jDLi

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs
www.jdli.com

N°211/ 6 février 2012

SORTIE LE 22 FÉVRIER

PSVITA™

PlayStation® Vita

Sortie le 22 février

PSVITA
PlayStation Vita

©2011 Sony Computer Entertainment Europe. "PS3" and "PlayStation" are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. Also, "PSVITA" is a trademark of the same company.
All titles, content, publisher names, trademarks, artwork, and associated imagery are trademarks and/or copyright material of their respective owners. All rights reserved. All information correct at the time of print.

UN PLAN MÉDIA MASSIF ET PUISSANT !

CAMPAGNE TV

TF1 · M6 · W9 · CANAL+ · GAME ONE · NT1 · NRJ 12 · DirectStar

CAMPAGNE PRESSE

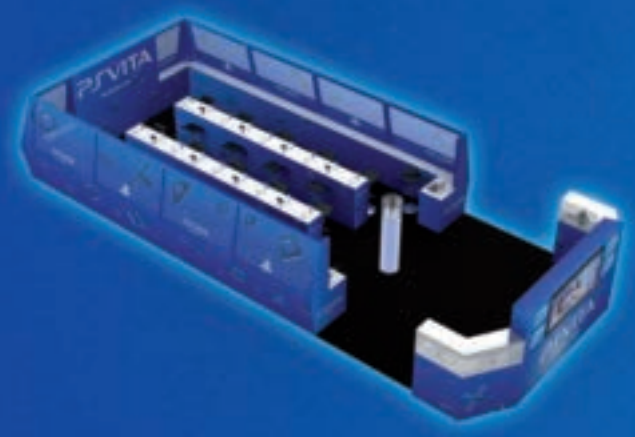
CAMPAGNE WEB

jeuxvideo.com · jeuxvideo.fr · GAME ONE · msn.fr · Skyrock · YouTube · clubic.com · ALLOCINE · M6 REPLAY · facebook

UN DISPOSITIF MAGASIN IMPACTANT

STANDEE · BOX PLIABLE (50 pièces) · BOX 1/2 PALETTE (60 pièces) · ARCHE (120 pièces)

VIVEZ EN EXCLUSIVITÉ L'EXPÉRIENCE PS VITA



Du 18 janvier au 18 février, venez tester la PS Vita dans les 10 plus grands centres commerciaux de France.

- Un stand de 50 m²
- 20 consoles en démonstration
- Du 18/01 au 21/01 : Les 4 Temps et Lille V2
- Du 25/01 au 28/01 : Créteil Soleil et Lyon Part Dieu
- Du 1/02 au 4/02 : Vélizy 2 et Marseille Grand Littoral
- Du 8/02 au 11/02 : Rosny 2 et Toulouse Grand Portet
- Du 15/02 au 18/02 : Evry 2 et O'Parinor

SOMMAIRE

4

JDLI 211

6 FÉVRIER 2012

MARCHÉ

6 News

12 **Focus : GfK**
Comment se porte le marché du jeu vidéo ?
Rencontre avec Georges Fornay du Sell et Jean-François Boone de GfK

SOFTWARE

16 News

19 **Focus : EA Sports**
Foot de rue, SSX, tennis de retour au sein du label

20 **Interview : Nintendo**
Philippe Lavoué, Directeur général adjoint de Nintendo France

24 **Focus : PlayStation Vita**
Tout savoir sur la nouvelle console portable de Sony qui sort fin février

HARDWARE

30 **Salon : CES 2012**
Les grandes tendances du salon de Las Vegas dédié à l'électronique grand public

GUIDES

48 Jeux vidéo

50 DVD vidéo et Blu-ray

Jeux vidéo plus faible fut la baisse

L'année vidéoludique qui s'est achevée le 31 décembre dernier a connu un chiffre d'affaires en recul. Une situation qui n'a rien de surprenant alors que l'on est sur la fin d'un cycle de consoles. Sur le marché dess portables, la reprise, qui s'est déjà faite sentir fin 2011 devrait se confirmer en 2012. Côté salon, attendons de connaitre les forces en présence en 2012 pour prévoir ou non un retour à la croissance. Lire page 12.

GfK

2011, les biens technologiques dans la souffrance

Nous vous en avions donné un aperçu en avant-première grâce à l'interview de François Klipfel, Directeur général adjoint de GfK France : les ventes de biens technologiques ont été à la peine en 2011.
A 16,8 milliards d'euros de CA le marché des biens technologiques (EGP, IT, Télécom, Photo) recule de 4,7 % et accuse 800 millions d'euros de moins qu'en 2010.
L'ensemble des familles de produits des biens technologiques reculent, mais c'est d'Electronique Grand Public l qui paie le prix le plus élevé. Les ventes de téléviseurs, si elles se maintiennent à un niveau très élevé en volume, avec 8,7 millions de téléviseurs vendus en 2011 (vs 8,5 millions en 2010), elles s'effondrent en valeur. Le prix moyen s'écroule, passant de 723 euros à 432 euros. Les autres biens de l'EGP étant eux-mêmes en petite forme (notamment les lecteurs Blu-ray), tout le secteur perd près de 10 %.
Ce sont les marché IT et Télécoms, portés respectivement par les PC portables, les tablettes et les smartphones qui auront tiré leur épingle du jeu en 2011. Nous y revenons dès le prochain numéro.

