à la cinquième place, en volume comme en valeur.



Saturn devient Boulangier

■ Suite à l'acquisition de la chaîne Saturn, filiale de l'Allemand Metro, par HTM Group (Boulangier, Alinéa, Kiabi...) débutée en novembre 2010 et finalisée en juin dernier, la trentaine de magasins a opéré sa migration vers l'enseigne Boulangier. Pour répondre aux questions des clients de Saturn au sujet de ce changement d'enseigne, le groupe distribue des dépliants explicatifs et informe sur son site Internet sur divers aspects comme le suivi des garanties, des cartes cadeaux ou avoirs... Suite à cette intégration, le groupe rappelle que Boulangier représente actuellement 130 magasins en France et emploie 8 000 collaborateurs. Le nouvel ensemble pèserait deux milliards d'euros, soit 9 % de parts de parts de marché de l'électrodomestique (électroménager, TV-Hi-Fi, vidéo, informatique). HTM Group prévoit un retour à l'équilibre en 2014 pour l'ensemble des ex-Saturn.

Les 10 catégories stars de Noël 2011 en hi-tech (en volume)

1 - Smartphones
2 - TV LCD et Plasma
3 - Téléphones mobiles classiques
4 - Casques audio
5 - APN (exaequo) Consoles de salon
7 - Baladeurs multimédia
8 - Disque durs externes
9 - Micro-ordinateur portables
10 - Consoles portables

Les 10 catégories stars de Noël 2011 en hi-tech (en valeur)

1 - TV LCD et plasma
2 - PC portables (hors netbook)
3 - Smartphones
4 - Tablettes
5 - Consoles de salon
6 - APN compacts
7 - Micro-ordinateur de bureau
8 - APN Reflex et Bridges
9 - Consoles portables
10 - Baladeurs multimédia

Apple a la cote chez les plus jeunes

Une étude Nielsen confirme l'attraction des jeunes Américains pour les appareils estampillés du logo à la pomme. Interrogés à la veille des Fêtes au sujet des produits technologiques qu'ils aimeraient le plus recevoir dans les prochains mois, ce sont trois appareils Apple qui sont cités en premier lieu : l'iPad (44% des interrogés), l'iPod Touch (30%) puis l'iPhone (27%). On trouve ensuite l'ordinateur, les « autres tablettes » mais aussi la Nintendo 3DS qui sont chacun cités par 25% des personnes interrogées.



KINECT
pour XBOX 360



Un divertissement à domicile exceptionnel

- Conversion 2D-3D instantanée
- Prise en charge des technologies 3D les plus courantes
- Amélioration de la qualité des scènes d'action grâce à AcuMotion
- Résolution Full HD

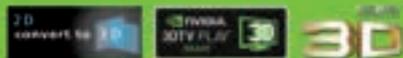
PROJECTOR
H9500BD



PROJECTOR
H5360BD

Transformez votre salon en véritable salle de cinéma, grâce à son format natif 16/9

- Compact, design laqué blanc il s'intègre partout, idéal pour le divertissement et/ou l'apprentissage
- Résolution HD ready , 720p et cadencée à 120Hz pour profiter de multiples contenus en 3D (films, TV ou jeux video)
- Grâce à son port HDMI1.4, connexion à une platine Blu-ray de salon 3D ou une PS3 en mode 3D



Trouvez votre solution projecteur sur acer.fr



Professionnel



Locaux



En voyage



Pour commencer

SOMMAIRE

6 JDLI 208

1^{ER} DÉCEMBRE 2011

MARCHÉ

8 News

SOFTWARE

14 News

16 **Interview : Ubisoft**
Jean Guesdon, Responsable de la marque Assassin's Creed

18 **Expo : Game Story**
Visite de l'exposition au Grand Palais à Paris dédiée à l'histoire du jeu vidéo

HARDWARE

24 News

28 **Interview : Nikon**
Isabelle De Oliveira, Chef de produits gamme 1

30 **Focus : 2012, une année charnière**
Passage en revue des enjeux qui se dessinent dans le domaine du hi-tech pour 2012

34 **Panorama : Hybrides, le deuxième round**
Huit appareils photo hybrides passés au crible

GUIDES

38 Hardware

40 Jeux

42 DVD vidéo / Blu-ray



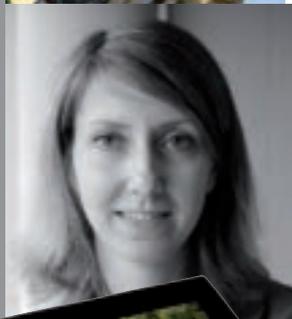
Stratégie de marque : le maître de l'univers 16

Rencontre avec Jean Guesdon, Responsable du contenu de la marque Assassin's Creed, qui supervise depuis Montréal la cohérence de l'univers de la saga en jeux vidéo mais aussi dans son aspect transmédia. Il nous détaille ce rôle clé pour l'une des propriétés intellectuelles les plus riches de l'éditeur français sur le plan scénaristique mais aussi sur celui du nombre de déclinaisons, depuis les romans jusqu'aux courts-métrages, en passant par les bandes dessinées et les jeux sur iOS.



Game Story : Le Grand Palais consacre le jeu vidéo 18

Visite de l'exposition au Grand Palais consacrée à l'histoire du jeu vidéo. Dans le cadre prestigieux du célèbre musée parisien, plusieurs dizaines de machines et jeux marquants retracent les quatre dernières décennies de jeu vidéo. Tout en développant les liens et influences avec les autres formes de divertissement comme le cinéma, la littérature... Rencontre avec Philippe Dubois, Président de l'association MO5.com et co-commissaire de l'exposition et Jean-Claude Larue, Délégué général du SELL, mécène de l'événement.



Nikon : l'hybride autrement 28

Acteur historique du reflex, Nikon aura pris son temps pour sortir ses premiers hybrides, le J1 et le V1. Misant davantage sur la compacité et la rapidité, le fabricant présente deux appareils vraiment originaux. Isabelle De Oliveira, Chef de produits gamme 1, nous détaille les spécificités des appareils et leur positionnement sur le marché.



2012 : une année charnière 30

Un dossier sur les tendances et pistes de réflexion qui se dessinent pour l'année 2012 dans l'univers du hi-tech. Une année qui s'annonce charnière, promettant son lot de mutations et questionnements dans divers secteurs : PC, Téléviseurs, 3D, nouvelles générations de tablettes... Un coup d'œil sur la boule de cristal pour prédire de quoi les prochains mois pourraient être faits.

JDLI

Ce numéro est habillé aux couleurs de Microsoft Kinect

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 Hellio : 01 41 58 58 27
phellio@microcoop.com

Secrétaire de rédaction
Guy Pichard
guy@microcoop.com

Journalistes
Benoit Dupont, Jean-Luc Marianna, Roland Marianna et Pierre Stemmelin

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
Benoit Maurice
Christophe Monfort

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.

TP-LINK®
The Reliable Choice

Connectez votre maison au monde!

Joyeux Noël

Que vous regardiez vos vidéos HD en streaming, jouiez aux jeux vidéo en ligne, ou utilisiez la VoIP pour discuter avec vos amis, soyez sûr de bénéficier d'un réseau le plus performant possible.



TL-SC4171G
Caméra de vidéo surveillance
« Pan/Tilt » sans fil

Produits connexes :



TL-PA251
Adaptateur CPL AV200+
avec prise secteur intégrée



TL-PA511
Adaptateur CPL
Gigabit AV500



TL-PA210
Mini-adaptateur CPL
AV200



TL-WN821N
Adaptateur USB sans fil
N 300 Mbps



TL-WN721N
Adaptateur USB sans
fil N 150 Mbps



TL-WA830RE
Extenseur de portée
sans fil N 300 Mbps

Adresse du bureau : TP-LINK France SARL, 16 rue Grange Dame Rose, 78140 Vélizy-Villacoublay, France
E-mail : sales.fr@tp-link.com website : www.tp-link.fr

TP-LINK est le premier fournisseur mondial de CPE sans fil et haut débit et affiche la croissance la plus importante sur le marché européen des fabricants réseaux. TP-LINK conçoit des produits fiables et de grande qualité, tout en proposant une gamme tarifaire très compétitive. Sa garantie de 3 ans est un gage de fabrication exemplaire. Copyright © 2011 TP-LINK TECHNOLOGIES CO., LTD. Tous droits réservés.

**Garantie
3 ans**



La Chine devant les Etats-Unis

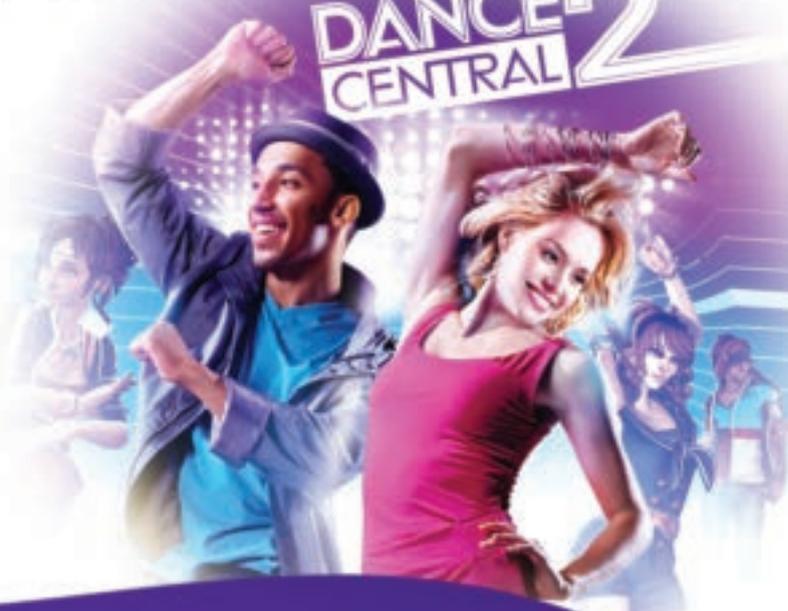
■ Les ventes de smartphones en volume ont été plus importantes en Chine qu'aux Etats-Unis au troisième trimestre selon le cabinet d'études Strategy Analytics. 24 millions, en hausse de 58 %, contre 23,3, en hausse de seulement 7 %, à trimestre comparable. Les leaders, devant les marques locales ZTE ou Huawei, sont Nokia et Samsung. Comme le rappelle le journal La Tribune, aux Etats Unis, le leader est HTC, devant Apple.

Nominations chez Koch Media France

■ La filiale française du groupe Koch Media annonce trois nouvelles nominations : Emmanuel Méléro, auparavant Chef de groupe devient Directeur marketing de la filiale française. Anne Chantreau, auparavant attachée de Presse généraliste devient Responsable du Community Management pour la France. Enfin, Paul Latrasse, qui a travaillé chez Codemasters France, rejoint l'équipe au poste de Chef de produit.

KINECT
pour XBOX 360

DANCE CENTRAL 2



UNIVERSAL MUSIC FRANCE

Universal rachète EMI



■ Vaste mouvement dans le monde de la musique : EMI Music est en passe de disparaître, racheté par Universal Music Group (UMG), filiale de Vivendi, à la banque Citygroup pour 1,2 milliard de livres sterling, soit 1,4 milliard d'euros. La banque a également cédé EMI Publishing, spécialisé dans l'édition musicale, à un consortium mené par Sony pour 2,2 milliards de dollars. Avec l'absorption de EMI par UMG, le marché mondial de la musique sera très largement dominé par trois majors : UMG, Sony et Warner. Il faut encore attendre les autorisations des autorités sur la concurrence. Pour Jean-René Fourtou, Président du Directoire de Vivendi, cette opération intervient au meilleur moment, car elle va donner naissance à « une entreprise de musique très puissante au moment où le secteur de la musique connaît un rebond ». Le rebond, c'est pour l'heure aux Etats-Unis qu'on l'observe avec un retour de la croissance soutenu par les ventes de musique dématérialisée et des abonnements à des sites de streaming. EMI, qui regroupe des labels aussi prestigieux que Capitol (Beach Boys, Sinatra...), Virgin Music, Chrysalis, et qui a vu passer les plus célèbres artistes (le catalogue des Beatles appartient à EMI) et est propriétaire des très prestigieux et très célèbres studios d'Abbey Road, à Londres. Universal s'en engage à les conserver.



Nouveau label Microïds chez Anuman

■ Détenteur de la marque historique Microïds (Still Life, Syberia, L'Amerzone), Anuman Interactive annonce le lancement d'un nouveau label décliné de ce nom bien connu des amateurs de jeux d'aventure. Microïds : Games For All va réunir « à terme toute l'activité jeu vidéo d'Anuman, hors jeux vidéo d'aventure » détaille l'éditeur. Label voué donc à regrouper des jeux pour un large public, sur de nombreuses machines (PC, Mac, iOS...), il accueillera notamment les prochains Moto Racer 15th Anniversary, XIII ou encore la nouvelle version de Barbarian. « Pour Anuman Interactive, la marque Microïds représente une décision très forte de développer notre activité jeu vidéo à l'international, dans le domaine du jeu vidéo d'aventure, mais pas seulement », explique Stéphane Longeard, Directeur général d'Anuman Interactive. « Pour cette raison, nous avons décidé de rappeler cette volonté de développement, à travers le nom de ce nouveau label ».

Les Casques Officiels Exclusifs Microsoft débarquent sur Xbox 360

POWERED BY **TRITTON**



CASQUE DOLBY SANS-FIL WARHEAD™ 7.1 SURROUND

- Transducteurs de 50mm - Design circum-aural
- Technologie sans-fil 5.8GHz sans interférence ni latence
- Pack de 2 batteries rechargeables inclus
- Fonction SVM de retour de voix
- Equaliseur Jeu, Film et Musique



CASQUE STÉRÉO SANS-FIL DEVASTATOR™

- Transducteurs de 50mm - Design circum-aural
- Technologie sans-fil 5.8GHz sans interférence ni latence
- Commandes de volume séparées pour le jeu et la voix
- Fonction SVM pour retour de voix
- Equaliseur Jeu, Film et Musique



CASQUE STÉRÉO DETONATOR™

- Transducteurs de 50mm - Design circum-aural
- Compatible lecteurs MP3 et téléphones mobiles
- Fonction SVM pour retour de voix
- Boutons rétro-éclairés pour sourdine jeu et chat vocal
- Commandes de volume séparées pour le jeu et pour la voix



CASQUE STÉRÉO SANS-FIL PRIMER™

- Technologie sans-fil 5.8GHz sans interférence ni latence
- Transducteurs de 40mm - Design supra-aural
- Commandes de volume séparées pour le jeu et la voix
- Microphone durable et flexible avec bouton de sourdine



CASQUE STÉRÉO TRIGGER™

- Transducteurs de 40mm - Design supra-aural
- Commandes de volume séparées pour le jeu et la voix
- Microphone durable et flexible avec bouton de sourdine



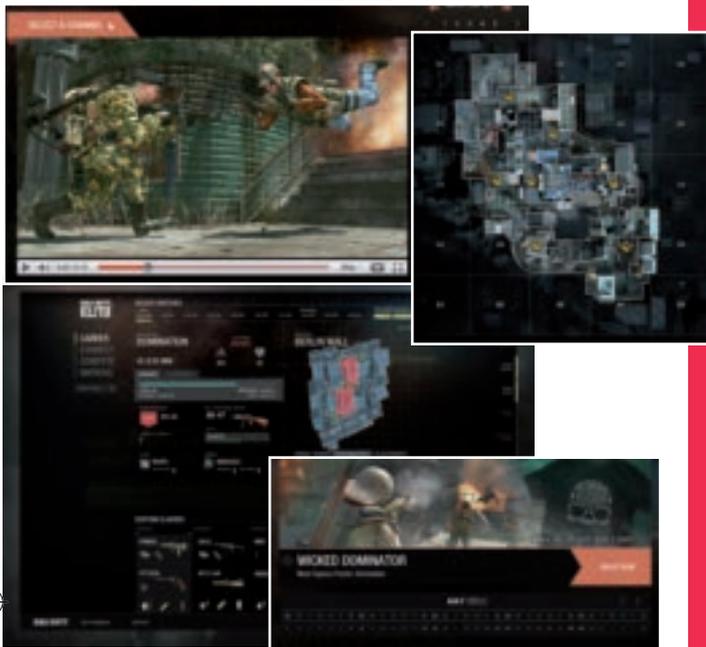
TRITTONUSA.COM

©2011 Mad Catz, Inc. Mad Catz, TRITTON, Trigger, Primus, Devastator, Detonator, Warhead, the Mad Catz logo and the TRITTON logo are trademarks or registered trademarks of Mad Catz, Inc., its affiliates and/or licensors. The shape and design of the product are a trade dress of Mad Catz. This product is manufactured under license from Microsoft Corporation. Microsoft, Xbox 360, Xbox LIVE, Xbox 360, and the Xbox logo are trademarks of the Microsoft group of companies.

DISTRIBUÉ PAR
COMTRADE



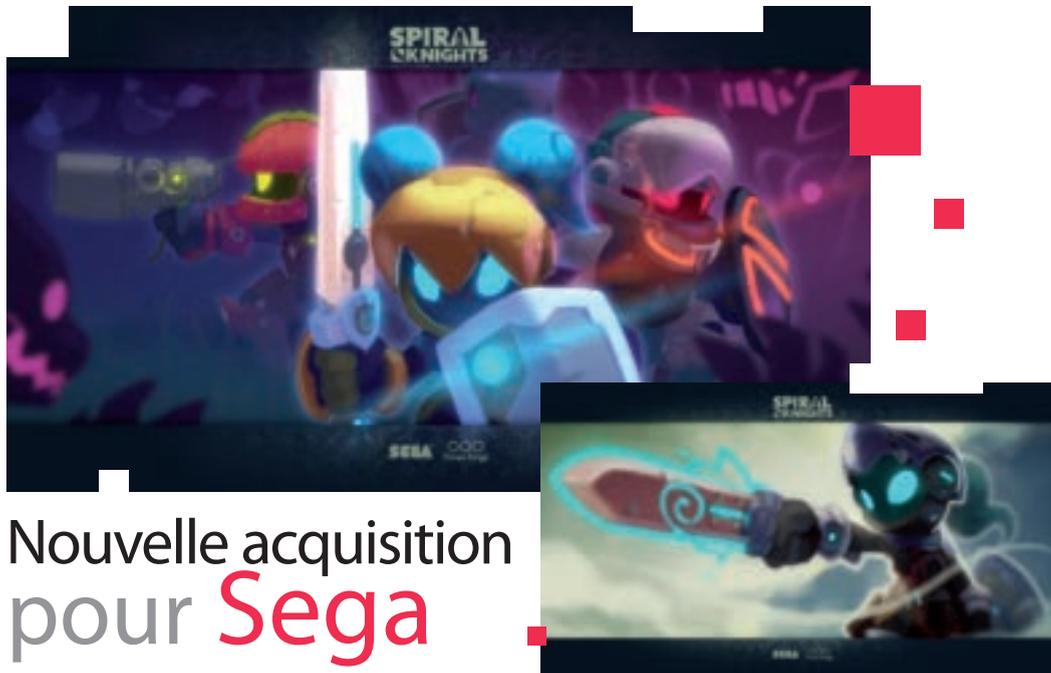
MARCHÉ
10 NEWS



Elite

engagez-vous qu'ils disaient...