Six millions de Kindle Fire

Les ventes de la tablette Kindle Fire, la tablette à 199 dollars d'Amazon (en couleurs et compatible Android), s'élèveraient à six millions de machines aux Etats-Unis au cours du dernier trimestre 2011 selon un analyste du cabinet Stifel Nicolaus, cité sur le site de L'Expansion. Il tablait auparavant sur une estimation de cinq millions de ventes… L'étude souligne que le développement du parc de lecteurs de livres électroniques va « *générer des revenus conséquents dans la vente de contenus et en parallèle baisser les frais postaux dépensés par Amazon, qui offre la livraison gratuite sur les produits non dématérialisés* ». Le cabinet relève donc son estimation du chiffre d'affaires d'Amazon pour l'année 2012 à 67,2 milliards de dollars (+ 2,34 milliards). Le modèle Kindle Fire est pour le moment uniquement vendu sur le marché américain.

amazon.com

JDLi

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@microscoop.com
Rédacteur en chef
Sébastien Anxolabéhère
01 41 58 58 26
sanxo@microscoop.com
Rédacteur en chef adjoint
Patrick Hellio : 01 41 58 58 27
phellio@microscoop.com

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

A collaboré à ce numéro :
Marie-Sylvie Maufus

PUBLICITÉ
Directeur de publicité
Miguel Mato : 01 41 58 58 23
miguel@microscoop.com
Directeur de clientèle
Pierre Bon : 01 41 58 59 21
pierre@microscoop.com

Directeur de clientèle
Florian Picard : 01 41 58 59 22
florian@microscoop.com
Directeur de clientèle
Bernard Bibas : 01 41 58 59 23
bernard@jdt.fr

MAQUETTE
Directrice Artistique
Anastasie Babic
anastasie@microscoop.com

Rédacteurs graphistes
Benoît Maurice
Christophe Monfort

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

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.

JUKEBOX
Pour iPad

BORNE D'ARCADE
Pour iPad

SCANNER Pour iPad

PLATINE
Pour iPad/iPhone/iPod

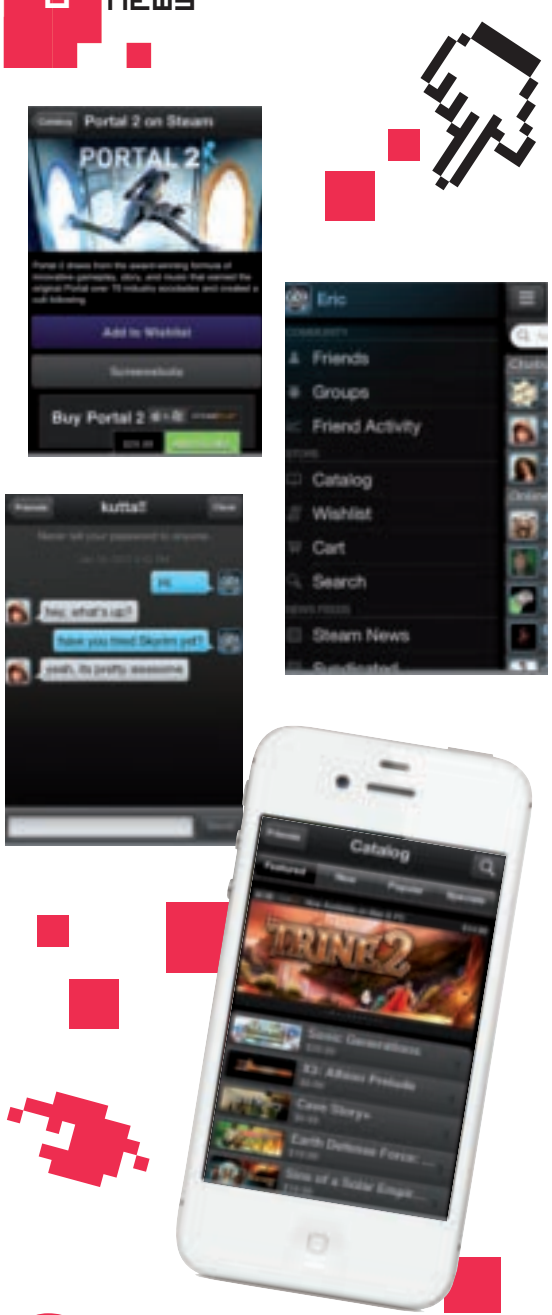
CONTRÔLEUR JEUX
Pour iPhone/iPod

GUITARE Pour iPad

APPS ACCESSOIRES

ION®

Algam Multimédia - multimedia.algam.net - Tél : 02 40 18 37 99 - Fax : 02 40 18 37 98 - multimedia@algam.net



Steam
en version mobile

Valve vient de lancer une version Bêta (encore en développement) de la déclinaison mobile de sa plate-forme Steam, leader de la vente de jeux dématérialisés sur PC. Proposée aux formats Android et iOS, l'application permet aux utilisateurs d'accéder à certaines fonctionnalités de la fameuse plate-forme depuis un smartphone : discussions avec ses contacts, visite de la boutique, gestion du profil ou encore bien entendu consultation des dernières news. *« L'application Steam a beaucoup été demandée par nos consommateurs »*, a souligné Gabe Newell, co-fondateur de Valve. A l'image de l'application Xbox de Microsoft, celle-ci va permettre à l'éditeur de la plate-forme de conserver le contact avec ses utilisateurs à tout moment. Rappelons qu'outre les jeux Valve (Half-life, Portal…), Steam commercialise les productions de nombreux autres éditeurs sous forme dématérialisée sur PC. L'application se télécharge gratuitement.

Microsoft
Jeux vidéo et Web prennent l'avantage

Selon une dépêche Reuters, le géant américain verrait aujourd'hui ses activités jeux vidéo mais aussi celles liées à Internet représenter plus de poids dans son chiffre d'affaires que la vente de systèmes d'exploitation, métier historique du groupe. Lors de la publication de ses résultats trimestriels, Microsoft a annoncé avoir enregistré une hausse de 5 % de son chiffre d'affaires à 20,9 milliards de dollars sur la période et stabilisé son chiffre d'affaires à 6,6 milliards de dollars, des résultats supérieurs aux prévisions. Dans le détail, on observe à nouveau une baisse des ventes de la division Windows qui s'établissent à 4,7 milliards de dollars (-6 %). Bon score en revanche du côté des logiciels professionnels et notamment de la suite bureautique Office qui progresse de 2,8 % pour représenter 6,28 milliards de dollars, soit la plus importante activité du groupe. Le jeu vidéo compte également de plus en plus au sein de Microsoft puisque les activités Xbox 360 représentent 4,24 milliards de dollars, soit une progression notable de 14,6 %. La division Internet du groupe affiche, quant à elle, une progression de 10 % de son chiffre d'affaires qui s'établit à 787 millions de dollars. Cumulés, activités Web et jeux vidéo pèsent plus sur la période que les systèmes d'exploitation. En attendant la sortie de Windows 8 bien entendu.

Electronic Arts
accueille le Messi

L'éditeur américain annonce avoir signé *« un contrat pluriannuel »* avec le footballeur Lionel Messi autour du label EA Sports. Le célèbre sportif, triple Ballon d'Or, devient ainsi le nouvel ambassadeur des jeux de football de la marque. FIFA Street sera le premier titre de la marque à profiter de l'accord, arborant la photo de Messi sur la jaquette et certains contenus étant dédiés à la star (voir focus page 19). *« Je veux faire partie de l'équipe qui réalise le meilleur jeu vidéo de football au monde »* a expliqué le champion du FC Barcelone. *« EA Sports est une marque qui partage mes valeurs de créativité, d'excellence et de responsabilité sociale »*. Rappelons que Messi était depuis plusieurs années ambassadeurs de Pro Evolution Soccer chez Konami.

Numericable s'aligne sur Free

La nouvelle Box de Numericabke

La réaction en chaîne provoquée par les offres de Free Mobile se poursuit. Après Zero Forfait, Budget Mobile, Bouygues Télécom et Virgin Mobile, c'est désormais au tour de Numericable de lancer une offre aussi attractive que celle du nouvel opérateur mobile. Commercialisée au prix de 19,99 euros mensuels, cette offre sans engagement comprend des communications voix illimitées en France et vers 40 destinations internationales, des SMS illimités ainsi qu'un volume de data de 3 Go, limité au-delà. En mai 2011, Numericable avait déjà lancé un forfait mobile illimité voix, SMS et data à 24,90 euros, un tarif que l'opérateur avait toutefois réservé à ses seuls abonnés. Pour bénéficier d'un service identique, les autres abonnés devaient débourser **25,90 euros** de plus.