■ Dans la foulée de la déferlante en magasins pour **Call of Duty : Modern Warfare 3**, Activision dresse un premier bilan du service en ligne associé, **Elite**. Selon l'éditeur américain, ce sont un million de joueurs qui auraient opté pour l'abonnement payant Premium (49,99 euros l'année) dans le monde dans les six jours suivant la sortie du jeu. Au total, quatre millions de joueurs se sont inscrits dans le monde à cette plateforme communautaire en ligne disponible sur consoles de salon et PC. Celle-ci permet notamment d'accéder en exclusivité aux contenus supplémentaires pour le jeu qui seront prochainement publiés. Selon Activision, 80 000 clans Elite ont été créés sur la période et 100 000 vidéos avaient été mises en ligne. Elite enregistrerait « plus de trois millions de connexions journalières ». Bobby Kotick, CEO d'Activision Blizzard, ne manque pas d'ambitions : « le nombre de joueurs s'étant inscrit à *Call of Duty Elite* illustre comment ce service sera amené à redéfinir le social gaming et à établir un nouveau standard dans le divertissement interactif ». Le jeu est disponible sur PC, PlayStation 3 et Xbox 360.



Nouvelle acquisition pour Sega

■ L'éditeur japonais vient d'annoncer l'acquisition du studio américain **Three Rings Design**, spécialisé dans les jeux en ligne (**Puzzle Pirates**, **Spiral Knights**). Fondé il y a dix ans, la structure est basée à San Francisco, en Californie. Cette acquisition s'inscrit dans la « stratégie d'expansion de Sega dans l'espace digital », selon le communiqué de l'éditeur. Parmi les prochains projets de la structure, outre le suivi de *Spiral Knights*, un jeu toujours massivement multijoueurs et basé sur la licence de la série TV de science-fiction *Doctor Who* (extrêmement populaire en Angleterre), développé en partenariat avec BBC Worldwide.



Xbox 360, une mise à jour à ne pas rater

■ Microsoft confirme la date du 6 décembre pour la mise à jour de sa console de salon. Au programme de cette réactualisation gratuite de la console à télécharger, le constructeur annonce une interface utilisateur entièrement revue, plus visuelle avec des menus clairs et donc une navigation globalement plus intuitive qu'auparavant. Autre grande nouveauté de cette mise à jour, celle-ci va comprendre les fonctions de commandes vocales via le capteur Kinect. En bref, il va (enfin) devenir possible de donner des instructions par la parole à la console pour accéder à ses principales fonctionnalités

ou lancer des recherches. A noter que l'interface en général a été repensée pour mieux intégrer l'usage de Kinect (repérage des mouvements) pour la navigation dans les menus. Cette mise à jour sera aussi marquée par l'apparition de nouveaux services sur la console comme Youtube pour la recherche de vidéos, Dailymotion mais aussi Allociné pour la consultation des séances et avis sur les films. Enfin, de nouvelles fonctionnalités comme le stockage en cloud (en ligne à distance) des sauvegardes de jeu et profils de joueurs sont également au programme de cette mise à jour conséquente.

S
SOUL
by Ludacris

Des années de recherche menées par les plus prestigieux ingénieurs de l'industrie audio apportent une gamme professionnelle de casques haute définition, testés et validés par les plus grands artistes et DJs, enfin disponible pour le grand public.

www.soulbyludacris.fr



SL300



SL150



SL100

CASQUES AUDIO PRO
HAUTE DÉFINITION

Création et réalisation : www.graphoblique.fr

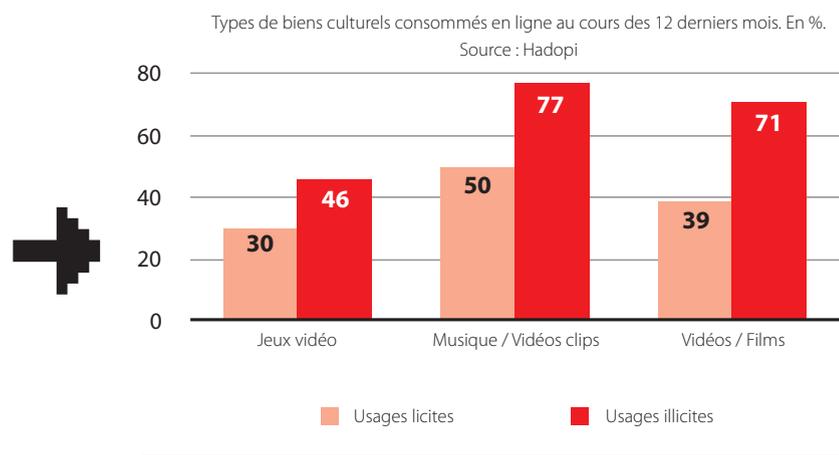


Skype et Facebook, toujours plus intégrés

Avec les nouvelles versions 5.4 pour Mac et 5.7 pour Windows, Skype s'intègre toujours plus dans l'univers Facebook. Depuis juillet, il était possible de lancer des appels vidéo sur Facebook. Désormais, il est possible de passer des appels à ses contacts Facebook avec son compte Facebook depuis Skype. Ces nouvelles versions apportent également une meilleure qualité (Mac) et des fonctionnalités de partage d'écran (Windows). Ces accords entre Skype et Facebook illustrent la volonté commune de Microsoft, propriétaire de Skype, et de Facebook de travailler étroitement ensemble. Pourquoi ? Parce qu'ils ont un ennemi commun, Google. Avec Chrome, Android et surtout la puissance de son moteur de recherche, Google fait du mal à Microsoft. Et Facebook n'entend pas que Google vienne le concurrencer sur le terrain des réseaux sociaux avec Google+, et entend bien à terme faire vaciller la suprématie de Google dans la recherche sur le Net.

Hadopi étudie le jeu vidéo

A l'occasion du Digiworld Summit organisé par l'Idate, Hadopi, l'organisme officiel en charge de lutter contre le piratage, a rendu publique une étude sur le jeu vidéo sur les réseaux. Reprenant des chiffres de l'Idate, Hadopi évalue à 38 milliards d'euros le chiffre d'affaires de l'industrie vidéoludique. Les ventes estimées de Wii + DS + 3DS sur les neuf premiers mois 2011 seraient de 17 millions de pièces, ce qui laisse à Nintendo la première place parmi les fabricants de consoles, devant Sony (11 millions de PS3 et PSP) et Microsoft (six millions). Mais ces chiffres sont en baisse d'une année sur l'autre, de 16 % pour Nintendo, 17 % pour Sony et 10 % pour Microsoft. Le relai de croissance du marché se trouve aujourd'hui du côté du dématérialisé. Sur les réseaux propriétaires (PSN, Xbox Live, et la boutique Nintendo) l'offre n'est pas toujours d'une grande jeunesse et se concentre surtout sur les séquelles de jeux AAA. Pour GfK, cité par Hadopi, le jeu dématérialisé va représenter 17 % du total.



Des prix à la baisse

Selon Hadopi, le prix moyen d'un jeu vidéo en boîte est de 37,3 euros tandis qu'à l'autre bout de la chaîne, sur l'AppStore, il est inférieur à un euro. Hadopi en déduit que la dématérialisation permet d'abaisser le prix moyen d'un jeu. On se permettra de faire remarquer que l'organisme a un peu tendance à comparer des choses qui ne sont pas directement comparables. En revanche, il constate qu'en déplaçant le curseur de la répartition des revenus vers l'éditeur et de développeur, laissant une moindre part au distributeur, la dématérialisation abaisse le prix moyen.

Piratage : le jeu souffre moins

Pour Hadopi, le jeu vidéo est moins victime de piratage que la musique et la vidéo. « L'écart de consommation de jeux vidéo en ligne entre les internautes ayant indiqué un usage licite et ceux ayant fait état d'un usage illicite est inférieur à la plupart des autres biens culturels », déclare Hadopi, mettant en avant que l'écart n'est que de 16 points entre les internautes déclarant un usage licite du téléchargement et ceux ayant téléchargé illégalement. Cet écart est de 27 points pour la musique et de 32 pour les films.

KINECT Disneyland ADVENTURES



	PC/MAC		Console		Mobile	
	Steam	DLC Gamer	Sony PSN (PS Store)	Nintendo (Wii, DS, 3DS)	BlackBerry App World	Apple App Store
Nombre de titres disponibles	1 400	1 500	450	600	4 000	63 000
Nombre d'inscrits / Base d'utilisateurs	35 millions	NC	42 millions	NC	70 millions	250 millions
Année de lancement	2002	2004	2006	2006	2009	2008

Source : Synthèse Hadopi2

KINECT pour XBOX 360

*“La Vengeance
est reine”*



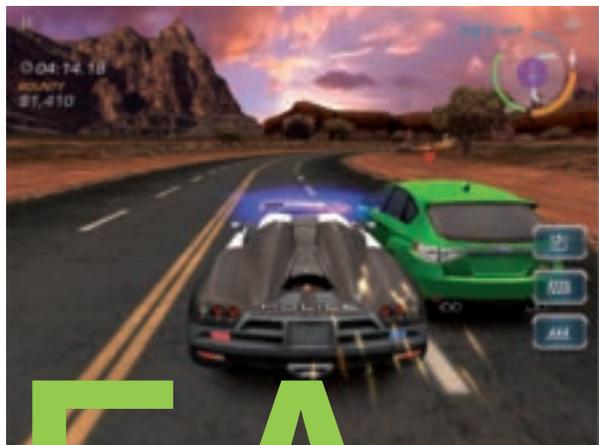
*Marie-Antoinette
et les Disciples de Loki*



PC DVD
ROM

NINTENDO DS





EA s'engage sur Android

EA Mobile, division dédiée aux jeux sur smartphones de l'éditeur américain, annonce les portages de titres emblématiques de son catalogue (notamment issus de l'univers iOS) sur appareils Android. Alors que l'adaptation de Need For Speed Hot Pursuit vient de sortir, d'autres titres sont prévus pour cet automne dont Simcity Deluxe, Monopoly ou encore Destin. L'éditeur rappelle que son catalogue sur la plate-forme comprend d'ores et déjà des références comme Dead Space 2, Madden NFL 12 et Scrabble.

Mario met le turbo



Prévu pour le 2 décembre, Mario Kart 7 sur Nintendo 3DS compte indiscutablement parmi les jeux hautement stratégiques de Nintendo sur cette fin d'année pour sa console portable. Lancée en début d'année, celle-ci a tardé à accueillir les jeux emblématiques maison mais Nintendo a passé la vitesse supérieure ces derniers temps avec Legend of Zelda Ocarina of Time, Super Mario 3D Land et ce nouvel opus de la série à succès Mario Kart. Apparue en 1992 sur Super Nintendo, cette simulation de course de karting mettant en scène la ménagerie Nintendo est depuis devenue l'une des franchises incontournables de la marque, occupant une place à part dans la logithèque des générations successives de consoles l'accueillant. Si les graphismes à la mode 3D répondent bien entendu à l'appel, la communication autour du jeu va privilégier un des fondamentaux de la série depuis ses débuts. « L'élément que nous allons mettre en avant autour de Mario Kart 7 concerne l'aspect communautaire très développé du jeu », explique Anne-Marie Baufine-Ducrocq, Chef de groupe marketing chez Nintendo France. « Mario Kart a toujours été le jeu multijoueurs par excellence où l'on peut concourir avec ses amis. Cette version accueille une dimension communautaire très importante, avec la possibilité de jouer à huit simultanément en réseau, en local ou sans fil via une connexion Internet

haut débit. Mario Kart 7 exploite aussi pleinement la fonctionnalité Street Pass de la console ». Il suffira en effet de croiser un autre joueur dans la rue pour automatiquement échanger ses records, avec possibilité de le retrouver en ligne par la suite si affinités !

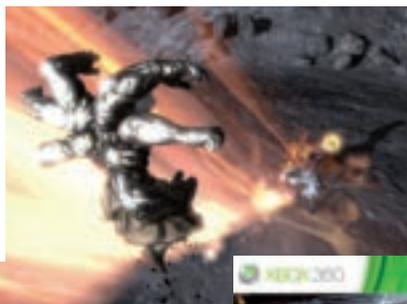
Un classique toujours dans le coup

Courses sous l'eau, planeurs au dessus des circuits, personnages en provenance de jeux mythiques de la firme (Métal Mario de Super Mario 64), armes inédites pour épicer les courses (boules de feu vers l'avant ou l'arrière) sans oublier une myriade de circuits dont 16 inédits (le Wuhu) spécialement concoctés pour l'occasion sont au programme de la cartouche. Une nouvelle caméra lors des courses, en vue cockpit, s'enclenche en sélectionnant le pilotage via les commandes gyroscopiques de la console. La communication autour du titre comprend un important dispositif média, des PLV sur les grands titres 3DS à venir mais aussi une tournée des grandes surfaces jusqu'au 24 décembre avec tournois à la clé. Quelques jours après l'autre poids lourd de la console, Super Mario 3D Land, et en même temps que Super Pokémon Rumble, la parution de Mario Kart 7 marque la volonté de Nintendo d'intensifier son planning de sorties sur la console. Sur 2012, d'autres titres emblématiques viendront nourrir la logithèque dont Resident Evil Revelations (27 janvier), One Piece Unlimited Cruise SP, Luigi Mansion 2, Kid Icarus Uprising, Metal Gear Solid Snake Eater 3D ou encore Paper Mario et Mario Tennis. A noter que plusieurs coffrets sont proposés dont l'un comprenant une 3DS blanche et Mario Land et l'autre, en version limitée, renfermant Legend of Zelda Ocarina of Time et une console à ses couleurs.



KINECT
pour XBOX 360





Nouveau
tournoi chez

Capcom



L'éditeur japonais, dont la réputation n'est plus à faire auprès des amateurs de jeux de combat, vient de publier la version Ultimate du troisième volet de Marvel vs Capcom. Disponible sur PlayStation 3 et Xbox 360, cette galette se positionne comme une version améliorée de Marvel vs Capcom 3 : Fate of Two Worlds, paru en début d'année sur les mêmes consoles. Les possesseurs de celui-ci y trouveront une douzaine de combattants supplémentaires (Phoenix Wright, Franck West de Dead Rising...), huit niveaux en plus mais aussi des modes de jeux inédits ainsi que des personnages rééquilibrés. Pour environ 40 euros, les fans de la série devraient franchir le pas, tandis que le titre sera

l'occasion pour les autres de découvrir un jeu de combat « 2D » référence ayant la particularité de mettre en scène des personnages des univers Capcom contre des figures de l'écurie Marvel, le tout bien sûr jouable en ligne. A noter qu'une version PlayStation Vita est prévue pour l'année prochaine. C'est également en 2012 que l'éditeur proposera Asura's Wrath, une nouvelle propriété intellectuelle pour un nouveau jeu d'action à la troisième personne. Capcom met pour l'occasion en place un programme de précommandes avec divers bonus à la clé, en fonction du point de vente concerné (Game, Micromania, Fnac, Amazon): packs DLC, Artbook version collector ou format manga.

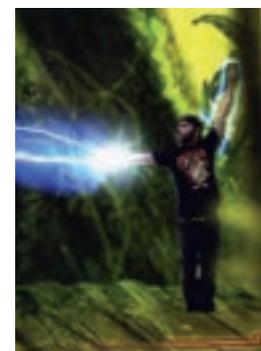
Retour dans les tropiques

Jeu de gestion plutôt décalé invitant le joueur à prendre en main la destinée d'une république bananière, Tropicopolis revient dans un quatrième opus sur PC et console. Incarnant un dictateur d'Amérique Latine, El Presidente, le joueur va veiller au bon développement de sa nation, à coups de pots de vins, magouilles et autres détournements de fonds. Ce quatrième Tropicopolis propose une campagne inédite incluant une vingtaine de missions sur 10 cartes inédites. Bâtiments inédits, catastrophes naturelles mises à jour (tornades, éruptions...) mais aussi système commercial optimisé sont au programme. Le titre est d'ores et déjà disponible en versions PC (30 euros environ) et Xbox 360 (40 euros). Le jeu est édité par Micro Application.



SOFTWARE

NEWS 15



Combats au salon

Un an après une version PlayStation 3 compatible avec la caméra de la console et distribué en digital sur PSN, le délirant Kung-Fu revient avec une version Xbox 360 spécialement concoctée pour exploiter le capteur Kinect. Le principe reste le même, invitant le joueur à participer à des combats à l'écran en mimant les coups devant le capteur, son image étant directement intégrée dans le jeu. Un mode histoire permet de se retrouver projeté dans une véritable bande dessinée et d'autres sections du jeu proposent de créer de toutes pièces ses propres scènes. Des fonctions multijoueurs répondent aussi présents avec la possibilité jusqu'à quatre joueurs de diriger à la manette des ennemis avec l'objectif de terrasser le joueur filmé. Edité par BigBen, Kung-Fu High Impact doit être disponible depuis le 25 novembre.





Stratégie de r le maître de l'univers

Entretien avec

Jean Guesdon,
Responsable contenu de
la marque Assassin's Creed



JDLI : En quoi consiste précisément votre poste ?

Jean Guesdon : Contrairement à ce que mon titre peut laisser entendre en évoquant la « marque » Assassin's Creed, je travaille moins sur l'aspect marketing pur que sur le contenu même puisque je suis responsable de la cohérence de l'ensemble de la franchise. Je fais le lien entre les différentes créations Assassin's Creed, qu'il s'agisse de jeux vidéo bien sûr mais aussi de bandes dessinées, de comics books, de romans, de courts-métrages... Mon rôle, avec les personnes de l'équipe « marque » est de m'assurer que les différents créateurs qui travaillent sur l'univers Assassin's Creed respectent les fondamentaux de la marque et qu'en cas de création d'une nouvelle composante, celle-ci s'inscrive définitivement dans la « bible » de l'univers. On minimise tous risques d'incohérence tout en maximisant les opportunités de références croisées entre médias. Je travaille avec au minimum deux à trois ans d'avance minimum sur l'actualité. Cela nous permet de développer l'univers

Depuis plusieurs années, Jean Guesdon est en charge de la cohérence de l'univers Assassin's Creed à Ubisoft Montréal. Un rôle stratégique pour l'une des licences les plus transmédia de l'éditeur français qui se décline en bandes dessinées, comics, romans, courts-métrages, jeux iOS, produits dérivés... Il nous dévoile la manière dont cet univers se construit au fil des années. Par Patrick Helliou

Assassin's Creed dans sa globalité, sachant qu'il s'agit ni plus ni moins que de l'Histoire de l'humanité. Nous explorons progressivement ce matériau, nous avons déjà abordé plusieurs périodes comme la Troisième Croisade, la Renaissance, la Russie Impériale, une partie de l'action se déroule également en 2012...

Depuis combien de temps travaillez-vous sur la série ?
Mon poste a été créé à la suite du développement d'Assassin's Creed 2. Je travaille personnellement sur la série depuis cinq ans : j'ai rejoint l'équipe du premier titre fin 2006, en fin de production donc, au poste de manager de production. Au moment de la conception du deuxième opus, je me suis ensuite chargé de game design en amont.

L'une des particularités de la série est de marier réalités historiques et fiction. Comment gérez-vous cet aspect ?

Nous partons du postulat de base des réalités historiques comme les dates, événements, personnages réels que nous respectons le plus possible... mais le message est qu'Assassin's Creed permet de découvrir la « vérité » sur ce qui s'est réellement passé et c'est là où la composante fictive apparaît. C'est de la fiction historique, dans laquelle nous jouons avec les zones d'ombre laissées dans l'Histoire. Nous travaillons, pour chaque création de l'univers Assassin's Creed, avec des historiens qui nous renseignent pour chaque période traversée et nous assurent de la pertinence de nos interprétations. Cela se concrétise par exemple dans la représentation des villes que nous souhaitons les plus fidèles aux ambiances d'époque.