Du cloud gaming pour la Bbox Sensation

La nouvelle Bbox de Bouygues Telecom, qui combine modem-routeur et décodeur en un seul boîtier, proposera au printemps prochain une nouvelle interface HD 3D, 4 flux WiFi HD, et de nouveaux services de TV de rattrapage, de VOD, et de cloud gaming. Elle sera disponible en version fibre et ADSL. La Bbox Sensation, qui été conçue pour être *« le pivot de la vie numérique de [nos] clients »*. Comme pour « LaBox » de Numericable, on trouve ici un boîtier deux-en-un, qui combine modem-routeur et le décodeur. Parmi ses principales caractéristiques techniques, on peut noter que cette nouvelle Bbox est animée par un processeur Intel Groveland, qu'elle bénéficie d'une technologie WiFi en 5 GHz qui lui permet de passer quatre flux HD, et qu'elle a été fabriquée par Samsung, en répondant à un cahier des charges qui exigeait un *« boîtier élégant, silencieux, et avec le moins de fils possibles »*. Pour ce qui est des services, Bouygues Telecom a demandé à ses clients leur définition de la box idéale. Des résultats de cette enquête, comme de l'inspiration des équipes de l'opérateur, sont sortis pas mal de nouveaux services et usages, comme, par exemple, un nouveau portail de catch up TV (télé de rattrapage), un nouveau portail de VOD (vidéo à la demande), un service de jeux en ligne en mode cloud…

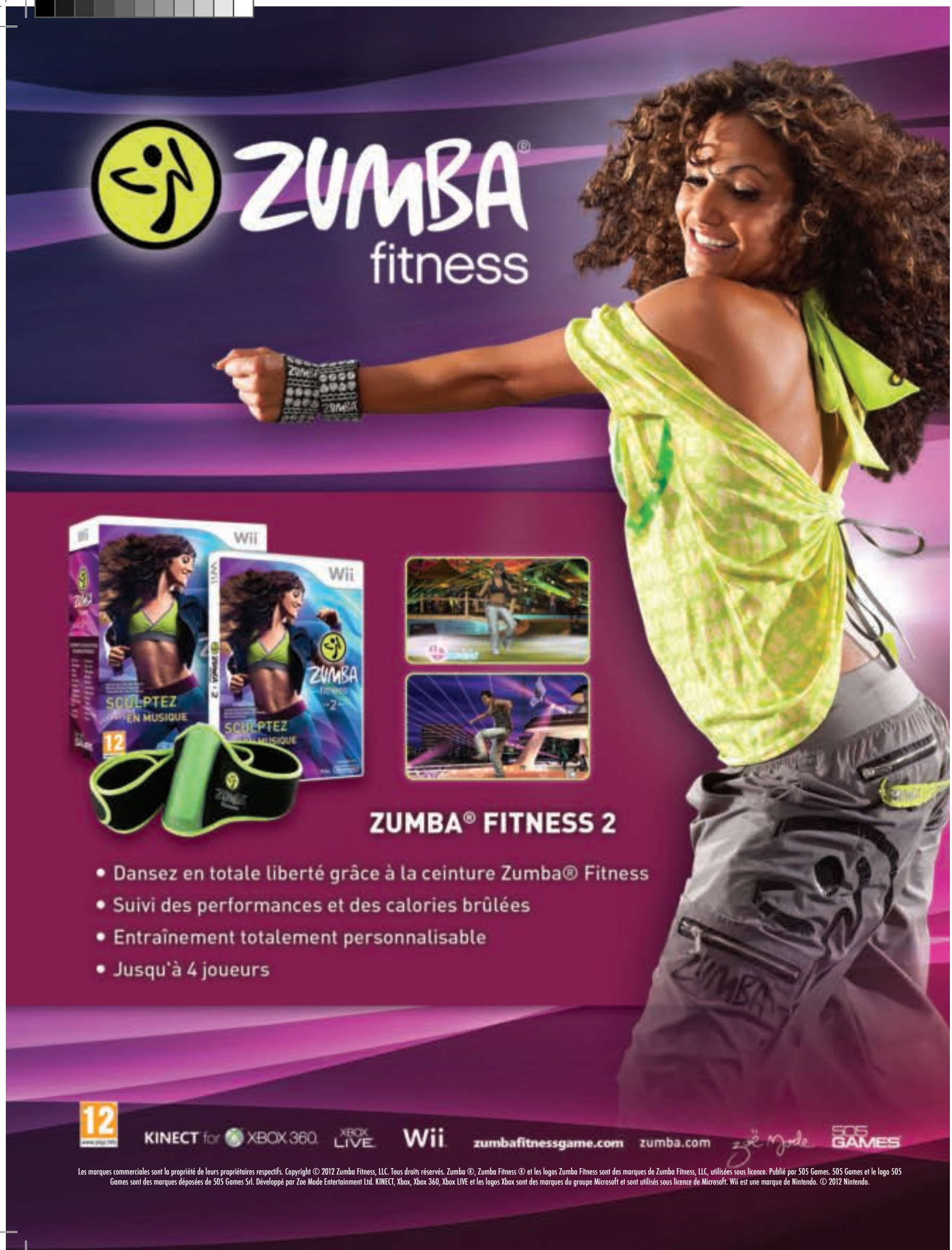
« Dans le nouveau portail de VOD, que nous avons développé avec TF1, on trouvera tous les blockbusters du moment », détaille Olivier Roussat. Pour les clients actuels Bbox, ce nouveau portail sera téléchargé automatiquement et sans frais. Le jeu fait aussi partie des services sur lesquels Bouygues Telecom amène des innovations. *« La Bbox étant très puissante, nous aurions pu demander à Gameloft ou à EA de nous développer de jeux ad hoc, mais les gamers veulent des vrais jeux, pas des erzats, explique Olivier Roussat. Nous sommes donc les premiers en France à faire un partenariat avec Playcast [service de cloud gaming] pour que les adeptes des jeux puissent accéder aux derniers hits »*.

Carrefour à la croisée des chemins

Carrefour changera de tête en juin. Les résultats décevants du distributeur français depuis plusieurs années ont fini par avoir raison de Lars Olofsson, en place depuis 2008. Georges Plassat, un spécialiste de la distribution âgé de 62 ans le remplace. Il dirigeait précédemment Vivarte, qui détient les enseignes Andrée, Kookai, San Marina, La Halle, Naf Naf et Chevignon. Il va avoir la lourde charge de remettre en bonne ordre une enseigne qui n'a pas su se transformer face au développement

La musique dématérialisée continue d'avancer

C'est l'Ifpi (International Federation of Phonographic Industry) qui le révèle : les recettes générées par les ventes de musique dématérialisée, quelle qu'en soit la forme (téléchargement, streaming payant par abonnement ou financé par la pub), ont atteint 5,2 milliards de dollars en 2011, en hausse de 8 %. Elles représentent désormais un tiers (32 %) du total du marché de la musique enregistrée. Derrière ce chiffre se cachent des disparités, avec des pays « en avance », comme les Etats-Unis ou la Corée, dont les ventes dématérialisées dépassent les 50 %, et d'autres, dont la France, plus à la remorque. L'Ifpi estime par ailleurs que les dispositions prises en France avec Hadopi se révèlent efficaces, comme en témoigne la baisse du nombre d'utilisateurs de sites de peer-to-peer, passé de six à quatre millions. Cependant, la Fédération ne sait distinguer le rôle d'Hadopi et les conséquences de l'amélioration des propositions légales type Deezer ou Spotify. Enfin, sachez que le téléchargement fonctionne très bien en Chine, où il représente 71 % des ventes totales. Des ventes totales qui génèrent un chiffre d'affaires de 67 millions de dollars, autant dire rien. Car 99 % du marché relève de la piraterie, sous toutes ses formes…


ZUMBA®
fitness
Wii
SCULPTEZ
EN MUSIQUE
12
ZUMBA® FITNESS 2
• Dansez en totale liberté grâce à la ceinture Zumba® Fitness
• Suivi des performances et des calories brûlées
• Entraînement totalement personnalisable
• Jusqu'à 4 joueurs
12
KINECT for XBOX 360
XBOX LIVE
Wii
zumbafitnessgame.com
zumba.com
505 GAMES
Les marques commerciales sont la propriété de leurs propriétaires respectifs. Copyright © 2012 Zumba Fitness, LLC. Tous droits réservés. Zumba ®, Zumba Fitness ® et les logos Zumba Fitness sont des marques de Zumba Fitness, LLC, utilisées sous licence. Publié par 505 Games. 505 Games et le logo 505 Games sont des marques déposées de 505 Games Srl. Développé par Zoe Mode Entertainment Ltd. KINECT, Xbox, Xbox 360, Xbox LIVE et les logos Xbox sont des marques du groupe Microsoft et sont utilisés sous licence de Microsoft. Wii est une marque de Nintendo. © 2012 Nintendo.

6 MILLIONS DE JOUEUSES CONQUISES DANS LE MONDE!

PLUS DE 200 000 PIÈCES VENDUES EN FRANCE!

LE PHÉNOMÈNE ZUMBA® FITNESS REVIENT SUR LE DEVANT DE LA SCÈNE!

ZUMBA® FITNESS RUSH

- Plus de musiques, des instructeurs célèbres, de nouvelles scènes...
- 42 nouvelles chorégraphies et 24 styles de danse aux rythmes d'horizons divers.
- Les tubes de Pitbull, Nicole Scherzinger et bien d'autres...
- Brûlez des calories, lâchez-vous!