Y a-t-il véritablement une ambition culturelle autour de la série ?

Absolument. Assassin's Creed reste avant tout du divertissement mais que nous souhaitons de qualité et comprenant dans ce sens une vraie dimension culturelle. Nous souhaitons apporter quelque chose de plus aux joueurs, comme les faire réfléchir par exemple autour des messages du jeu (« ne croyez pas tout ce qu'on vous dit,

interrogez le dogme »). Concrètement, nous incluons aussi une encyclopédie au sein du jeu, informant le joueur sur les personnages réels qu'il rencontre et endroits qu'il visite. En tant que marque, l'univers Assassin's Creed développe aussi son influence sous d'autres formes comme par exemple l'exposition Artludik à Paris l'année dernière.

A quel moment intervenez-vous dans le cadre du développement d'un jeu ?

Assez en amont afin justement de définir où nous souhaitons emmener la marque. Le plus tôt possible, il s'agit de défricher, avec les scénaristes, les grandes lignes, thématiques et personnages du prochain opus. Sur un développement, il est important de ne pas laisser trop longtemps des doutes, des incertitudes planer sur l'univers car cela peut être dangereux pour la réussite du projet. J'interviens surtout au moment de la conception du jeu puis début de la préproduction où il s'agit de briefier les créatifs et, par la suite, un suivi du projet via les équipes de production. Sur Assassin's Creed Revelations, nous avons travaillé cinq mois sur la conception du jeu avant de lancer la production en elle-même.

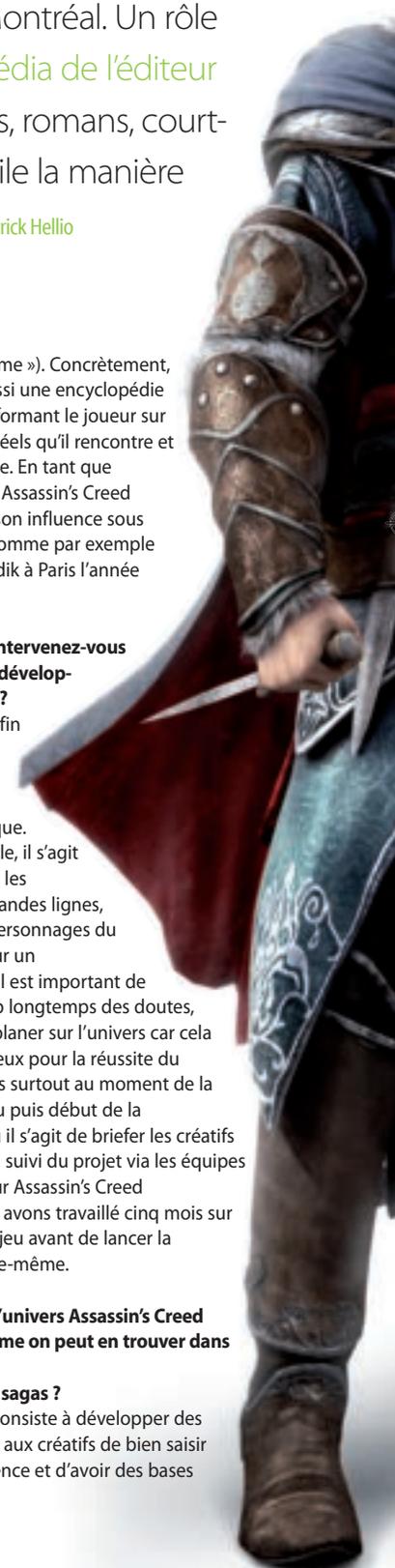
Une « bible » de l'univers Assassin's Creed existe-t-elle, comme on peut en trouver dans le cinéma

pour les grandes sagas ?

Oui, mon travail consiste à développer des outils permettant aux créatifs de bien saisir l'univers de la licence et d'avoir des bases



Tournage des courts-métrages Lineage aujourd'hui d'Assassin's Creed 2



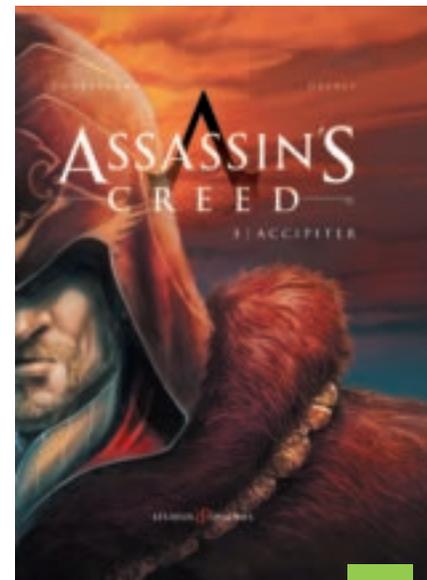
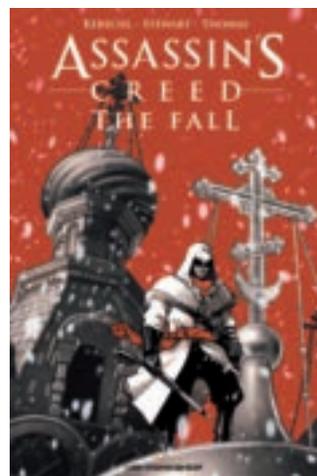
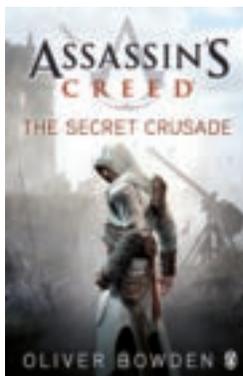
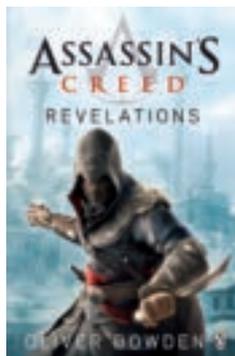


SOFTWARE

INTERVIEW 17

JEAN GUESDON

marque :



solides faisant office de références. Nous élaborons une bible Assassin's Creed qui est en perpétuelle évolution à mesure du développement de l'univers. Elle intègre bon nombre d'éléments en rapport avec cet univers qui ont été fixés pour le consolider mais qui n'ont pas encore été mis en scène dans un média... et ne le seront peut-être jamais ! Je pense par exemple à des informations concernant la machine Animus (machine centrale du récit, permettant d'explorer les souvenirs de ses ancêtres, ndr). Il faut donner des repères pour accompagner les créatifs, sans pour autant écrire à l'avance toute l'histoire de la série car cela brimerait leur inventivité. L'objectif est aussi que des créateurs externes s'approprient l'univers pour apporter leur pierre à l'édifice. Quand on donne le feu vert à une nouvelle page de l'univers Assassin's Creed, dans un jeu ou autre média, on « gèle » alors ces données qui deviennent des réalités fixées pour l'ensemble de la franchise. Et pourront donc être évoquées dans d'autres médias par la suite. Le comic book The Fall, par exemple, a permis dernièrement d'introduire un nouveau personnage contemporain, Daniel Cross, revivant les actions de son ancêtre Nikolai Orelou en Russie Impériale. Les auteurs avaient envie de travailler autour de l'environnement d'Assassin's Creed 2 mais aussi de citer des événements comme l'explosion de Tunguska en 1908. Ces éléments font désormais partie de la bible de l'univers Assassin's Creed.

Un message stipule au lancement de chaque jeu que la production est assurée par des personnes d'origines et croyances diverses. Cela s'applique-t-il à toutes les productions autour de la marque ?

Cela reste un message associé aux jeux mais il correspond aussi pleinement aux contenus sur les autres médias comme la BD, les romans... Il avait été décidé de l'afficher au lancement du premier opus étant donné l'aspect sensible de la thématique. Cela a été conservé au fil des jeux car ce message représente assez bien l'esprit dans lequel la série est développée :

nous cherchons à éviter par exemple un antagonisme trop manichéen opposant bons contre mauvais en développant un univers plus subtil. Les Templiers, comme les Assassins, estiment œuvrer pour des raisons louables et rien n'est blanc ou noir dans cet univers... Et puis, concrètement, le message reflète bien la réalité de nos plateaux de productions où des artistes de tous horizons se retrouvent effectivement autour d'un projet commun.

D'autres éléments définissent-ils la série, en dehors de cette cohérence de l'univers ?

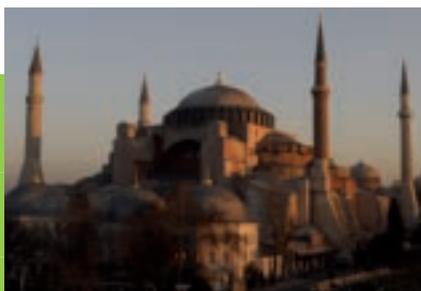
Tout à fait, outre une histoire, Assassin's Creed c'est aussi un traitement visuel, une exigence de qualité à tous les niveaux... Il y a plusieurs standards qui font la série comme le look des personnages (capuche de l'assassin), les couleurs, les poses des maîtres assassins par exemple lorsqu'ils dominent la ville en hauteur, le saut de la foi du haut des bâtiments... En tant que responsable de la marque, mon rôle est de m'assurer de la transmission de tous ces fondamentaux de la marque sur chaque itération de la série.

L'univers de la marque a-t-il des limites ?

Pas vraiment, plutôt des règles que nous nous donnons à respecter comme par exemple le principe de la transmission des souvenirs par ADN. Dans la mesure du possible, nous cherchons à rester dans le domaine du plausible en misant plus sur de l'anticipation que de la science-fiction à proprement parler. Des expériences récentes ont prouvé la possibilité de percevoir, même approximativement, visuellement les rêves de quelqu'un... Notre documentation, nous la puisons dans les ouvrages d'histoire... et de science !

Repérages

Directeur créatif, scénariste, directeur artistique et directeur audio se rendent sur place une semaine pour s'imprégner de la ville du prochain jeu. Ici, l'actuel musée Sainte-Sophie à Istanbul, en repérage puis dans le jeu.

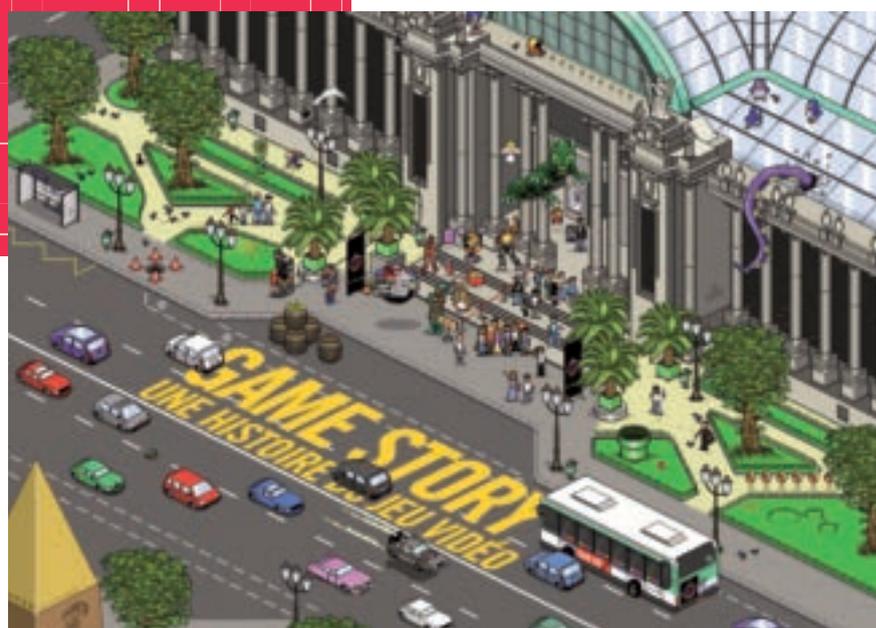


SOFTWARE
18 EXPO

Le Grand Palais

consacre le jeu vidéo

Depuis début novembre et jusqu'au 9 janvier 2012, l'histoire du jeu vidéo a pris ses quartiers au Musée du Grand Palais à Paris avec une exposition, *Game Story*. Voilà qui constituera, indiscutablement, une date dans la reconnaissance du jeu vidéo en tant que patrimoine mais aussi dans sa (re)présentation auprès du grand public. Par Patrick Helliou





Palais



Quatre médiateurs sont en charge de l'accueil du public



La scénographie de Game Story est signée Antoine Plazaneţ, Fabrique 66

Après le Musée des Arts et Métiers l'année dernière, le jeu vidéo poursuit sa visite des hauts lieux culturels parisiens en s'installant cette fois-ci au Grand Palais. C'est dans la Galerie sud-est, nouvellement rénovée, que l'exposition prend place. Game Story s'inscrit dans la continuité du Muséogames du CNAM en se penchant sur l'histoire du jeu vidéo via une galerie de consoles et jeux emblématiques des quatre dernières décennies. De l'emblématique et pionnière borne d'arcade Pong aux consoles haute définition, les figures marquantes du média répondent présentes. L'occasion de réunions poignantes entre machines autrefois sujets de concurrence acerbes (Amstrad CPC 6128 et Commodore 64, Amiga 500 et Atari ST, Megadrive de Sega et Super Nintendo...) communiant ici dans un même projet de préservation de la mémoire collective du jeu vidéo. Là aussi, les

bornes sont toutes jouables et permettent de se plonger dans autant d'expériences de jeu « historiques » (Mario, Sonic, Pac-Man, Rayman mais aussi Double Dragon, Goldeneye, Crazy Taxi, Alone in the Dark, Wing Commander 3...) d'autant plus immersives qu'elles se font par le biais des contrôleurs et manettes d'époque, pré-requis pour les amateurs de retrogaming et précieux d'authenticité archéologique pour les néophytes. C'est à nouveau l'association MO5.com, dédiée à la conservation du patrimoine du jeu vidéo, qui fournit le précieux matériel. « Sur toute l'exposition, on compte une seule émulation. Tous les jeux fonctionnent sur les machines originales », souligne un représentant de l'association. ■ ■ ■

KINECT
pour XBOX 360

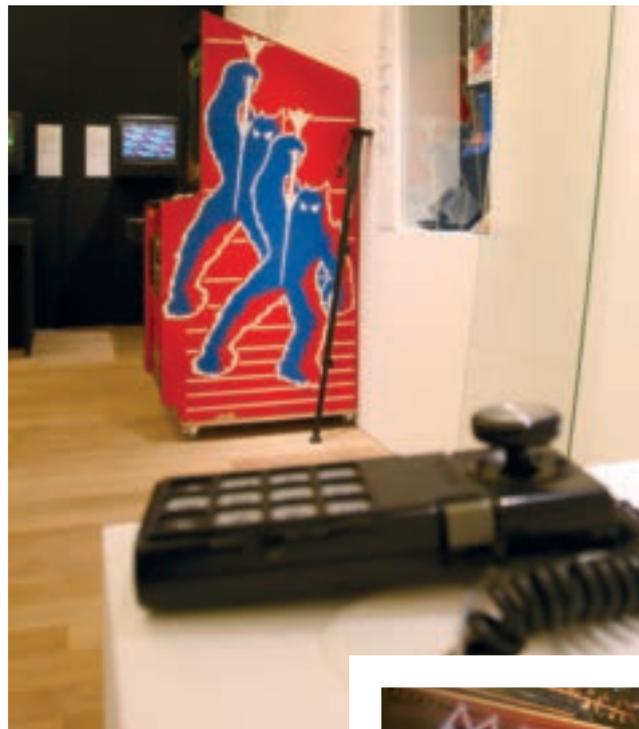




« Nous disposons de plusieurs exemplaires des machines les plus fragiles pour pouvoir réagir en cas de panne ». Il faut bien reconnaître que l'âge vénérable de certaines machines (30 ans voire plus pour certaines) incite au respect. Mais l'heure n'est pas au recueillement mais au jeu, manette originale en main !

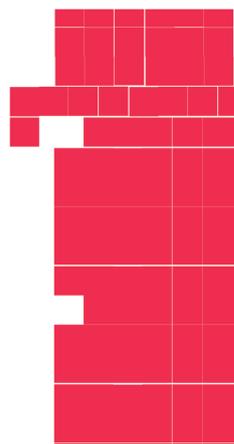
Jeu vidéo et pop culture

Hormis le prestige de l'endroit, quelle est donc la valeur ajoutée de Game Story vis-à-vis des précédentes manifestations ? Elle tient sans conteste dans l'effort fourni ici pour systématiquement tisser des liens, au fil de l'exposition, entre ces temps forts de l'histoire du jeu vidéo et le contexte culturel propre à chaque époque. En bref, restituer le jeu vidéo au sein du paysage global du divertissement et de l'actualité. Cinéma (Alien, Star Wars, Dracula par la Hammer Films, Conan le Barbare, Rambo, Starfighter...), séries TV (Deux Flics à Miami), littérature (Tolkien, Lovecraft), bande dessinée, jouets et jeux (Les Maîtres de l'Univers, Donjons et Dragons) chacun associés à des jeux



Game Story en textes et photos

Commercialisé sur place ainsi que dans certains points de vente, l'impressionnant pavé Game Story (372 pages, 35 euros) propose entre autres de retrouver les temps forts de l'exposition. Richement illustré, le volume se penche également sur des jeux vidéo marquants des 40 dernières années via une approche chronologique et met en évidence les échanges réciproques qui se sont tissés avec les autres industries du divertissement.



KINECT
pour XBOX 360





Questions à

Philippe Dubois,

Président de l'association MO5.com
Co-commissaire de l'exposition Game Story, avec Jean-Baptiste Clais

JDLI : Comment l'idée de cette exposition a-t-elle vu le jour ?

Philippe Dubois : A l'origine, elle est née d'une rencontre avec Jean-Baptiste Clais, conservateur au musée des arts asiatiques Guimet, autour du projet d'une exposition sur le thème des mangas. Très vite, l'idée de consacrer un événement à l'histoire du jeu vidéo ici-même, au Grand Palais, s'est dessinée. Le fait qu'une thématique sur le jeu en général se prépare, avec notamment l'exposition Des Jouets et des Hommes qui se tient jusqu'au 23 janvier prochain mais aussi Jours de Fêtes, dédié aux manèges (16 décembre au 2 janvier) constituait l'occasion idéale pour donner une place au jeu vidéo dans cette institution. D'autant plus que Des Jouets et des Hommes se conclue par une évocation du jeu vidéo... et invite donc naturellement à une visite de Game Story !

En quoi Game Story se distingue-t-il des précédentes manifestations du genre ?

Tout d'abord le lieu bien sûr ! Avec le Grand Palais, le jeu vidéo entre dans une adresse prestigieuse dans le domaine de la Culture, qui fait partie de la RMN et qui a toute capacité à s'adresser au grand public. C'est loin d'être la première manifestation sur laquelle nous travaillons puisque nous avons participé à plus de 90 expositions depuis les débuts de MO5.com... Mais pour la première fois ici, nous posons les bases pour expliquer au public comment l'histoire du jeu vidéo s'inscrit auprès des autres productions culturelles comme le cinéma, la littérature, la bande dessinées... et

les influences réciproques qui se développent depuis plusieurs décennies. Beaucoup de grands créateurs de jeux vidéo comme par exemple Hideo Kojima (Metal Gear Solid) ou Chris Roberts (Wing Commander) ont évoqué combien le cinéma avait compté dans leur manière de développer leurs jeux. On évoque donc cinéma, séries TV, comics mais aussi littérature et bande dessinée au fil de Game Story. L'objectif est de resituer la place de plus en plus importante prise par le jeu vidéo dans la culture populaire au cours des quatre dernières décennies.