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
Campagne TV		••●••	••●••			••●••	••●••
Campagne Online		••●••	••●••	••●••	••●••		
Activité PR	••●••	••●••	••●••	••●••	••●••	••●••	••●••
Activité Trade	••●••	••●••	••●••	••●••	••●••	••●••	••●••
Partenariats	••●••	••●••	••●••	••●••	••●••	••●••	••●••

Disponible le 24 février 2012

Blackberry change de tête(s)

Malgré les qualités reconnues de ses produits Blackberry, RIM, le fabricant américain de smartphones et tablettes, perd des parts de marché. Apple, mais aussi les smarphones sous OS Android, lui mènent la vie dure au point que la société a perdu les trois quarts de sa valeur en bouse en un an. Alors que le marché des smartphones est une forte croissance, les dernières prévisions font état d'un recul de l'ordre de 25 % des ventes de Blackberry sur la période décembre 2011-mars 2012. Ce qui représente plus de trois millions de terminaux de moins qu'un an plus tôt. Quant aux tablettes, la PlayBook n'a trouvé que 150 000 acquéreurs et RIM a dû provisionner 500 millions de dollars de dépréciation de stock… Conséquence, les numéros un et un bis de la société ont rendu leurs tabliers et c'est désormais Thorsten Heins, jusqu'alors numéro trois dans l'organigramme du groupe qui en prend la tête. Les départs de Jim Balsillie et Mike Lazaridis signent la fin d'une époque, car ils étaient co-fondateurs de Blackberry et détiennent toujours 11 % du capital.

Le nouveau big boss ne semble pas cependant vouloir changer la société en profondeur : « je ne vais en aucun cas diviser le groupe ou le séparer en plusieurs sociétés différentes », a-t-il déclaré, en vantant le modèle d'intégration verticale existant. Des propos salués par les investisseurs… par une baisse du titre de 6% !

Kodak prend ses cliques et ses claques ?

S'il est une marque qui symbolise l'histoire de la photographie, c'est bien Kodak. Créée en 1881, l'Américain risque de disparaître. Il a déposé le bilan de demandé à être placé sous la protection du chapitre 11 qui lui permet de continuer son activité sans la pression de ses créanciers. Valorisé moins de 100 millions de dollars le 19/01/2012 (contre 30 milliards en 2004 !), Kodak a obtenu une ligne de crédit de 950 millions de la monnaie américaine sur 18 mois auprès de Citygroup qui doit lui permettre de se relancer. La société, qui totalise encore la 19 000 salariés à travers le monde après en avoir eu plus de 60 000 en 2004, compte sur la vente de 1 100 brevets pour relever la tête et réduire sa dette colossale de 6,8 milliards de dollars.

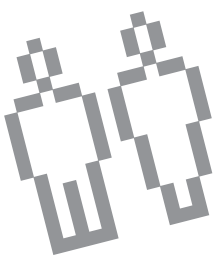
En déficit depuis 2007, Kodak paie d'avoir mal abordé le virage numérique. Totalement dépassé par les constructeurs asiatiques (vrais spécialistes comme Canon, Nikon ou Olympus, ou simplement opportunistes comme Samsung par exemple), l'Américain, un temps parmi les trente entreprises constituant l'indice Dow Jones, joue ses dernières cartes.

Facebook, des emplois bien réels

Internet crée des emplois, c'est même un des rares domaines économiques dans cette situation. Facebook en fait la démonstration, avec la création de 232 000 emplois en Europe (27 pays), selon le cabinet Deloitte. L'écosystème Facebook (l'ensemble des activités économiques induites par le réseau social, directement ou indirectement) aurait généré dans le même espace géographique la somme de 15,3 milliards d'euros. En quelques années, la société créée par Mark Zuckerberg a vu naitre dans son sillage des centaines de start-up, tant dans le domaine de la création (édition de logiciels, développeurs…) que dans celui du marketing et de la communication. En France, Facebook est à l'origine de 1,9 milliard d'euros de CA et de près de 22 000 emplois, selon Deloitte. Julien Cordoniou, Directeur des partenariats de Facebook France se réjouit : « *dans toute l'histoire du logiciel et de l'interne, aucune plate-forme n'a créé autant de valeur, aussi vite. Dans ce contexte ultra-compétitif, l'écosystème Facebook est particulièrement dynamique en France, où plusieurs PME et startup tirent leur épingle du jeu, à en juger par l'état de santé de nos partenaires comme Deezer, Dailymotion Marketshare ou KRDS.* »

Selon l'étude, sur les 22 000 emplois « français », 12 000 l'ont été dans l'univers de la communication et du marketing, avec notamment la création de postes de Community Managers, de social-strategistes, de e-influenceurs, et autres spécialistes des réseaux sociaux. 2100 emplois sont directement liés à l'édition de contenus.

Facebook a par ailleurs annoncé son adhésion au Syntec Numérique, la Chambre professionnelle des métiers du numérique et lance un programme d'aide aix PME européenne, d'un montant de cinq millions d'euros, qui prendra la forme de crédits publicitaires et de ressources de formation.



Easy tools for easy life.*

GfK Jeu vidéo

Une période dans la no

Le marché du jeu vidéo, hard et soft additionnés, demeure le deuxième marché de l'entertainment, derrière le livre (une grosse moitié de l'ensemble) qui gagne 2 % (un classique en période pré-électorale), et devant la vidéo (-9 %) et la musique (-7 %). Son recul de 6 % et même de seulement de 4 % en incluant le dématérialisé, n'est donc pas alarmant, loin de là. S'il y a un signe positif, c'est la capacité du marché du jeu vidéo à ne pas détruire de la valeur : la baisse ne se fait pas au détriment des prix moyens, ce qui signifie que fournisseurs (éditeurs, constructeurs..) comme les distributeurs ne cherchent pas à maintenir les volumes en cassant les prix. *« On sait bien qu'un prix qui a été abaissé est très difficile à remonter »*, rappelle Georges Fornay, l'ancien dirigeant de Sony Computer France, désormais Secrétaire général du Sell. Le prix moyen du hardware n'a reculé que de 4 %, à 204 euros. Une baisse que l'on n'observe que sur les consoles de salon (-6 % à 234 euros), les consoles portables étant parvenues à reprendre des couleurs, à 165 euros (+3 %), grâce à la Nintendo 3DS.

Un marché sain

A titre de comparaison, la marché anglais, qui connait une contraction importante de 13 % a commis cette erreur de détruire de la valeur. *« Le marché français est sain, la baisse est consubstantielle au moment dans lequel on se trouve du cycle de vie des consoles. Elle n'est pas inquiétante »*, se félicite Georges Fornay. Un regard sur l'évolution du marché depuis six ans (2005 correspond à la même phase que 2011, mais sur la génération de consoles précédente) vient à l'appui de ces propos : le marché a crû de 54 % en valeur et de 39 % en volume.

Cependant, les baisses rapides de prix que l'on a pu observer sur certains blockbusters fin 2011, en général d'une quinzaine d'euros, doivent rester une exception. *« On observe qu'une baisse de prix est réellement impactante sur les volumes de vente si elle l'est réellement, de l'ordre de 30 euros »*, explique Jean-François Boone, analyste marketing chez GfK. Pour l'heure le jeu vidéo en France, contrairement à la vidéo par exemple, et surtout contrairement au marché anglais, a très peu réalisé de promotion « multibuy », une technique commerciale destructrice de valeur par excellence. En revanche, la vente de packs type une console plus un ou deux jeux est une solution qui fonctionne bien et apporte un avantage aux consommateurs sans donner le sentiment que les jeux n'ont pas de valeur, le pack étant significativement plus cher que la console nue. *« La vente en pack est une bonne solution pour s'adresser au*

Top 10 Logiciels console en volume 2011

1 Call of Duty Modern Warfare 3 PS3 (Activision) : 899 000 ex

2 Dust Dance 3 – Wii (Ubisoft) : 671 000 ex

Le marché du jeu vidéo a poursuivi son recul en 2011, avec un marché dont le chiffre d'affaires a baissé de 6 %, à 2,38 milliards d'euros pour le marché physique, selon les données les plus récentes que nous a dévoilé GfK. Un chiffre qui monte à 2,9 milliards en intégrant le dématérialisé, et ne recule plus que de 4 %. Ces chiffres signifient-t-ils que l'âge d'or du jeu vidéo est derrière nous ? Non, si on se rappelle que ce recul s'inscrit dans un mouvement global qui reste très haussier sur plusieurs années. Le désormais bien maitrisé « cycle de vie des consoles » joue à plein. La relance du marché des consoles portables avec la Nintendo 3DS d'ores et déjà commercialisée et la PS Vita de Sony dans les starting-blocks se dessine, tandis que les incertitudes sur le marché des consoles de salon ne sera levée qu'avec l'arrivée de la prochaine génération. Par Sébastien Anxolabéhère

orme

grand public », estime Georges Fornay.
Si finalement le marché français du jeu vidéo a connu une baisse maitrisée en 2011, c'est notamment parce qu'aucune de ses composantes ne s'est effondrée. En quelque sorte, les digues ont tenu. Le marché des consoles portables, qui a tant souffert ces dernières années, a tenu avec une hausse de 2 % en volume et de 1 % en valeur. Dans le top 20 des jeux vendus en 2011, on trouve d'ailleurs deux versions de Pokemon sur Nintendo DS, preuve que *« le marché de la DS ne se porte pas si mal »*. Sur PS3 un phénomène comme Call of Duty a pour sa part dépassé ses objectifs pour s'être vendu à plus de 800 000 exemplaires. GfK précise que la concentration n'a pas franchement évolué. En 2010, il fallait 70 jeux, soit 0,87 % du total pour réaliser 50 % du chiffre d'affaires, l'an dernier cette moitié de marché a été réalisée par 0,94 % de l'offre. S'il y a un secteur qui a performé, vivant même sa meilleure année, c'est celui des accessoires, qui réalisé un CA de 289 millions d'euros. *« Les casques pour le jeu online sur console, les cartes prépayées, les manettes, et les devices comme le Move, Kinect et la Wiimote »*, ont bien performé note Jean-François Boone. Des ventes qui illustrent que finalement peu de consoles prennent la poussière dans les placards… Par ailleurs GfK note que les tendances de ces dernières années, comme la dance, le fitness, mais aussi les simulations grand public sur PC type Farming Simulator continue de prospérer. La surprise est venue de Skylander, le jeu d'Activision, qui a bien mis en lumière que tant qu'il y aura de bonnes idées, il y aura des ventes.