Après Muséogames au Musée des Arts et Métiers l'année dernière, le jeu vidéo confirme sa reconnaissance auprès des institutions. Aurait-on pu imaginer Game Story il y a cinq ans ?

Non. C'est simple : en 2004, les institutions commençaient tout juste à se demander s'il existait bien un patrimoine vidéoludique ! Les deux années qui ont suivi ont conduit à définir plus précisément ce en quoi consistait ce patrimoine et c'est seulement en 2008/2009 que les premières manifestations au sein des institutions se sont mises en place : BNF, CNAM... On peut considérer qu'une étape a été franchie en avril 2010, lorsque le ministre de la Culture et de la Communication a reconnu lors d'un discours à Lille que le jeu vidéo avait une histoire, un patrimoine et qu'il était temps de le valoriser. Le coup d'envoi de Game Story au Grand Palais sonne donc aujourd'hui comme une consécration pour le jeu vidéo et son histoire.

La France est-elle en retard dans ce domaine ?

Oui, surtout lorsque l'on pense à ce qui existe dans les autres pays. Aux Etats-Unis, par exemple, le jeu vidéo a très tôt figuré dans des musées : l'informatique fait vraiment partie de la culture du pays. Jusqu'à aujourd'hui, nous avons été contraints de freiner nos relations avec les autres pays comme le Japon, l'Espagne ou encore l'Allemagne qui profite d'un musée permanent dédié à l'histoire du jeu vidéo, faute de moyens. Actuellement, nous avons besoin de moyens supplémentaires pour poursuivre au mieux la mission que nous nous sommes donnés à la création de l'association, au milieu des années 90, qui est de conserver et valoriser le patrimoine du jeu vidéo. La prochaine étape, sur laquelle nous travaillons depuis des années, sera de proposer une exposition permanente en France sur l'histoire du jeu vidéo.

« Restituer le jeu vidéo au sein du paysage global du divertissement et de l'actualité. »



SOFTWARE
22 EXPO



Power Glove, ROB, Zapper :
quelques accessoires rares
de la NES de Nintendo



aux univers proches ou directement adaptés sans oublier des coupures de presse d'époque (Tilt): l'exposition s'efforce de rendre compte de ces interactions ponctuelles ou thèmes partagés qui ont régit ces quatre décennies de coexistence entre le jeu vidéo et les autres médias. Un angle intéressant puisqu'en contextualisant l'histoire du jeu vidéo, l'exposition dresse également l'histoire de l'imbrication du média au sein de la culture pop. De quoi fournir des repères précieux aux non initiés ou aux amateurs d'études génétiques d'une œuvre...

Une étape importante

Inaugurée le 10 novembre, l'exposition est en place jusqu'au 9 janvier 2012. Divers partenariats ont été signés autour de cet événement dans lequel le Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs (Sell) s'est également investi (principal sponsor) dont l'opérateur Orange mais aussi divers médias grand public (Le Monde, Les Inrockuptibles, Skyrock...). Le coup d'envoi de Game Story a profité d'une couverture médiatique massive (quotidiens nationaux, TV, sites Web...), soutenue notamment par la présence du Ministre de la Culture Frédéric Mitterrand. « C'est un média qui a une histoire, il a donc un patrimoine qu'il faut mettre en valeur, afin qu'on puisse le consulter » a-t-il ainsi déclaré dans une interview donnée au quotidien 20 Minutes. Toute enthousiasmante que soit cette exposition temporaire, l'idéal sera à terme de profiter d'un endroit permanent dédié à l'histoire du jeu vidéo. D'autant que les défis s'annoncent nombreux pour l'avenir de la conservation du jeu vidéo, avec des machines de plus en plus complexes et donc fragiles mais aussi face à des systèmes toujours plus connectés avec une part grandissante de contenus dématérialisés.



Version originale d'Alone In The Dark (1992)



Double Dragon sur Sega Master System





SELL

véritable. Rendons hommage à MO5.com qui fait en France un formidable travail dans ce domaine.

Ces dernières années le Sell a toujours pris soin de se tenir à distance de la notion de produits culturels, préférant mettre en avant la dimension industrielle du jeu vidéo. Faut-il voir dans la collaboration avec la RMN un changement de volonté politique ?

Vous savez bien qu'en France l'exception culturelle veut dire, et souvent hélas, financement par la taxe. D'où notre résistance ! En effet les subventions de toutes sortes font perdre le contact avec le public. C'est une drogue douce qui devient vite une drogue dure qui isole de la réalité et favorise le renfermement sur soi et le phénomène de l'« artiste incompris ». Nous sommes à l'exact opposé : nous sommes ouverts à tous les vents et ne nous en plaignons pas. Notre politique n'est pas la quête éperdue des subventions.

Alors que la TVA sur les livres a été rehaussée à 7 % et que l'Etat cherche à réduire son déficit coûte que coûte, pensez-vous toujours d'actualité la revendication des éditeurs de jeux vidéo de voir baisser la TVA sur les jeux. N'est-ce pas un vain combat ?

J'ai toujours été un pragmatique réaliste. Nous sommes tous au courant de la situation économique. Ce serait se bercer d'illusions que d'imaginer les pouvoirs publics à l'écoute d'une revendication sur le taux de TVA. Mener un combat sans espoir de succès à court ou moyen terme est en effet un peu vain et il y a bien d'autres domaines dans lesquels le Sell peut avoir une action efficace. Concentrons-nous là-dessus. Maintenant, vous pouvez être certain que si l'on voit s'opérer un mouvement vers une baisse de la TVA pour des industries comme le cinéma ou la musique, qui sont vraiment de proches cousins du jeu vidéo, le Sell saura monter au créneau très énergiquement pour défendre les intérêts de ses membres mais surtout des 28 millions de joueurs français. Je n'imagine pas un instant que les responsables politiques tiennent à

l'écart de la législation le marché le plus dynamique parmi les biens d'entertainment en France. Si le livre, le cinéma et la musique devaient bénéficier du même taux de TVA réduit, il ne saurait en être autrement pour le jeu vidéo.

En entrant au musée, le jeu vidéo trouve-t-il une nouvelle honorabilité ?

C'est incontestablement une étape importante qui a été franchie par notre industrie en termes de reconnaissance. Il y a des choses que l'on ne pourra plus jamais dire sur le jeu vidéo après Game Story, d'autant plus que l'exposition rencontre un vrai succès auprès du public, a eu une couverture presse incroyable et que le ministre de la Culture, Frédéric Mitterrand a eu des paroles fortes pour lesquelles notre industrie doit le remercier.

Très peu d'auteurs sont mis en avant dans cette exposition. Est-ce une lacune ? La starification des auteurs est-elle la prochaine étape ?

Le parti pris de Game Story n'était pas celui-là. Jean-Baptiste Clais, le co-commissaire de l'exposition a fait un superbe travail auquel je tiens à rendre hommage.

L'idéal serait de disposer d'un musée permanent pour le jeu vidéo. Qu'en pensez-vous ?

Que c'est une bonne idée et qu'après le succès de Game Story que ça se fera. On monte l'escalier marche après marche, non ?

A titre personnel, en lançant le Cdi de Philips, imaginiez-vous qu'il ferait un jour partie d'une exposition au Grand Palais ?

Absolument pas !!!! Et pour vous dire la vérité il y a même deux ou trois ans je n'aurais pas pensé le revoir un jour ! Merci aussi à mes amis de Microsoft Nintendo et Sony qui m'ont suivi dans ce projet et ont permis que cette exposition puisse se faire en apportant une forte contribution.

Questions à

Jean-Claude Larue,

Délégué général du Sell, le Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs

JDLI : Le Sell est présenté comme le principal mécène de cette opération. Quel a été précisément son rôle ?

Jean-Claude Larue : A partir du moment où la Réunion des Musées Nationaux souhaitait monter l'exposition Game Story sur l'histoire du jeu vidéo, le Sell a décidé d'aider à ce que ce projet se concrétise en étant le sponsor principal. Il faut souligner que c'est une première mondiale ! Certes il y a déjà eu des expositions sur notre industrie mais jamais le jeu vidéo n'avait franchi les portes d'un des plus grands musées du monde, une référence indiscutable.

Quel regard portez-vous sur la notion de patrimoine du jeu vidéo ?

Toute industrie de création doit conserver son patrimoine car c'est la seule manière de voir si on a affaire à une mode ou si, au contraire, la création se développe, s'enrichit, innove et devient ainsi un art

Quelques conférences

Plusieurs conférences autour de l'histoire du jeu vidéo sont prévues dans le cadre de Game Story. L'Histoire du Jeu vidéo par Philippe Dubois de MO5.com (1er et 15 décembre à 20 heures), Hits des Jeux vidéo dans la presse spécialisée par Yves Breem (8 décembre et 5 janvier à 20 heures) sans oublier les lundis du Grand Palais avec divers thématiques au programme (Le jeu vidéo, un nouvel art ? le 5 décembre, 30 millions de joueurs en France : tous accros aux jeux vidéo ? le 12 décembre et la question du jeu en réseau le 19 décembre).



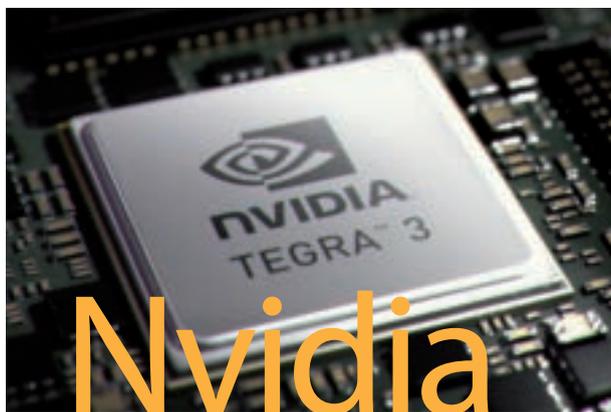
KINECT
pour XBOX 360





Motorola au régime

■ **Après une Xoom réussie techniquement mais bien trop chère, Motorola revient avec deux nouvelles tablettes. La Xoom 2 utilise un écran de 10,1 pouces et elle est plus fine (8,8 mm) et plus légère (600 grammes) que la précédente. Elle abandonne également le Tegra 2 en faveur d'un processeur double-cœur cadencé à 1,2 GHz d'une marque encore indéterminée. La Xoom 2 Media Edition reprend les mêmes caractéristiques avec un écran de 8,2 pouces. Les deux tablettes seront livrées avec Android 3.2 mais devraient recevoir rapidement une mise à jour vers Ice Cream Sandwich, la version 4.0 du système d'exploitation. Ces deux tablettes devraient être disponibles au premier trimestre 2012 à un tarif encore inconnu.**



Nvidia

Tablette sous stéroïdes

■ **Après avoir dominé le marché des tablettes Android avec son Tegra 2, Nvidia à présente sa nouvelle génération nommée Tegra 3. Si le nom ne fait donc pas dans l'original, on ne peut pas en dire autant de la technologie. Principal changement, on passe de deux à cinq cœurs. Quatre cœurs principaux cadencés à 1,5 GHz garantissent des performances maximales et un cœur additionnel basse consommation s'occupe des tâches de fond. Déjà, le Tegra 3 signe un gain de puissance phénoménal, Nvidia parle de performances multipliées par cinq et équivalentes à celles d'un processeur PC haut de gamme d'il y a quatre ans. De plus, il consomme moins d'énergie que le précédent. Pour cela, chaque cœur sera utilisé en fonction des besoins et pourra même l'éteindre totalement s'il n'est pas utilisé. Asus sera le premier à intégrer ce processeur dans sa tablette Transformer Prime. Le principe d'une station d'accueil avec clavier est conservé mais le tout devient plus fin. La tablette devrait être disponible à la fin de l'année pour 599 euros en 32 Go avec le clavier.**

Panasonic

La 3D, vraiment

■ **Panasonic lance deux nouveaux appareils photo : le Lumix 3D1 et le GX1. Le 3D1 est un petit compact à double optique capable de prendre aussi bien des photos que des vidéos en 3D native. Il est équipé de deux objectifs ultra grand-angle de 25 mm, d'un double zoom optique 4x avec stabilisation et de deux capteurs 12 Mpixels. Le système de double capteur présente aussi des avantages en 2D. Il est ainsi possible de réaliser simultanément deux photos ou deux vidéos distinctes avec des réglages différents. Ainsi, on peut saisir un paysage au grand-angle avec le premier objectif tout en zoomant sur une partie spécifique de la scène avec le deuxième. L'utilisateur peut ainsi prendre simultanément deux points de vue de la même scène ! Le Lumix DMC-3D1 sera disponible courant décembre au prix de **499 euros**. Succédant au GH1, le Panasonic GX1 est un hybride expert qui reprend certaines caractéristiques phares de son aîné. Il sera**



accompagné du zoom motorisé Lumix GX 14-42 mm qui a la particularité d'être très peu encombrant au repos. Le GX1 est équipé d'un écran tactile de 3 pouces et d'un capteur 16 Mpixels au format 4/3 capable de photographier jusqu'à 12 800 ISO. Le Panasonic GX1 sera disponible avant la fin de l'année au prix de **800 euros.**

Loewe



Format réduit

■ **Loewe présente deux nouveaux téléviseurs : les Connect 22 SL et 26 SL. Disponibles en finition blanc laqué, aluminium ou noir laqué, ils peuvent être fixés au mur ou installés sur un pied. Ces écrans sont dotés d'une dalle LCD LED Full-HD et peuvent être connectés au réseau domestique pour accéder à tout le contenu numérique de la maison. Par ailleurs, Le portail MediaNet propose une sélection de contenus thématiques et personnalisés avec des Web-radios, un service de musique à la carte et un accès direct aux applications telles que Facebook, Twitter, Napster, Dailymotion. Les mises à jour logicielles se font automatiquement par Internet venant enrichir le téléviseur de nouvelles fonctions, de compatibilité avec de nouvelles normes ou d'une compatibilité avec de nouveaux formats audio et vidéo. Les TV Connect 22 SL (56 cm) et 26 SL (66 cm) sont disponibles à partir de **699 euros**.**

Le CES de Las Vegas dans les meilleures conditions



Pink Sky Travel vous propose
ces forfaits voyage tout inclus



Chambre individuelle	Chambre double	NOS FORFAITS VOYAGES*
1695 €	1475 €	CIRCUS CIRCUS 3*** Supérieur Un hôtel casino au bon rapport qualité/prix sur le thème du cirque !
2075 €	1675 €	TREASURE ISLAND 4**** Sur le thème des pirates et des sirènes. Un hôtel situé sur le Strip à côté du grand Shopping Fashion Show Mall.
2150 €	1750 €	MGM 4**** Supérieur L'un des hôtels les plus grands du monde, avec d'excellents restaurants. Accès direct au salon en 9 minutes par le monorail.
2270 €	1799 €	MIRAGE 4**** Supérieur Un hôtel au thème exotique et tropical avec de très bons restaurants et une ambiance chaleureuse. Un oasis en plein désert.
2150 €	1750 €	PLANET HOLLYWOOD 4**** Le glamour est de retour ! L'hôtel propose plus de 2500 chambres ultra chics en plein coeur du Strip.
2395 €	1855 €	CAESARS PALACE 5***** Luxe L'un des hôtels les plus mythiques de Vegas... Une véritable réplique de la Rome Antique ! Logement dans les plus belles chambres de la Tour Augustus.
2455 €	1890 €	VENETIAN - PALAZZO 5***** Luxe Le luxe à l'italienne... Venise et ses gondoles comme si vous y étiez. Logement uniquement en suites, avec coin salon, bureau et fax.
2495 €	1895 €	WYNN - ENCORE RESORT 5***** Luxe Le dernier caprice "chic" de Vegas ! Logement uniquement en suites, avec coin bureau et fax.

NOS SUGGESTIONS AERIENNES

Air France**

Vol direct Paris/Los Angeles, connexion sur Las Vegas avec Delta Airlines.

British Airways

Fini les fastidieuses escales aux USA, douanes, récupération de bagages et changement de terminal... A Paris, vous enregistrez vos bagages et une unique carte d'embarquement vous sera délivrée. A Londres, vous changez simplement d'appareil.

Le vol retour Las Vegas / Londres décolle le soir à 20h20, vous pourrez ainsi profiter pleinement des 4 jours de salon !

* dates de voyage du 09/01/12 au 13/01/12 ** avec supplément
Tarifs connus en date du 01/08/11 et au taux 15 = 0,70 euros

Voyages à la carte, consultez nous

Tél : 01.60.43.58.90 - pinksky.pada@wanadoo.fr

CONTACTEZ-NOUS

HARDWARE

26 NEWS



Affichage partagé

Iiyama présente un nouveau moniteur 23 pouces équipé d'une dalle IPS à rétro-éclairage LED. Le ProLite X2377HDS-B1 affiche ainsi des angles de vision très larges et des couleurs homogènes sur toute la surface de l'écran. Il sera donc idéal pour partager l'affichage avec une autre personne. Sa consommation est plutôt faible avec 35 W en utilisation. La connectique est complète avec une entrée VGA, DVI-D et HDMI. Enfin, deux haut-parleurs complètent l'équipement. Le ProLite X2377HDS-B1 est disponible au prix de **179 euros**.



Logitech La musique libre

Logitech dévoile la Mini Boombox, une enceinte compacte qui se passe de toute connexion physique. Elle est compatible avec les smartphones, tablettes et autres périphériques Bluetooth. Bien que petite par sa taille, elle bénéficie d'une chambre acoustique spécialement conçue pour améliorer les basses. S'ajoute un dispositif mains-libres avec microphone intégré pour prendre les appels. Elle intègre une batterie interne rechargeable via USB qui lui assure une autonomie de dix heures. Le panneau de contrôle tactile rétroéclairé situé sur le dessus permet de la piloter facilement, de jour comme de nuit. La Logitech Mini Boombox est disponible au prix de **79,99 euros**.



Crazyphonic L'accessoire tout-en-un

Crazyphonic présente le Novodio Smart Keyboard qui combine en un seul et même accessoire un clavier complet Bluetooth, un support et une protection pour l'iPad 2. La conception en aluminium brossé lui confère un look très proche de

celui de la tablette Apple, les touches noires réactives au profil bas rappelant celles du MacBook Pro. En outre, le clavier réplique l'ensemble des raccourcis de l'iPad 2 comme le contrôle du volume, le réglage de la luminosité, la lecture iTunes ou encore le verrouillage rapide. Le support intégré permet de placer l'iPad 2 en mode paysage avec une bonne stabilité. Le Smart Keyboard intègre une batterie qui se recharge par le câble USB fourni. Replié, le Smart Keyboard se mue en une coque sobre et discrète qui protège l'écran de l'iPad 2 durant les déplacements.

Virgin A livre ouvert

Après la Fnac et Amazon, le distributeur se lance également dans la course aux liseuses électroniques. Ainsi Virgin commercialise dans ses magasins le Kindle d'Amazon ce qui est curieux car ensuite les livres seront achetés sur le site du concurrent. En parallèle, Virgin lance sa propre liseuse pour acheter directement sur son site (il faut suivre). Fabriquée par le Français Bookeen, la liseuse Cybook Odyssey se veut plus avancée techniquement. Elle dispose d'un écran tactile, d'un processeur puissant d'une vitesse de rafraîchissement des pages élevée. Pour les livres, Virgin dit proposer 80 000 ouvrages au lancement. La Cybook Odyssey est disponible au prix de **129 euros**.



Storex se connecte

Storex vient de présenter sa nouvelle passerelle multimédia. D'un design moderne en noir laqué, la LinkBox permet de lire tous les fichiers multimédia audio, photo et vidéo en Full-HD issus d'un support de stockage externe mais pas seulement. Avec une interface réseau filaire et le WiFi n, la LinkBox permet également de lire tous les fichiers stockés sur un ordinateur ou sur un disque dur réseau. Par Internet, la LinkBox offre aussi la possibilité de profiter d'une grande variété d'applications et de naviguer sur ses sites préférés par le navigateur intégré et compatible Flash. Les deux ports USB de la

LinkBox ne permettent pas seulement la connexion d'un périphérique, ils peuvent aussi accueillir décodeur TNT disponible en option. Pour une utilisation plus intuitive et une navigation simplifiée, la passerelle est proposée avec une télécommande qui intègre un mini-clavier ce qui sera utile pour l'accès aux fichiers et au Web. Storex en proposera néanmoins une autre en option qui propose toutes les fonctionnalités d'une télécommande classique à laquelle a été ajouté un clavier complet pour une saisie et une navigation encore plus aisées. La LinkBox est disponible au prix de **119 euros**.

Ricoh



Dans le cadre

■ Ricoh présente le CX6, un nouvel appareil photo numérique disposant d'un zoom grand-angle avec un rapport élevé de 10,7x (28-300 mm). Le CX6 effectue une mise au point en 0,1 seconde, tandis que l'affichage de l'écran LCD est plus lumineux que le modèle précédent pour une meilleure visibilité à l'extérieur. Il bénéficie aussi d'une fonction d'ajustement automatique de la luminosité pour

réduire les pertes de visibilité qui peuvent se produire dans différents environnements de prises de vue. En outre, la nouvelle fonction de zoom assisté par moniteur affiche une petite image sur l'écran LCD permettant de vérifier constamment le cadrage des photos. Le CX6 sera disponible début décembre en trois couleurs (noir, argent et rose) au prix de **299 euros**.



Intel

Processeur extrême

■ Pour le 40ème anniversaire du processeur, Intel annonce deux nouveaux modèles haut de gamme : le Core i7-3960X Extreme Edition et le Core i7-3930K. Il s'agit de premiers sextuples cœurs qui intègrent la famille des processeurs Intel Core de seconde génération aussi appelés Sandy Bridge. Avec un peu plus de deux milliards de transistors, ils offrent une capacité de calcul approximativement équivalente à 365 000 processeurs Intel 4004 apparu le 15 novembre 1971 ! Les Core i7-3960X et 3930K sont destinés aux utilisateurs avancés et aux fans d'overclocking qui sont à la recherche des meilleures performances possibles. Basés sur le processus de fabrication 32 nm, ils affichent une fréquence de base de 3,3 et 3,2 GHz respectivement. Ils sont associés au chipset Intel X79 Express qui supporte la nouvelle plateforme créée pour l'occasion. Pour ces processeurs de l'extrême, Intel propose désormais un système de refroidissement liquide co-développée avec Asetek. Les Core i7-3960X et i7-3930K sont disponibles aux prix de **990** et **555 dollars**.



Garmin

007 sur un green

■ Garmin étend sa gamme de GPS dédiés à la pratique du golf en lançant l'Approach S1W, une nouvelle montre spécialement conçue pour tous les passionnés de la petite balle blanche. En un seul coup d'œil et grâce au GPS intégré, l'Approach S1W va renseigner le golfeur de façon simple et précise sur la distance le séparant du début, milieu et fond de green. D'une utilisation intuitive, cette montre ne nécessite qu'un minimum de manipulations et permet de rester pleinement concentré sur le jeu. En outre, la transition entre chaque trou peut se faire automatiquement ou manuellement, tandis que l'Approach S1W permet de mesurer la distance de chaque coup frappé sur le terrain. La montre embarque plus de 7000 parcours européens. Des mises à jours gratuites et régulières seront proposées par Garmin afin d'enrichir le GPS Approach par de nouveaux parcours. Equipée d'une batterie lithium-ion rechargeable, elle affiche une autonomie de huit heures en mode GPS et de trois semaines en mode montre. Elle est disponible au prix de **199 euros**.

Hercules

A chacun son DJ



■ Hercules présente une gamme de casques conçue pour les DJs et ceux qui veulent en devenir. Le HDP DJ-Pro M1001

s'adresse aux plutôt semi-professionnels, voire aux professionnels tout court. Ce casque dessine une courbe continue d'un écouteur à l'autre sans serrer la tête tout en isolant parfaitement le DJ des sons extérieurs. Conçu pour la pré-écoute, il permet une analyse précise du son pour réussir parfaitement ses mix. Il est fourni avec un câble de trois mètres pour ne pas entraver les mouvements. Son prix est de **149,99 euros**. Conçu pour tous les DJs débutants comme experts, le HDP DJ-Adv G501 offre une restitution sonore de qualité et un grand confort d'écoute. D'une forme similaire au HDP DJ-Pro M1001, il s'en distingue par une finition noire laquée et des liserés verts. Ses écouteurs pivotants sur trois axes de rotation permettent de pré-écouter avec une seule oreille et de replier le casque pour l'emporter avec soi facilement. Son prix est de **99,99 euros**. Enfin, pour tous les amateurs de mix, Hercules propose un troisième modèle HDP DJ M40.1. Son look DJ et le double axe de rotation des écouteurs raviront le plus grand nombre. Il permettra d'animer des sessions de mix à la maison, mais aussi d'écouter un baladeur audio sans indisposer ses voisins. Son prix est de **29,99 euros**.



Entretien avec

Isabelle De Oliveira
Chef de produits gamme 1

Acteur historique du reflex, Nikon aura pris son temps pour sortir ses premiers hybrides : le J1 et le V1. Il est vrai que la voie suivie est différente, misant davantage sur la compacité et sur la rapidité. Il en résulte deux appareils vraiment originaux par rapport à ce que propose la concurrence. Par Stéphane Kauffmann

L'hybride autrement

nikon

JDLI : Nikon aborde l'hybride de manière originale. Pourquoi avoir choisi un si petit capteur ?

Isabelle De Oliveira : Nous avons décidé de réaliser un appareil qui mise certes sur la qualité d'image mais aussi sur la compacité et sur la rapidité. C'est l'APN le plus rapide, aussi bien pour la cadence en rafale que pour la vitesse de mise au point. Nous avons mis cinq ans à développer la série 1 et les choix résultent d'une enquête menée auprès de 8 000 consommateurs. Il en est ressorti un besoin de compacité, de qualité, de réussite et de rapidité. Le choix du capteur a été dicté à son tour par la combinaison des facteurs de qualité d'image, de réactivité et de compacité. Si les compacts à objectifs interchangeables avaient déjà gagné en compacité, les objectifs restaient encombrants. La taille de notre capteur permet la réalisation d'optiques vraiment compactes.

N'est-ce pas aussi pour ne pas concurrencer vos reflex ?

Pas du tout. Les autres fabricants peu impliqués dans les reflex ont cherché à les concurrencer ; nous avons cherché une voie différente pour qu'il y ait une réelle alternative qui justifie le choix par la compacité. Si c'est pour imiter un reflex en moins bien avec des objectifs de même taille, le compact à objectifs interchangeables ne fait guère sens. Ainsi pour ceux qui ont un compact et qui cherche plus de possibilités, nos appareils de la série 1 répondent à ce besoin sans que l'encombrement soit supérieur. Il en va de même pour ceux qui ont un reflex et cherchent un second équipement performant mais bien moins encombrant.

10 millions de pixels, c'est très courageux alors que l'inflation continue.

C'est le meilleur compromis pour cette taille de capteur avec à la clef une excellente qualité d'image. L'inflation des pixels n'a jamais été suivie par Nikon. Nous proposons ce qui fait sens pour obtenir les meilleurs clichés. Nous pensons également que le consommateur sait désormais que la course au pixel ne rime à rien.





HARDWARE

INTERVIEW 29

ISABELLE DE OLIVEIRA

e
nt



Vous misez beaucoup sur la vitesse. Quel intérêt concrètement ?

De l'enquête que nous avons menée, il est ressorti que l'utilisateur souhaite un appareil le plus réactif possible et qu'il veut également mettre toutes les chances de son côté pour capter l'instant. C'est ce à quoi nous répondons avec le système 1. Nos appareils J1 et V1 autorisent une prise de vue en rafale à 60 images par seconde. A cela s'ajoute la capacité d'enregistrer avant et après le déclenchement. Les applications concrètes satisferont tout autant le novice que l'expert. Ainsi, l'appareil commence à prendre des photos dès que le déclencheur est à mi-course et continue à en prendre après le déclenchement ce qui permet de ne pas rater le moment stratégique. Dans un autre mode, il est possible d'associer à la photo une vidéo de 2,5 secondes prise un peu avant et un peu après le déclenchement pour saisir un moment de vie dans l'action et le partager sur un écran ou sur les réseaux sociaux. Enfin, il y a également le sélecteur de photos optimisées. L'appareil prend alors 20 photos avant, pendant et après le déclenchement. Il sélectionne les cinq meilleurs et vous les propose pour choisir celle que vous préférez.

Pensez-vous que la photo d'action intéresse tant que cela le grand public ?

Cela ne se limite pas à la photo d'action mais s'étend aux clichés du quotidien comme des enfants qui bougent, une photo de famille ou d'un animal de compagnie. Ces scènes de tous les jours ont alors toutes les chances d'être immortalisées. Cela s'explique aussi très simplement au consommateur, nous avons d'ailleurs déjà des compacts Coolpix avec des fonctions similaires mais moins perfectionnées. Evidemment, l'idéal sera d'en faire la démonstration en magasin.

Le message de l'hybride n'en est pas pour autant simplifié.

Les marques qui étaient présentes sur le segment jusque là n'étaient que peu ou pas présentes sur les reflex. Elles ont donc présentées ces appareils comme des alternatives au reflex et d'ailleurs les optiques imposantes le suggéraient d'elles-mêmes. Nous proposons une nouvelle voie vraiment compacte qui donne justement du sens à la catégorie avec une réelle différenciation par rapport aux compacts et par rapports aux reflex. Si ces appareils n'avaient pas été compris par le consommateur, c'est que justement ils ne se démarquaient pas assez des reflex qu'ils imitaient. Avec la série 1, c'est bien plus clair : un appareil compact rapide, simple et à objectifs interchangeable.

Le V1 cible plus l'expert avec un viseur électronique mais celui qui est passionné de photo d'action n'aura-t-il pas tout intérêt à opter pour un reflex ?

Le V1 n'est pas du tout sensé remplacer un reflex professionnel qui sera toujours le meilleur outil, notamment pour la photo d'action. En revanche,

ce sera un équipement secondaire idéal lorsque la compacité et la discrétion sont requises, par exemple dans des situations difficiles comme peuvent en rencontrer les reporters. L'obturation mécanique, le viseur électronique et le boîtier renforcé en magnésium en font un outil de travail très efficace. D'autant plus que nos objectifs sont vraiment compacts, quelle que soit leur focale. C'est le cas de notre télé-zoom équivalent 80-300 mm par exemple. Nous proposons à ce jour quatre objectifs qui seront complétés par sept nouveaux sous peu car Nikon c'est aussi la garantie d'un système suivi et d'optiques de grande qualité.

En France, l'hybride ne convainc pas vraiment. On parle de 70 000 pièces cette année, versus 500 000 reflex et 400 000 bridges. Pourquoi ? Quelles sont vos ambitions ?

Les marques présentes jusqu'à lors n'ont pas réussi à imposer la catégorie car l'offre ne correspondait pas aux attentes du marché. Nous arrivons avec une proposition novatrice et cohérente, nous avons donc de grandes ambitions.

Comment allez-vous soutenir ce lancement en magasin comme en publicité ?

Nous proposons des animations et des formations aux enseignes intéressées. Pour le rayon, nous fournissons de la PLV et des aides à la vente. Jusqu'à la fin de l'année, nous soutenons ce lancement par de la publicité TV et presse.

« Nous proposons une nouvelle voie vraiment compacte qui donne justement du sens à la catégorie. »





2012

Une année charnière



Le JDLI a sorti sa boule de cristal, l'a astiquée et y a clairement vu que le hi-tech allait faire face à des mutations et à des questionnements dont l'enjeu semble considérable. Voici donc quelques réflexions sur ce que l'année 2012 pourrait bien nous apporter.

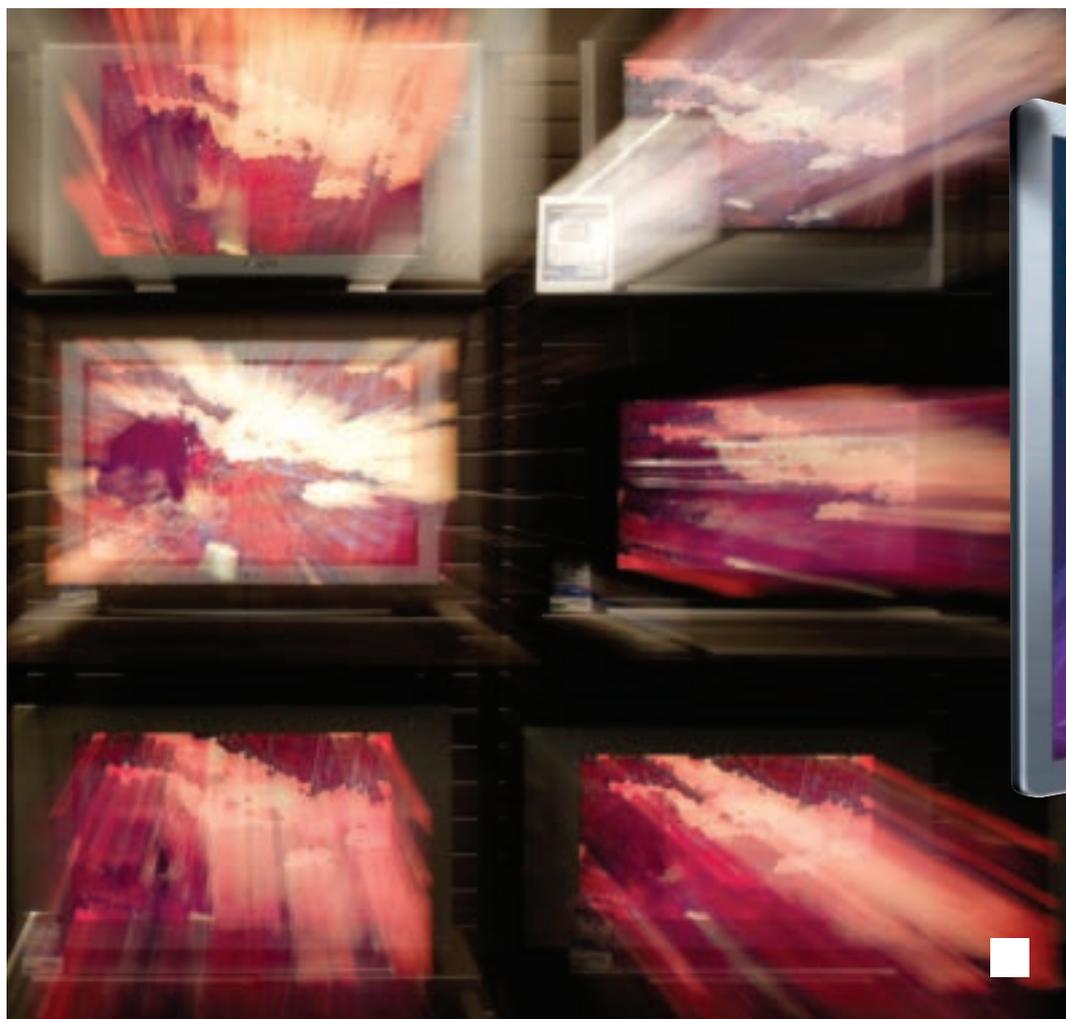
Par Stéphane Kauffmann

L'informatique telle que nous l'avons connue n'est plus ! L'ordinateur ne se suffit plus à lui-même, il est multiple, prend des formes diverses et communique avec tout. Il faut aussi se résoudre à l'évidence que l'ordinateur résidentiel a fait son temps et qu'il se limite désormais à des usages précis comme le jeu ou la vidéo. De même, il n'y a plus grand chose à espérer de l'ineptie qu'aura été le netbook en détruisant la notion de valeur du nomadisme. Faire du volume à un point de marge, c'est tout ce que l'on peut en espérer à l'avenir. Même l'ordinateur portable standard qui a fait les beaux jours de l'IT ces dernières années ne sera plus sur le devant de la scène en 2012. Certes, le marché en sera toujours alimenté majoritairement mais ce sera de l'utilitaire, du renouvellement et du prix.

L'IT en profonde mutation

A partir de là, il y a des catégories phares qui se dessinent mais il y en aura aussi d'autres qui vont se définir au fur et à mesure. La tablette sera à coup sûr un des moteurs de croissance en 2012. Tout comme le sera probablement l'ordinateur ultra-portable redéfini par le concept de l'ultrabook. La question qui se pose, c'est s'il n'y aura pas fusion des deux. Car au final qu'est-ce qui va les différencier en 2012 ? Plus vraiment le système d'exploitation avec un Windows 8 qui couvrira les deux. Pas le processeur non plus puisque le x86 et l'ARM peuvent y cohabiter. L'usage un peu mais finalement cela se limite à la présence d'un clavier ou non. Pour le poids, l'encombrement, la simplicité d'usage et la disponibilité, les différences sont désormais ténues. Le tactile pourra être commun aux deux aussi, rien n'empêchant l'ordinateur ultra-portable de l'être aussi. Cette fusion commencera sans doute par la multiplication d'hybrides qui combinent les avantages des deux catégories. Serait-ce le grand retour du Tablet-PC ? Peut-on imaginer à la fin d'année prochaine un rayon commun avec une progression par taille d'écran ? C'est possible mais pas certain. Quoi qu'il en soit, la tablette va connaître des expressions multiples aussi, ne serait-ce que pour créer un vrai marché avec des réelles différences. Tablettes sous iOS, Windows 8 et Android. Tablettes équipés d'un processeur ARM issu du monde mobile ou d'un x86 issu du monde PC. Tablettes dans





présent, il n'a pas réussi à convaincre vraiment car l'offre de valeur n'était pas comprise. Avec le tactile qui pourra devenir réellement utilisable sous Windows 8, des mensurations qui s'affinent encore et des efforts de design, il y aura peut-être des possibilités.

L'IT en 2012

Les produits annoncés

Tablette surpuissante
Tablette sous Windows 8
Tablette avec processeur PC
PC avec processeur tablette

Les produits qui pourraient arriver

Hybride tablette/PC
Ultrabook grande taille
Notebook/passerelle multimédia
Tout-en-un tactile affiné sous Windows 8

toutes les tailles, du cinq au 12 pouces. Tablettes associées à un clavier externe, interne, rotatif, repliable, etc. Il va y avoir de la déclinaison. Pour l'ultrabook, ce sera sans doute aussi l'expansion vers le plus petit et vers le plus grand qui permettra de l'imposer. Pour aller lorgner du côté de la tablette, il pourra escamoter son clavier, s'alléger encore et réduire sa taille d'écran. A l'inverse, il peut aussi se doter d'un écran 15 pouces sans compromettre le poids, voire s'associer à des solutions d'accueil qui intègrent un grand écran et des enceintes. Toutes ces

La TV en 2012

Les produits annoncés

Téléviseur 3D sans lunettes
Téléviseur avec VOD adaptative en HD

Les produits qui pourraient arriver

Ensemble tablette/téléviseur à affichage simultané
Téléviseur sans aucun bord
Téléviseur avec console de jeu intégrée
Téléviseur à reconnaissance vocale

évolutions sont probables mais que se passera-t-il alors pour l'ordinateur portable standard et celui de bureau ? Y-a-t-il des nouveautés qui pourront signer un retour au premier plan ? C'est possible. Il est même essentiel que l'industrie trouve une solution pour rendre le notebook de base attractif et justifier ainsi une création de valeur. Peut-être que cela pourra se faire par une meilleure intégration dans le réseau domestique avec à la fois l'idée d'un serveur domestique et d'un second équipement audio-vidéo en alternative du téléviseur familial. Pour le desktop, il n'y a guère que le tout-en-un qui ait les atouts nécessaires en grand public. Jusqu'à

Le téléviseur par le contenu ?

Que va-t-il se passer dans le salon autour du téléviseur ? C'est la grande question. 2011 aura été marqué par la tendance de connecter l'écran à tout. Dans la tentative désespérée de trouver des solutions de valeur, les constructeurs ont tous emprunté la piste du contenu qui semblait la seule viable. Mais cela c'est fait un peu dans tous les sens et sans réelle réflexion préalable sur l'usage, l'acceptation possible et les besoins réels. Désormais, nous disposons d'un peu de recul ce qui permet de faire le tri. Surfer est sans doute à oublier tant que le Web n'aura pas été adapté à

KINECT
pour XBOX 360





2012 Une année charnière



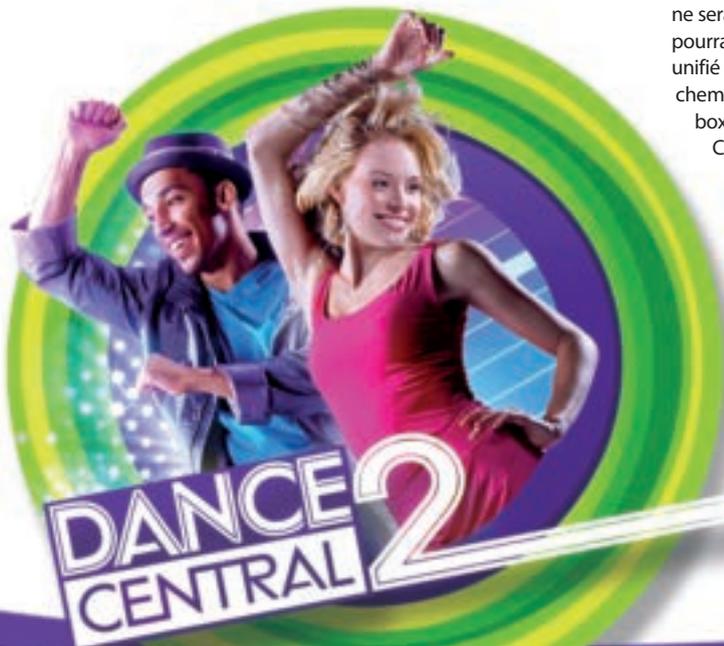
la TV. Exit Google TV. Car une chose a été révélée par l'expérience, le Web se pratique individuellement sur un écran plus petit. Il n'a d'intérêt sur grand écran que pour la vidéo. Il en va de même pour les applications le plus souvent issues du monde mobile. Pourquoi diable irait-on s'informer et se distraire en moins bien et en moins pratique sur grand écran ? Que nous reste-t-il dès lors ? Ce qui fait sens sur un téléviseur, soit encore et toujours la vidéo et le jeu. Les recettes de la TV connectée sont connues, il s'agit de la VOD et de la catch-up TV. En 2012, la vidéo à la demande devrait faire un bond qualitatif énorme et devenir une vraie alternative au DVD pour de nombreux foyers. La limite

c'est qu'en France, il y a la concurrence des box et que le contenu vidéo est maîtrisé par les chaînes. Il est donc peu probable qu'il y ait un avantage concurrentiel réel pour le téléviseur. Le premier service qui proposera toutes les séries en VO sous-titrée le lendemain de leur diffusion aux Etats-Unis aura un avantage concurrentiel. Mais il sera à coup sûr disponible sur les box et sur une majorité de téléviseurs connectés en même temps. Est-ce que la VOD va se développer ? Bien sûr. Est-ce que cela suffira à promouvoir les téléviseurs connectés ? Sans doute pas. Pour autant, la VOD fera du téléviseur connecté un véritable tout-en-un qui se suffit à lui-même ce qui peut attirer l'attention. Si la VOD achoppe sur la qualité, la TV de rattrapage se heurte à la réticence des chaînes pour offrir ainsi leur contenu syndiqué et sans contrôle. Elle ne sera réellement utile qu'à partir du moment où on pourra accéder à toutes les chaînes dans un guide unifié et il ne semble pas que cela en prenne le chemin. De même, il y a là encore la concurrence des box. Ainsi, on nous parle sans arrêt de la fibre. Certes, ce sera le réel commencement des services de contenu en ligne mais la fibre

passera obligatoirement par une box qui les proposera directement...

Par l'activité ludique

Comme sur les appareils mobiles, le téléviseur pourrait miser sur les jeux dès 2012 et cela ferait sens sur un grand écran. Ou mais qui dit grand affichage, dit aussi puissance de calcul phénoménale et nécessité d'un grand espace de stockage. Les processeurs des téléviseurs ne suffisent pas, tout comme la mémoire coûte chère. En fait, il faudrait intégrer une console dans l'écran ce qui en augmenterait vraiment la valeur ceci dit. Mais ni Sony, ni Nintendo, ni Microsoft n'ont annoncé un quelconque projet dans ce sens. En l'absence de plate-forme fédératrice, ce sera difficile. Evidemment, on peut imaginer une Android TV équipée d'un processeur surpuissant... A moins bien sûr que les FAI nous préparent des accords d'envergure avec les acteurs mondiaux du cloud gaming. Reste la 3D en termes de contenu, du moins s'il y a enfin des films intéressants disponibles en vidéo. Si à la rentrée prochaine, il y a de nombreux blockbuster 3D disponibles à la fois en Blu-ray et en VOD, ce serait un levier. Mais d'ici là, la compatibilité 3D se sera banalisée et n'offrira plus guère une véritable plus-value. La 3D sans lunettes est une piste prometteuse mais il serait irréaliste de penser qu'elle se démocratisera dès 2012. Il faudra donc aussi se soucier de l'appareil en lui-même et de sa technologie pour créer de la valeur. Rien n'a filtré sur des évolutions majeures mais peut-être qu'il y aura des surprises au CES en janvier. Ce serait une bonne nouvelle car avec un taux d'équipement qui devient maximal, il va bien falloir trouver des tentations pour compenser. Il est possible que la solution se trouve aussi dans un éco-système qui relie les appareils nomades au téléviseur mais avec une véritable interaction sensée. C'est la voie qu'Apple semble vouloir emprunter. Le téléviseur en tant que prolongement des activités mobiles avec un partage et un échange de contenu ! Cela pourrait même relancer le débat du Web sur le téléviseur. Le surf en lui-même se fait sur l'appareil personnel plus adapté mais dès qu'un contenu adéquat est trouvé, on peut le diffuser sur grand écran.



KINECT
pour XBOX 360





Le défi du magasin

La vente en ligne progresse régulièrement et fort logiquement cela se fait au détriment du magasin. Il est certain qu'à l'avenir il faudra partager les rôles en fonction de ce qui fait sens, et pour le consommateur et pour le distributeur. Le Web réduit les coûts et c'est donc logiquement le meilleur endroit pour proposer des promotions et mettre en avant le prix. C'est d'autant plus vrai quand le client potentiel sait déjà ce qu'il y cherche. Mais il serait réducteur de penser que la vente en ligne ne peut pas promouvoir les produits. Des efforts considérables ont été faits dans ce sens ces deux dernières années avec des shops in shop, des vidéos, des documents téléchargeables, etc. Pour autant, le magasin reste le seul endroit où le consommateur peut approcher le produit, le toucher et assister à des animations. De quoi susciter l'envie d'achat spontanée. C'est sur ce terrain qu'il peut se différencier du Web qu'il ne parviendra pas à égaler sur le prix ou sur l'offre. Or en 2011, c'est encore largement sur ce registre que l'affrontement a eu lieu et le vainqueur est toujours le même depuis quelque temps. Ainsi pour la rentrée informatique qui exacerbe la recherche d'un rapport configuration/prix, le résultat a été sans appel : une nette progression de la vente en ligne, un net recul en magasin. 2012 va réellement être une année charnière pour la répartition des rôles. Soit un partage sensé se dessine, soit l'avenir du magasin spécialisé est compromis. Et tous les acteurs seront gagnants si une répartition intelligente arrive à se mettre en place. Les fabricants déjà car ils ont absolument besoin de promouvoir l'innovation par tous les moyens possibles, tant l'arbitrage

des foyers devient un problème au fur et à mesure que le hi-tech se banalise. Les enseignes qui ne disposent que de magasins sont évidemment intéressés au premier chef mais aussi ceux qui disposent du physique et du Web. Et même, les acteurs exclusifs du Web devraient y trouver leur intérêt aussi. Cela peut paraître contradictoire à première vue mais s'il n'y avait plus que des sites, la popularité du hi-tech en lui-même en pâtirait, tout comme les relations entre les constructeurs

et la distribution se tendrait forcément au point où la marque se posera la question de la vente directe pour disposer d'une alternative. Le défi du magasin sera donc de justifier son existence. Et pour cela, il ne peut pas se battre avec les mêmes armes que le Web, sinon c'est perdu d'avance. La seule et unique solution est d'offrir une plus-value par la mise en scène, l'expérience et l'interaction. De plus, c'est essentiel pour préserver une part de rêve et ainsi conserver un tant soit peu l'idée de valeur. Les constructeurs ont tout intérêt à aider le magasin pour réussir cette évolution. Ils y sont prêts d'ailleurs. Reste à convaincre les enseignes de l'accepter même si il faut abandonner un peu de son autonomie et de son indépendance pour y arriver.





Hybrides Le deuxième ro

Réussir de belles photos en toute circonstance sans pour autant s'encombrer d'un appareil lourd et volumineux, c'est un peu le Saint Graal de la photo depuis toujours. Après des premiers essais peu concluants et pas vraiment aboutis, la seconde génération d'hybrides n'est pas très loin d'atteindre cette utopie. Reste à l'expliquer au client. Par Stéphane Kauffmann

Comme une majorité des marchés du hi-tech, la photo souffre en cette année 2011 très compliquée. Se combinent effectivement les catastrophes naturelles à répétition, une économie générale difficile et le problème récurrent de la dépréciation en magasin. Depuis le passage au numérique, c'est une première avec même une catégorie reflex qui baisse en volume comme en valeur sur plusieurs mois. Si sur l'année le marché reste au niveau de 2010 ce sera le



Panasonic GF3-X Vraiment compact

Déjà champion de la compacité, le GF3 de Panasonic va désormais plus loin encore avec cette optique motorisée 14-42 mm (28-84 en équivalent) de la gamme X. Le gros avantage de cet objectif réside dans sa compacité lorsque l'appareil est hors tension. Il tient alors dans une poche un peu grande. C'est le premier hybride à grand capteur qui peut prétendre à cela lorsqu'il est doté d'un zoom. L'ouverture est dans la norme pour autant. La commande électrique à vitesse variable est suffisamment rapide mais manque un peu de progressivité pour la vidéo. A la prise de vue, l'optique ne démerite pas avec une bonne définition sur tout le cadre et ce dès la pleine ouverture. En grand angle, distorsion et vignettage restent très limités. Pour le boîtier, le format s'approche vraiment de celui d'un compact, d'autant que le flash est intégré. La prise en main est aisée et les commandes tombent bien sous le pouce. A noter que Panasonic fait appel à un écran tactile suffisamment lumineux qui permet de choisir la zone de mise au point du bout du doigt. Le capteur est un micro-4/3 12 mégapixels. Il délivre des images vraiment nettes dans une gamme de sensibilité assez étendue. L'appareil se distingue aussi par son extrême réactivité avec une mise au point rapide et précise. La vidéo n'est pas en reste et là encore, l'autofocus fait des miracles.

- Type : Hybride Micro 4/3
- Capteur : Live MOS 12MP
- Vidéo : 1920x1080, 25 i/s, AVCHD
- Ecran : 3 pouces, 460 kpixels
- Facteur de conversion : 2
- Support mémoire : SD/SDHC/SDXC
- Dimensions : 107,7 x 67,1 x 32,5 mm
- Dimensions du zoom : 61 x 26,8 mm
- Poids : 359 grammes avec le 14-42 X

650 €



Sony NEX-7 Hybride expert

C'est le modèle de tous les superlatifs avec un capteur APS-C 24 MPixels, un viseur OLED et un boîtier métallique. Tout y est mais le prix est en conséquence. Sony a pioché dans son catalogue un capteur très résolu. Et à l'essai, la résolution est bien réelle même si pour monsieur tout le monde, c'est absolument démesuré. Au mieux, les vrais amateurs s'en serviront pour recadrer fortement leurs clichés. Toujours est-il que la montée en sensibilité se passe vraiment bien. Hélas, le zoom 18-55 mm est loin d'être à la hauteur. Outre la déformation de barillet, la résolution diminue aussi lorsque l'on s'éloigne du bord. Le boîtier en magnésium intègre un viseur OLED remarquable qui compte 2,4 millions de points. Il devient enfin possible de faire la mise au point au viseur ! L'ergonomie fait la part belle aux commandes mécaniques, bien plus pratique que les habituels et clinquants écrans tactiles. Celui du NEX-7 est inclinable et offre une interface utilisateur très pratique. Deux grosses molettes métalliques sur le dessus voient leur fonction varier selon le mode de prise de vue. C'est pratique aussi. Cet hybride a tout pour convaincre l'expert mais il perd beaucoup de sa compacité et donc de son intérêt par des zooms trop encombrants.

- Type : Hybride APS-C
- Capteur : CMOS HD Exmor APS-C 24 Mpixels
- Vidéo : 1920x1080, 50 i/s, AVCHD
- Ecran : 3 pouces, 921 kpoints
- Viseur : OLED, 2,4 Mpoints
- Facteur de conversion : 1,5
- Support mémoire : SDHC et SDXC, Memory Stick PRO Duo, Memory Stick PRO-HG Duo
- Dimensions : 119 x 99,9 x 42,6 mm
- Poids : 291 grammes, sans optique

1350 €



ound

mieux que l'on puisse espérer. Il est vrai aussi qu'il devient difficile d'innover radicalement dans les catégories existantes, tant le niveau de technicité atteint est élevé. Les constructeurs ont donc cherché une nouvelle voie, celle de l'hybride dont le nom n'est déjà guère convaincant. Il s'agit de proposer un appareil compact mais doté d'objectifs interchangeables et qui permet une bonne qualité d'image dans toutes les situations. Si cela sonne bien sur le papier, la réalité est

moins rose. Certains ont essayé de fabriquer des mini-reflex moins ergonomiques, d'autres ont copié les compacts mais en les dotant d'un grand capteur. Seulement en matière de photo, il y a un ratio de taille entre le capteur et l'optique qui est déterminé par la physique ce qui empêche en substance de réaliser de petits zooms de grande amplitude. Certes, on peut toujours contourner le problème avec des optiques fixes mais c'est tout de même revenir à une époque révolue qui ne passionnera guère que le nostalgique et l'amateur expert. A cela s'ajoute un autofocus généralement lent et peu précis ainsi que l'absence de visée performante.

Des Français circonspects

Toutes ces limitations n'ont pas empêché la réussite du concept hybride dans d'autres contrées mais en France ce fut un échec cuisant. Le positionnement était trop flou et souvent trop proche de ce qui existait déjà. Le consommateur ne s'y est pas trompé et a rejeté les copies miniaturisées des reflex. Les boîtiers compacts ont déjà un peu plus convaincus. Ce qui a aussi freiné le consommateur français, ce sont des prix souvent comparables au reflex. Mais et surtout, la communication

n'a pas suivie avec une promotion discrète, peu d'explications et surtout un manque de mise en scène dans le magasin qui semblait ne pas y croire lui-même. Ainsi, GfK prévoit 70 000 hybrides en 2011, versus 400 000 bridges et 500 000 reflex ! Pour autant, les constructeurs ne baissent pas les bras et il y a de nouveaux entrants historiques avec des idées novatrices. Ainsi, Nikon mise sur la compacité et la vitesse (lire l'interview en page 28) mais fait des compromis sur le capteur. De même, on murmure que Fujifilm et Canon pourraient bien à leur tour rejoindre la meute.

La V2

En attendant, cette deuxième génération d'hybrides qui arrive sur le marché est déjà bien plus convaincante et plus claire dans le positionnement. L'idée du mini-reflex a été abandonnée pour l'essentiel. On retrouve donc un concept compact à objectifs interchangeables (ce qui, soit dit en passant, serait un meilleur nom s'il n'était pas si long). Ces boîtiers ont déjà fait l'objet d'améliorations notoires. Ainsi, l'autofocus est désormais rapide et précis. De même, il autorise une vidéo souvent plus convaincante que sur reflex. L'ergonomie a aussi



Sony NEX-5N Grand capteur, grand objectif

Le NEX-5N se contente de 16 millions ce qui suffit plus qu'abondamment et assure une très bonne montée en sensibilité. L'appareil dispose en plus d'un autofocus relativement rapide. En revanche, la balance des blancs en mode automatique n'est pas toujours des plus justes. Le boîtier est une construction mixte, le dessus et la façade sont en magnésium mais le dos reste en plastique, plus facile et moins cher à travailler, surtout sur les panneaux accueillant de multiples boutons et molettes. L'ensemble est plutôt bien fini pour autant. L'emplacement de la batterie permet de dégager une zone de préhension importante ce qui favorise la stabilité. L'écran est orientable ce qui permet de prendre des photos au ras du sol ou au contraire en tenant l'appareil à bout de bras, tout en conservant un œil sur la scène. Il est également tactile mais une fausse bonne idée car on a tendance à appuyer dessus et à déclencher par inadvertance certaines fonctions. A signaler que le flash est externe mais fourni, une solution peu pratique au demeurant. Sony ne donne pas dans la course à la compacité de l'objectif et son 18-55mm est trois fois plus épais que l'appareil en lui-même ce qui l'affuble d'un look particulier mais surtout gâche l'avantage de la compacité.

- Type : Hybride APS-C
- Capteur : CMOS HD Exmor APS-C 16 Mpxels
- Vidéo : 1920x1080, 50 i/s, AVCHD
- Ecran : 3 pouces, 921 kpoints, tactile
- Facteur de conversion : 1,5
- Support mémoire : SDHC et SDXC, Memory Stick PRO Duo, Memory Stick PRO-HG Duo
- Dimensions : 110 x 58 x 38,2 mm
- Poids : 291 grammes, sans optique

700 €



Olympus Pen E-PL3 Compact et de qualité

Cet Olympus Pen propose un boîtier capteur 4:3 dans un boîtier semi-métallique aux coloris variés : rouge, blanc, noir ou argent. L'ergonomie globale de ce compact hybride est un peu alambiquée. Certes, l'écran inclinable permet plus de liberté dans la prise de vue mais l'absence de grip pénalise l'usage à la longue. Le flash n'est pas intégré mais doit se brancher sur le dessus de l'appareil, une solution un peu bancale. L'écran est classique avec des couleurs pas très justes et les images. La mise au point est rapide en plein jour mais c'est déjà moins le cas en basse luminosité. La qualité d'image est très bonne. D'ailleurs, l'appareil partage la même chaîne optique, de l'objectif au capteur, que le E-P3 plus haut de gamme du même constructeur. La sensibilité est élevée avec des clichés convaincants jusqu'à 1600 ISO. Côté vidéo, on peut enregistrer des petits films de bonne qualité en 1080p. L'optique disponible dans le kit de base est un bon 14-42 mm qui ouvre à 3,5 en grand angle. Elle reste de qualité largement suffisante et ne souffre pas de déformations géométriques. Le E-PL3 est une version moins chère et plus compacte du fameux E-P3 mais sans écran OLED. On en retrouve sinon les principales qualités.

- Type : Hybride Micro 4:3
- Capteur : Live MOS 12MP
- Vidéo : 1920x1080, 60 i/s, AVCHD
- Ecran : 3 pouces, 460 kpoints, tactile
- Facteur de conversion : 2
- Support mémoire : SDHC et SDXC
- Dimensions : 109,5 x 63,7 x 37,3 mm
- Poids : 265 grammes, sans optique

550 €





Hybrides

■ ■ ■ ■ été repensée avec tantôt une approche plus grand public et souvent tactile, et tantôt la philosophie une commande/un bouton qui peut satisfaire l'amateur expert. Ainsi se profile donc une notion de montée en gamme plus logique qu'auparavant. Elle se fera aussi sur un boîtier mieux fini en métal et par l'ajout d'un viseur électronique dont Sony propose désormais une version OLED réellement convaincante.

Plus compact enfin

Tout cela ne résout pas le problème essentiel qui est celui de la compacité des objectifs. Et pour ce faire, les fabricants ont choisi des chemins très différents. Ainsi, Sony convainc désormais par des boîtiers à la fois très fins mais aussi très bien finis. En revanche, leurs zooms restent encombrants, voire très encombrants en télé-zoom ce qui s'explique par des capteurs de grande taille très résolus (jusqu'à 24 Mpixels). A l'inverse, Nikon mise sur un

capteur plus proche du compact ce qui lui permet de conserver une bonne compacité, même avec des télé-zooms. En revanche, la capacité à monter en sensibilité y laisse beaucoup de plumes et la résolution se limite à 10 Mpixels. C'est finalement Panasonic et Olympus qui semblent avoir trouvé le bon compromis. Le capteur 4/3 12 Mpixels sait monter en sensibilité mais oblige aussi à des objectifs assez imposants. Cependant, Panasonic a conçu un zoom standard 14-42 mm (28-84 en équivalent) motorisé qui au repos ne fait plus que 26 mm d'épaisseur, un exploit. Si le système 1 de Nikon garde l'avantage sur le diamètre, cela n'a guère d'incidence sur l'encombrement global et un Panasonic GF3-X doté du zoom 14-42 motorisé n'est guère plus encombrant qu'un J1 doté d'un zoom similaire. Olympus emprunte une voie similaire mais moins extrême avec un zoom standard comparable un peu plus épais. Tant que l'on n'a pas recours à un télé-zoom qui pose également problème

avec la visée par l'écran, l'hybride fait donc désormais sens dans sa définition première.

Par la compacité

C'est d'ailleurs le premier argument à mettre en avant en magasin. L'hybride fait de belles photos en toutes circonstances et dans toutes les situations sans réfréner la créativité. Pour autant, son encombrement est à peine supérieur à celui d'un compact. Ensuite s'opère une montée en gamme assez évidente avec des fonctions et une ergonomie ainsi qu'une exigence de qualité qui se rapproche de ce que souhaite l'amateur expert, lui aussi en quête d'une solution peu encombrante. Avec un discours ainsi clarifié et on l'espère un peu de motivation en rayon, on peut penser que l'hybride devrait s'imposer.



Nikon 1 J1 Un hybride atypique

■ Deux modèles composent pour l'heure la nouvelle gamme hybride du constructeur. Le Nikon 1 J1 en est la déclinaison la plus grand public. La première originalité de cet appareil photo est donc d'utiliser un capteur CMOS au nouveau format CX. On est à mi-chemin entre la taille d'un capteur de compact haut de gamme et celle d'un reflex. Les images offrent des couleurs vraiment plaisantes mais la montée en ISO se passe relativement mal. Nikon paie ici la petitesse de son capteur. L'autofocus fait appel à une solution originale à détection de phase et de contraste qui a le mérite de la réactivité extrême. L'appareil peut aussi compter sur une électronique charpentée, capable de traiter une quantité impressionnante d'images en mode rafale. Le Nikon propose ainsi divers modes de prise de vue originaux. Il est possible de prendre des instantanés animés de 2,5 secondes, de commencer à prendre des photos avant de déclencher comme de poursuivre après pour ne pas rater le moment clef et l'appareil est même capable de choisir les cinq meilleurs clichés dans une rafale de 20 qui prend moins d'une seconde. On peut même filmer en slow-motion, jusqu'à 400 images par seconde, autant d'options amusantes et intéressantes mais pas forcément fondamentales. Nikon reste donc généralisé par un capteur trop petit, le prix à payer pour avoir des objectifs compacts aussi. Il est vrai que même avec un zoom puissant, la compacité est préservée.

- **Type** : Hybride APS-C
- **Capteur** : CMOS Format CX 10.1 Mpixels
- **Vidéo** : 1920x1080, 60 i/s, AVCHD, 640 x 240/400 i/s
- **Ecran** : 3 pouces, 460 kpoints
- **Facteur de conversion** : 2,7
- **Support mémoire** : SDHC et SDXC
- **Dimensions** : 106 x 61 x 29,8 mm
- **Poids** : 277 grammes, sans optique

550 €



Nikon 1 V1 Version pro

■ Le Nikon 1 V1 est une version augmentée du J1. Le boîtier est un peu plus luxueux et construit en magnésium. Le capteur reste le même. Le format CX est donc de nouveau à l'ordre du jour et les deux appareils partagent la même gamme optique. La prise de vue avec le Nikon 1 V1 diffère donc assez peu. On peut juste choisir entre une obturation mécanique ou complètement électronique. Côté cliché et dans des conditions de prise de vue standard, la différence entre les deux modes n'est pas flagrante. Il faut juste savoir si on tient au fameux clic-clac mécanique ou si un mode de fonctionnement plus silencieux convient mieux. Côté mise au point, le système hybride à détection de phase/détection de contraste est toujours aussi réactif. Le V1 est doté d'un viseur électronique mais sa résolution est insuffisante pour la mise au point manuelle. Pour autant, les informations disponibles sont suffisamment étoffées pour savoir ce que l'on fait et le viseur est tout de même pratique en combinaison avec les modes de prise de vue rapides que permet le système 1. Côté sensibilité, le capteur au format CX reste limité aux 800 ISO. Au delà, le bruit est trop élevé. Cet appareil vise donc l'amateur expert à la recherche d'un boîtier compact ce qui est le cas mais qui sera contrarié par une aptitude limitée à monter en sensibilité.

- **Type** : Hybride APS-C
- **Capteur** : CMOS Format CX 10.1 Mpixels
- **Vidéo** : 1920x1080, 60 i/s, AVCHD, 640 x 240/400 i/s
- **Ecran** : 3 pouces, 460 kpoints
- **Facteur de conversion** : 2,7
- **Support mémoire** : SDHC et SDXC
- **Dimensions** : 106 x 61 x 29,8 mm
- **Poids** : 294 grammes, sans optique

750 €





Samsung NX200 Sans compromis

L'hybride NX200 se distingue déjà par la qualité de son écran AMOLED 3 pouces. L'avantage de cette technologie réside surtout dans des couleurs intenses pour une consommation très basse. Fait rare, l'écran est suffisamment lumineux pour les prises de vue en plein jour. Samsung n'a pas voulu faire de compromis sur le capteur et a doté son hybride d'un modèle au format APS-C identique à celui qui se trouve dans les reflex. Sa résolution est de 20 mégapixel ce qui est évidemment bien plus qu'il n'en faut. Pour autant, la montée en sensibilité se fait bien et jusqu'à 1 600 ISO, la dégradation n'est que peu visible. L'objectif livré en kit est un 18-55 mm (en équivalent) qui affiche une luminosité dans la moyenne de ce qui se pratique actuellement. Il y a un peu de vignettage dans les coins mais peu de déformations et encore moins de perte de netteté dans les angles. Il permet donc d'exploiter l'importante définition du capteur. Un bouton i-Fn donne accès directement aux principaux réglages de prise de vue. Ces réglages se font ensuite par la bague de l'objectif. Du reste, le boîtier est en magnésium et de grande qualité. La prise en main est bonne grâce à un grip suffisamment large. La mise au point est confiée à un système assez classique à corrélation de contraste. Il fonctionne bien et vite en plein jour mais dans la pénombre, il est à la peine. Un flash externe est fourni. Au final, le NX200 offre des images de bonne tenue et très définies grâce à un couple capteur-objectif bien choisi, le tout dans un encombrement réduit.



849 €

- **Type** : Hybride APS-C
- **Capteur** : Live MOS 20 Mpixels
- **Vidéo** : 1920x1080, 30 i/s, AVCHD
- **Ecran** : 3 pouces, 460 kpixels
- **Support mémoire** : SD/SDHC/SDXC
- **Dimensions** : 116,5 x 62,5 x 36,6 mm
- **Poids** : 220 grammes, sans optique



Olympus Pen E-PM1 Pour tous

L'hybride est fait pour le grand public, c'est ce que laisse entendre Olympus avec ce petit appareil au look ravageur. La version en métal anodisé chocolat que nous avons reçu est vraiment craquante. Les commandes ont été simplifiées mais l'absence de boutons de contrôle rend l'utilisation des modes manuels peu pratique. Il faut en passer par une combinaison complexe de menus pour changer l'ouverture par exemple. Le PM1 assume donc sa vocation. La compacité implique une ergonomie un peu plus radicale et il faudra tenir l'appareil à deux mains pour une utilisation efficace. La qualité d'image est excellente en tous points. On retrouve le capteur 12 mégapixel Live MOS qui officie sur toute la gamme Pen. La montée en sensibilité permet d'atteindre 1 600 ISO sans aucun problème. Les clichés sont de grande qualité avec une définition élevée et on retrouve avec plaisir les qualités de du zoom standard de la marque. Un flash externe est fournie mais c'est une solution peu grand public pour le coup.

- **Type** : Hybride micro 4 :3
- **Capteur** : Live MOS 12MP
- **Vidéo** : 1920x1080, 60 i/s, AVCHD
- **Ecran** : 3 pouces, 460 kpoints
- **Support mémoire** : SDHC et SDXC
- **Dimensions** : 109,5 x 63,7 x 37,3 mm
- **Poids** : 265 grammes, sans optique

499 €

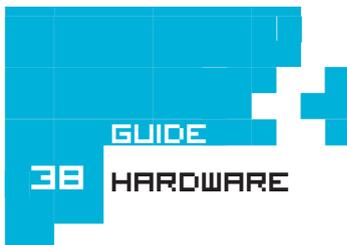


Pentax Q Minuscule

Le Q est le premier vrai compact à objectifs interchangeables. La base en est un beau petit appareil, très bien construit et offrant des possibilités étendues mais équipé d'un tout petit capteur aussi. Ce sera évidemment le point faible de la démarche. La gamme d'optiques est pour l'instant assez limitée mais comporte des modèles jusqu'ici inconnus sur les compacts comme un fish-eye. Nous avons essayé le Q avec une optique fixe lumineuse (équivalent 50 mm) mais un zoom standard est évidemment disponible. Plus généralement, se pose la question de la pertinence d'un investissement important dans un tel appareil puisque son prix est comparable à celui d'un hybride au capteur beaucoup plus grand. Ce sera principalement l'argument de la compacité extrême qui pourra être mis en avant. En pratique, ce modèle nous a fourni de très bonnes images bien définies avec toutefois les limites inhérentes à ce type de capteur. Les hautes sensibilités sont bien gérées et on peut monter jusqu'à 800 ou même 1600 ISO avec des résultats très honorables. Pour les plus exigeants, le Pentax Q propose aussi l'enregistrement en RAW et donc la possibilité d'un traitement adapté à ses goûts. Difficile de juger un tel appareil ! Le Pentax Q est attractif quand on le tient en main mais lorsque l'on songe à son prix, l'enthousiasme n'est plus aussi évident.

- **Capteur** : CMOS 1/2,3" 12 Mpixels stabilisé
- **Vidéo** : 1920 x 1080, 30 i/s, H264, sonore
- **Ecran** : 3 pouces, 460 kpixels
- **Facteur de conversion** : 2
- **Support mémoire** : SD/SDHC/SDXC
- **Dimensions** : 98 x 57,5 x 31 mm
- **Poids** : 200 g (complet)

700 €



Sharp LC60LE635

■ Téléviseur

Avec ce téléviseur immense de plus d'un mètre cinquante de diagonale, Sharp revient sur le devant de la scène. Il faut dire que les dalles Quattron disposant d'un sous-pixel jaune en plus des traditionnels rouges, verts et bleus, n'ont pas rencontré un grand succès. Ici, la dalle LED est une classique RVB et les couleurs sont d'une fidélité appréciable. C'est encore un peu trop chaud si on est exigeant mais très acceptable tout de même. Le contraste est très élevé, nous l'avons mesuré à plus de 3000 :1. L'électronique de traitement est simple mais œuvre bien. Ainsi, l'accélération de la dalle est limitée au 100Hz mais il y a peu d'artefacts et on évite le rendu caméscope. Il est juste dommage qu'elle ne soit pas complètement débrayable. C'est le cas également du contrôle dynamique du rétro-éclairage mais qui ne s'avère pas trop intrusif. Dans les jeux vidéo, le rendu est très dynamique et en s'approchant de l'écran, l'immersion est vraiment sensationnelle, d'autant que Sharp a réglé la luminosité à un niveau relativement bas. L'écran n'est pas 3D mais c'est un choix cohérent pour offrir une grande surface d'affichage à un prix accessible. La connectivité est complète avec l'enregistrement sur clé USB et la connexion au réseau. Le portail AquosNet propose les services classiques allant de la VOD aux Widgets en passant par Skype. C'est un écran simple mais vraiment convaincant qui offre un excellent rapport qualité/prix.

■ CARACTÉRISTIQUES

Technologie LCD/LED Edge, 60pouces, résolution 1920 x 1080, tuner TNT-HD connectique 4 HDMI, YUV, USB host, DLNA, Périitel

- CATÉGORIE Milieu de gamme
- CONTACT Sharp, tél.: 08 20 85 63 33
- PRIX **1 799€**



Nokia Lumia 800

■ Smartphone

Il faut bien l'avouer, Nokia est complètement passé à côté de la vague des smartphones. La marque n'a toutefois pas perdu son savoir-faire matériel et avec l'adoption de Windows Phone 7 elle bénéficie désormais d'un système qui est enfin compétitif. Le Lumia 800 est extérieurement très réussi : sobre, esthétique et solide. L'assemblage et les matériaux sont parfaits, la prise en main est excellente. L'écran AMOLED de 3,7 pouces affiche des couleurs justes et un noir profond. De même, il reste bien lisible au soleil. Le Lumia est doté d'un processeur certes mono-cœur mais rapide. La mémoire de 16 Go est assez conséquente mais elle ne pourra pas être étendue en l'absence d'un lecteur de cartes. Les photos sont de qualité mais la vidéo déçoit un peu avec un autofocus en retrait. L'autonomie est dans la norme avec un peu plus de deux jours sans recharger. Avec le Lumia, Nokia fait donc ses premiers pas dans l'univers Windows Phone. Intégré dans sa version 7.5, le système est toujours aussi agréable à utiliser. Reste le grand handicap de Windows Phone qui est le manque d'applications. Pour le reste, ce smartphone est très réussi et marque le retour de Nokia sur le haut de gamme.

■ CARACTÉRISTIQUES

Écran 3,7 pouces AMOLED, processeur Texas Instruments 1.4 GHz, Mémoire 16 Go, capteur photo 8 Mpixels, A-GPS, Windows Phone 7.5, connectivité WiFi n, Bluetooth 2.1 micro-USB, 116,5 x 61,2 x 12,1 mm, 142 grammes

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Nokia, tél. : 08 92 55 55 55
- PRIX **499€**



Fujifilm X10

■ APN compact

Compact expert sans compromis, le X10 est clairement attractif pour le photographe ambitieux ! Déjà l'esthétique et la finition ne peuvent que séduire les amateurs de beau matériel et aussi ceux qui sont un brin nostalgique des réalisations argentiques en métal. La mise sous tension s'effectue par la couronne de l'objectif. En effet, il est replié à l'arrêt et c'est en le dépliant que l'appareil prend vie. La compacité est donc préservée alors que le zoom 28-112 mm en équivalent affiche une luminosité rarement atteinte sur un appareil de ce type. De même, le X10 dispose d'un viseur optique qui n'est pas un modèle au rabais. Il dispose d'un réglage dioptrique et d'un système à prisme. Le capteur est un peu plus grand que ce qui se pratique en compact expert habituellement. Sa résolution reste raisonnable et il s'agit d'un modèle CMOS rétro-éclairé. Le X10 réunit donc tous les pré-requis pour des photos de qualité, quelle que soient les conditions. En pratique, le résultat est à la hauteur de ces ambitions. Même à pleine ouverture, l'optique fournit une image très définie sur toute sa surface. Le comportement aux hautes sensibilités fait partie des meilleurs atouts du X10. Jusqu'à 800 ISO, le bruit reste discret et la définition est peu affectée. En acceptant la réduction de la résolution à six mégapixels avec le mode EXR spécialisé, le 1600 ISO est encore vraiment très bon et le 3200 est utilisable.

■ CARACTÉRISTIQUES

Capteur 2/3 CMOS BSI 12 Mpixels, vidéo : 1920 x 1080 sonore stéréo, zoom 2,0-2,8/28-112 mm en équivalent, écran: 2,8 pouces, support mémoire SD/SDHC/SDXC, 117 x 69,6 x 56,8 mm, 350 grammes (complet)

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Fujifilm, tél.: 01.30.85.65.43
- PRIX **529€**



Asus Zenbook UX21E-KX002V

■ Notebook

Plus petit modèle de la gamme ultrabook d'Asus, l'UX21 adopte un écran de 11,6 pouces. Le point le plus frappant réside dans la qualité de fabrication. Il est taillé dans un bloc d'aluminium ce qui implique un poids relativement élevé mais procure aussi plus de rigidité, notamment au niveau de l'écran. Si le design n'est pas sans rappeler celui du MacBook Air, Asus s'en éloigne un peu en utilisant une finition brossée séduisante. La connectique est moins riche que sur d'autres modèles puisque l'on devra se contenter de deux ports USB (un 3.0) et de sorties HDMI et mini-VGA. L'ordinateur est toutefois livré avec un adaptateur VGA et RJ-45. L'écran est de bonne qualité mais la finition brillante est sujette aux reflets, particulièrement en extérieur. La configuration reprend les canons du genre avec un processeur Intel Core i5-2467M et 4 Go de mémoire. Le disque SSD est cependant limité à 64 Go, ce qui est vraiment juste. Cependant, il assure un démarrage très rapide et d'excellentes performances bureautiques comme multimédia. L'autonomie est dans la norme avec 5h30 en lecture vidéo. L'Asus UX-21 est donc un très bel objet, particulièrement solide, auquel on pourra juste reprocher un écran brillant et un SSD un peu petit.

■ CARACTÉRISTIQUES

Processeur Intel Core i5-2467M, mémoire vive 4 Go, écran 11,6 pouces LED (1366x768), puce graphique Intel HD 3000, SSD 64 Go, WiFi n, Bluetooth 3.0, 299 x 196 x 3/17 mm, poids 1,1 kg

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Asus France, tél. : 08 21 23 23 13
- PRIX **799€**



Iiyama PLXB2374HDS-B1

Moniteur

Iiyama s'est fait une réputation de spécialiste des écrans pour le jeu. Mais ici le constructeur se prête à un exercice auquel il n'est pas habitué en concevant un moniteur polyvalent autour d'une dalle IPS. L'exercice est périlleux mais Iiyama le relève avec brio. La dalle IPS offre des angles de vision très larges et une image qui ne se dégrade pas si on s'éloigne de l'axe idéal. La température des couleurs est tout simplement parfaite de son côté. Le contraste est juste correct en revanche. Il est vrai que les dalles IPS s'illustrent rarement sur ce point. L'écran offre une belle image dans les vidéos et la résolution Full-HD permet d'y connecter un lecteur Blu-ray sans remords. Les couleurs sont belles, il n'y a aucun fourmillement. Il n'y a pas non plus de solarisation évidente et les tons chair sont bien respectés. Dans les jeux, c'est un peu moins bon car la réactivité n'est pas la meilleure qui soit. L'ergonomie est au cœur des préoccupations de ce moniteur réglable en hauteur, en inclinaison et qui dispose d'un mode pivot. La connectique est suffisamment étendue mais on aurait apprécié un hub USB pour compléter la panoplie. Cerise sur le gâteau, à 230 euros, c'est l'un des écrans IPS les moins chers du marché. C'est une valeur sûre si on cherche un écran familial qui sait tout faire et qui ne fatigue pas, même en utilisation prolongée.

CARACTÉRISTIQUES

Technologie IPS/LED, 23 pouces, résolution 1920 x 1080 pixels, luminosité 250 cd/m², connectique DVI, HDMI, VGA

CATÉGORIE Milieu de gamme

CONTACT Iiyama, tél.: 08 25 82 89 36

PRIX 230€



Telefunken Sound Mobile MU802

Enceinte

Cette enceinte est la première à être réellement autonome. En effet, elle se passe de fils pour recevoir la musique ainsi que de courant pour fonctionner. Sa batterie se recharge à l'énergie solaire par un panneau photovoltaïque situé sur le dessus. Ainsi, nous avons pu écouter de la musique en continu pendant six heures après une charge complète d'une journée à la lumière du jour sans soleil direct. Il suffit de la placer près d'une fenêtre. En cas d'urgence, une recharge par un port USB est toujours possible. La transmission sans fil se fait en Bluetooth et tout appareil compatible comme un smartphone ou une tablette sera immédiatement reconnu sans aucun problème lors de la configuration. La distance maximale est d'environ 10 mètres sans obstacle. Les commandes se résument à un bouton de mise en service et de réglage du volume. Des voyants renseignent sur l'état de charge et de la connexion. Cette enceinte est même protégée contre les éclaboussures et résiste à l'eau. Elle pourra donc être utilisée en extérieur tant qu'il ne pleut pas. Le son produit est étonnamment puissant mais il faudra se limiter pour garder un rendu acceptable. Logiquement, il y a peu de basses mais dans l'ensemble la restitution est correcte avec de la clarté à défaut de dynamique. On retiendra surtout que c'est la première enceinte réellement indépendante de toute source de contenu et de courant.

CARACTÉRISTIQUES

Enceinte autonome, transmission sans fil en Bluetooth, recharge par énergie solaire et en USB, 21,7 x 19,2 19,7 cm, 1,4 kg

CATÉGORIE Haut de gamme

CONTACT Telefunken, tél.: 08 92 70 50 44

PRIX 149€



Audio-Technica ATH-ANC7b

Casque

L'Audio-Technica ATH-ANC7b est un casque à réduction de bruit active particulièrement adapté à l'utilisation dans les environnements bruyants. Il est d'une construction très robuste et très sérieuse. Il utilise un système de réduction propre au constructeur et appelé QuietPoint. Il s'appuie sur des capteurs qui mesurent les sons à l'intérieur et à l'extérieur des oreillettes. Ces dernières comportent plusieurs compartiments internes indépendants avec de nombreux boudins de mousse afin d'amortir les sons extérieurs. Ce casque est un de ceux qui filtre le mieux les bruits extérieurs aussi bien en mode passif qu'avec le système antibruit activé. De même, les performances à l'écoute sont également excellentes quelque soit le mode choisi. La restitution bénéficie d'une large bande passante, de graves amples et généreux ainsi que d'une sensation d'espace satisfaisante et d'une bonne dynamique. On n'obtient pas autant de détails et de précision qu'avec un très bon casque Hi-Fi passif mais pour un modèle à réduction de bruit actif, les résultats sont proches de l'exceptionnel. Il faut ajouter à cela que l'Audio-Technica ATH-ANC7b serre un peu fort les oreilles mais demeure d'un grand confort et se laisse porter pendant des heures sans trop de fatigue.

CARACTÉRISTIQUES

Casque clos circum-auriculaire à système de réduction de bruit actif, réduction du bruit supérieur à 20 dB, double capteur, impédance 300 ohms, sensibilité 109 dB/mW, réponse en fréquence 10 Hz à 25 kHz, 200 grammes

CATÉGORIE Haut de gamme

CONTACT Audio-Technica, tél.: 01 43 72 82 82

PRIX 255€



Samsung Galaxy Note

Smartphone

Le dernier androphone du constructeur coréen va au bout de la tendance des smartphones géants en adoptant une diagonale d'écran de 5,3 pouces. Pour autant, le Note est fin (9,9 mm) et léger (180 g) au regard de sa taille. Elle empêche tout de même de le transporter confortablement dans une poche de pantalon. La prise main n'est pas évidente pour téléphoner mais le confort est évidemment maximal pour les autres usages. Ce smartphone est aussi très puissant avec un processeur double-cœur à 1,4 GHz et 16 Go de mémoire. L'écran affiche un rendu de grande qualité puisque la dalle Super AMOLED offre des couleurs superbes et une résolution très élevée de 1280x800 pixels. Le Note est donc parfait pour regarder des vidéos, jouer ou naviguer sur le Web. Se pose la question de sa réelle appartenance. C'est un téléphone mais ce sera plus une fonction additionnelle car pour cette activité seule, il ne se justifie pas. En revanche pour toutes les autres fonctions d'un smartphone, il apporte un confort inégalé se rapprochant ainsi d'une tablette.

CARACTÉRISTIQUES

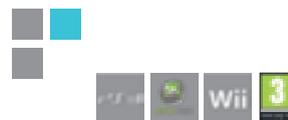
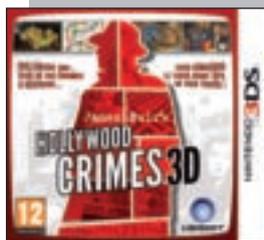
Écran 5,3 pouces Super AMOLED, processeur Samsung double-cœur 1.4 GHz, mémoire 16 Go, capteur photo 8 Mpixels, A-GPS, Android 2.3.5, connectivité WiFi n, Bluetooth 3.0 micro-USB, 146.9 x 83 x 9.7 mm, 178 grammes

CATÉGORIE Haut de gamme

CONTACT Samsung, tél.: 08 25 08 65 65

PRIX 679€

GUIDE
40 JEUX



Winter Stars

- **Simulation sportive**
- **Disponible**

Toujours courus dans la période de fin d'année, les jeux de sports d'hiver répondent présents cette année via ce jeu développé par le studio spécialiste du genre 49Games (Summer Challenge, Winter Sports 2011 : Go for Gold...). Ce sont 11 disciplines qui sont proposées ici incluant bobsleigh, biathlon, descente à ski, patinage artistique, snowboard cross... Plusieurs modes de jeu répondent à l'appel. La particularité du titre est d'exploiter les différents accessoires de repères de mouvements, du Kinect pour Xbox 360 au PlayStation Move en passant par le Balance Board de la Wii.

■ PLAN MARKETING

Koch Media annonce une campagne Internet via la régie Sticky Ads (Gala, Voici, Première, Direct 8...) sur une quarantaine de sites pour une semaine. Un plan est prévu sur Allociné pour 11 jours. L'éditeur prévoit une mise en avant dans les catalogues grande distribution et chez les revendeurs spécialisés. Un dispositif est prévu avec le sportif et présentateur Taig Khris.

■ MISE EN PLACE

Non communiquée

■ DÉVELOPPEUR

49Games

■ EDITEUR

Deep Silver

■ DISTRIBUTEUR

Koch Media France

■ NOMBRE DE JOUEURS

1 à 4

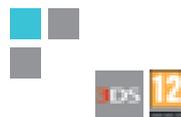
(1 à 2 sur Xbox 360)

■ JEU EN LIGNE

NC

■ PRIX PUBLICS CONSTATÉS

49,99€ (39,99€ sur Wii)



James Noir's Hollywood Crimes

- **Aventure/puzzle**
- **Disponible**

Mettant en scène le Hollywood des années 60 à la mode film noir, ce jeu d'enquête et de puzzle propose au joueur de se lancer sur la piste d'un tueur en série. Pour enquêter sur chaque scène de meurtre, il s'agira de choisir quelles énigmes résoudre : labyrinthe, questions à base d'images ou de chiffres, jeux de mots, dessins... Un total de 150 énigmes est au programme de ce jeu dont la difficulté s'adapte automatiquement en fonction des performances du joueur.

■ PLAN MARKETING

Non communiqué

■ MISE EN PLACE

Non communiquée

■ DÉVELOPPEUR

Ubisoft

■ EDITEUR

Ubisoft

■ DISTRIBUTEUR

Ubisoft

■ NOMBRE DE JOUEURS

1

■ JEU EN LIGNE

Oui

■ PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

40€ environ



King of Fighters XIII

- **Combat**
- **Disponible**

Série bien connue des amateurs de jeux de combat 2D, King of Fighters accueille une nouvelle itération sur consoles de salon, mettant en scène tous les personnages de la série. Une trentaine de combattants différents sont proposés ici (avec de nouveaux coups dont le Neo Super Max) et l'aspect online a fait l'objet de soins particuliers de la part de l'éditeur. Une dizaine de modes de jeu sont disponibles, dont un mode histoire où des fins propres à chaque personnage ou équipe formée sont présentées. A noter, pour les connaisseurs, que ce chapitre marque la conclusion de la l'histoire de la saga Ash.

■ PLAN MARKETING

Non communiqué

■ MISE EN PLACE

Non communiquée

■ DÉVELOPPEUR

SNK Playmore

■ EDITEUR

Rising Star Games

■ DISTRIBUTEUR

CLD

■ NOMBRE DE JOUEURS

1 à 2

■ JEU EN LIGNE

Oui

■ PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

60€ environ





Docteur Lautrec et les Chevaliers Oubliés

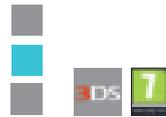
- **Aventure/puzzle**
- **Disponible**

Konami propose un tout nouveau jeu d'enquête et d'aventure spécialement développé pour la Nintendo 3DS. Dans le Paris de la fin du 19ème siècle, le Dr Lautrec, professeur d'archéologie au Musée d'histoire naturelle passe son temps à rechercher les trésors disséminés dans la capitale. Pour mettre la main sur un trésor relié à la dynastie des Bourbons, Lautrec va devoir se frotter à 250 énigmes différentes (puzzles, casse-têtes, jeux de logique...) sans oublier des scènes d'action et d'infiltration dans les catacombes de la ville.

- **PLAN MARKETING**

Konami a notamment organisé une chasse aux trésors dans Paris fin novembre à l'occasion du lancement du jeu. Avec de multiples lots à la clé, dont des consoles 3DS, des jeux Konami...

- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Konami
- **EDITEUR** Konami
- **DISTRIBUTEUR** Konami
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**
45€ environ



Super Pokemon Rumble

- **Gestion/combat**
- **Le 2 décembre**

Adaptation sur la console portable 3D de la marque d'un jeu paru en téléchargement sur Wii en 2009, Super Pokemon Rumble marque aussi la première apparition de la célèbre franchise sur la plate-forme. Le titre met en scène des affrontements mettant en scène des hordes de jouets Pokémon. L'aventure peut se faire seul ou en compagnie d'un ami, en mode coopération en équipe (local, Street Pass). L'éditeur annonce plus de 600 jouets Pokémon à découvrir dans le jeu mais aussi bien sûr à collectionner (en 3D stéréoscopique). D'autant que ceux-ci comprennent également les nouvelles créatures issues des versions Noire et Blanche.

- **PLAN MARKETING**

- Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Nintendo
- **EDITEUR** Nintendo
- **DISTRIBUTEUR** Nintendo
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 2
- **JEU EN LIGNE** NC
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**
50€ environ



Happy Feet 2

- **Jeu de rythme**
- **Disponible**

Alors que le film Happy Feet 2 sort en salles le 7 décembre et se positionne donc dans la course au blockbuster familial de fin d'année, Warner propose un jeu vidéo multiplateformes basé sur la licence. Le titre propose de participer à des activités mettant en scène les fameux manchots des films, à base de danse mais aussi de courses. Jouable seul ou en multijoueurs, Happy Feet 2 se présente comme un jeu de rythme dans lequel les enfants ont l'opportunité de rencontrer et interagir avec les personnages des films.

- **PLAN MARKETING**

- Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** KMM Games/ WayForward
- **EDITEUR** Warner Bros
- **DISTRIBUTEUR** Warner Bros
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**
entre **40€** et **50€ environ**



GUIDE
42 VIDÉO



Petits êtres bleus Les Schtroumpfs

■ Animation
■ 3 décembre

Chassés de leur village par le sorcier Gargamel, les Schtroumpfs se retrouvent au beau milieu de Central Park. Après Scooby-Doo et Scooby-Doo 2, les Schtroumpfs est le troisième film du réalisateur Raja Gosnell qui utilise la technique du live-action, permettant de mettre en scène de vrais acteurs aux côtés de personnages d'animation. Le long métrage a été tourné à New York dans des endroits célèbres comme le Belvedere Castel à Central Park, le magasin de jouets FAO Schwartz et le restaurant Russian Tea Room. Le film a totalisé plus de 2,6 millions d'entrées en France.

■ MISE EN PLACE
250 000 exemplaires tous supports confondus.

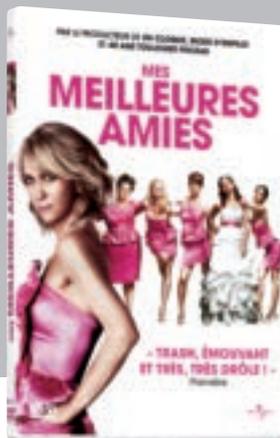
■ PLAN MARKETING
La sortie est appuyée par une grosse campagne TV sur les chaînes hertziennes et le câble, une campagne sur nickelodeon.fr, commeaucinema.com et une page de pub dans un grand mensuel cinéma.

■ EDITEUR Sony Pictures Home Entertainment

■ DISTRIBUTEUR Sony Pictures Home Entertainment

■ PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray combo)
29,99€ (Blu-ray 3D)



Changement de peau La Piel que habito

■ Thriller
■ 17 décembre

Présenté en compétition officielle au dernier Festival de Cannes, La Piel que habito marque les retrouvailles plus de vingt ans après Attache-moi entre Pedro Almodovar et son acteur fétiche Antonio Banderas. Le film est adapté librement du roman français Mygale de Thierry Jonquet et le réalisateur espagnol fait sa première incursion dans le thriller fantastique en filmant l'implacable vengeance d'un expert en chirurgie esthétique. Sorti en salles cet été, le film a réalisé près de 670 000 entrées.

■ MISE EN PLACE
40 000 exemplaires

■ PLAN MARKETING

Le film est soutenu par des partenariats avec Télé Ciné Obs, Allociné et France Inter et une campagne presse avec Télérama.

■ EDITEUR Pathé

■ DISTRIBUTEUR Fox Pathé Europa

■ PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray combo)



Film de filles ! Mes meilleures amies

■ Comédie
■ 14 décembre

Ce film sur un groupe de jeunes femmes désacralise l'enterrement de vie de jeune fille par son humour potache, scato et trash. C'est à suite de leur collaboration sur En Cloque, Mode d'Emploi que le producteur Judd Apatow a proposé Kristen Wiig (Paul, Crazy Night) d'écrire le scénario de cette comédie qui met le feu au poudre face aux traditionnels films sentimentaux américains. Mes meilleures amies a conquis près de 560 000 spectateurs français.

■ MISE EN PLACE
40 000 exemplaires

■ PLAN MARKETING

Le titre bénéficie d'une campagne TV de 100 000 euros sur le câble et le satellite, d'un partenariat avec Direct Star, d'une animation internet sur la page Facebook qui compte 16 000 fans et d'une campagne et d'un partenariat avec Fun Radio.

■ EDITEUR Universal Pictures Vidéo

■ DISTRIBUTEUR Universal StudioCanal Vidéo

■ PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
19,99€ (Blu-ray combo)

Naissance d'un héros Captain America The First Avenger

■ Aventure
■ 17 décembre

Cette adaptation cinématographique de la célèbre BD signée Marvel donne vie à un héros profondément humain aux pouvoirs surnaturels. En pleine Seconde Guerre mondiale, un jeune gringalet est recruté dans le cadre d'un programme expérimental qui le transforme en super soldat doté d'une force, d'une vitesse et d'une agilité incroyables. Captain America est le héros partout a commencé, celui qui se trouve aux sources de l'univers Marvel. Il s'agit du premier des Avengers, la ligue des justiciers qu'il dirigera par la suite et qui réunira entre autres, Iron Man et Thor. Le film a totalisé un million de spectateurs.

■ MISE EN PLACE
Non communiquée

■ PLAN MARKETING

Campagne TV sur M6, W9, NRJ12, NT1, MTV, 13ème rue, campagne internet, campagne radio sur NRJ et campagne presse (20 minutes, Première) sont les atouts promotionnels du titre.

■ EDITEUR Paramount Home Entertainment

■ DISTRIBUTEUR Paramount Home Entertainment

■ PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray combo)
29,99€ (super combo 3D)

FOR GAMERS. BY GAMERS.™

www.xtrium.com

BATTLEFIELD 3™
COLLECTOR'S EDITION



BATTLEFIELD 3



PRENEZ L'AVANTAGE
SUR VOS ADVERSAIRES!



RAZER
BlackWidow

RAZER
Scarab



RAZER
Imperator



RAZER
ONZA

XTRIMUM

DISTRIBUE EXCLUSIVEMENT AUSSI EN FRANCE

Comply™ | EDIFIER® | InneRgie | JAYS | G-STARWARE | PHONAK | RAZER

© 2011 All Rights Reserved. Razer USA Ltd and affiliated companies. Actual products may differ from pictures. Information correct at time of printing. © 2011 Electronic Arts Inc. Tous droits réservés.



Easy tools for easy life.*

Nouvelle Collection
City Classic.
Le savoir-faire
d'Urban Factory

* Des outils pour vous faciliter la vie.

City Classic

www.urban-factory.com