Dématérialisation : domination du PC

L'autre grand gagnant de 2011 est certainement le marché du jeu vidéo, dans sa forme dématérialisée. GfK inclut dans cette catégorie les jeux mobiles (sur smartphones essentiellement), sur tablettes, les téléchargements de jeux PC, les « items selling », c'est-à-dire les ventes de produits

Georges Fornay

3 Fifa 12 - PS3 (Electronic Arts) : 451 000 ex

4 Pokemon Version blanche NDS (Nintendo) : 377 000 ex

5 Call of Duty Modern Warfare 3 - Xbox 360 (Activision) : 372 000 ex

6 Pokemon Version Noire NDS (Nintendo) : 357 000 ex

dématérialisés (des armures par exemple) dans des jeux gratuits, et les ventes de contenus online sur console. *« La part la plus importante est constituée par le jeu PC, mais le jeu mobile atteint tout de même 120 millions d'euros avec un prix moyen d'un jeu inférieur à un euro »*, détaille Jean-François Boome, marketing analyst chez GfK. *« Les ventes online de contenu pour consoles ne représentent que quelques % »*, précise-t-il. Le problème des contenus dématérialisés, notamment sur smartphones et tablettes est la part très importante du gratuit, jusqu'à 80 % sur les tablettes. Certes cela permet de faire rentrer de plus en plus de monde dans l'univers du jeu vidéo, et ces joueurs de la gratuité basculeront peut-être à un moment vers des contenus payants. Mais pour l'heure, le ratio entre le nombre de joueurs et les revenus qu'ils génèrent reste faible. *« C'est aux acteurs de l'univers du jeu de faire attention à proposer des contenus capables de garder les joueurs sur consoles »*, note Georges Fornay.

> « Si finalement le marché français du jeu vidéo a connu une baisse maitrisée en 2011, c'est notamment parce qu'aucune de ses composantes ne s'est effondrée. »

En attendant la suite

Dès lors, que faut-il attendre pour 2012 ? On sait que le marché de la console portable sera en croissance, censément à deux chiffres. Nintendo et Sony se chargent de le relancer et les belles performances de Nintendo 3DS en fin d'année 2011 ont démontré que si les jeux de qualité sont là les consommateurs répondent présents. Et celles et ceux qui ont pris la PS Vita en main savent que la nouvelle console de Sony est bien née. Le line-up de lancement devrait par ailleurs satisfaire les joueurs les plus exigeants. Tout le challenge pour le Japonais sera de faire vivre sa console dans le temps, une fois l'enthousiasme du lancement passé. L'incertitude est plus grande côté machines de salon. Les trois consoles actuelles entament, si ce n'est déjà fait, la phase déclinante de leur présence sur le marché. La prochaine Wii, la Wii U, est annoncée pour fin 2012 au plus tard, et de la date de son lancement dépendra certainement la physionomie de l'écosystème des consoles de salon cette année. Plus elle sortira tôt, plus la croissance a de bonnes chances d'être au rendez-vous. Car du côté de ses deux futures concurrentes, le plus probable est qu'elles ne pointent le bout du nez qu'en 2013. Certes une incertitude règne pour la – temporairement baptisée- Xbox 720, mais peu d'observateurs croient en un lancement cette année. Microsoft aura de toute façon fort à faire avec le lancement de Windows 8 en octobre. 2012 sera donc sur le marché des portables clairement la première année d'un nouveau cycle de croissance. Pour les consoles de salon, au mieux devrions-nous en voir les prémices. Dans tous les cas, le modèle espéré par les acteurs du marché est celui des années 2005-2008, durant les le marché du jeu vidéo dans son ensemble à connu une croissance extraordinaire, jusqu'à percer le plafond des trois milliards d'euros, grâce au succès de la Wii et de sa balance board, certes, mais pas seulement.

Le Cloud

2012 pourrait bien également être l'année de l'éclosion d'un nouveau mode de distribution des jeux, le Cloud Gaming. Les industriels présents sur cette technologie (les Onlive, Playcast etc) n'ont pas encore fait la preuve de l'efficience de leur modèle. Modèle économique, mais aussi technologique. Cependant, les accords récemment annoncés entre PlayCast et Bouygues Télecom pour la future box de l'opérateur français, la Sensation, laissent entendre que cela arrive, et pas timidement. Parions que d'autres FAI avanceront sur ce trrain au cours de l'année ? Ce que l'on sait en revanche, c'est que le cloud gaming sera dans les années qui viennent une réalité. Les consommateurs pourront, via leur Box Internet ou leur téléviseur connecté accéder à un catalogue de jeux que l'on promet récents et performants, totalement on line, en streaming. *« Mais il ne faut pas fantasmer, les deux modèles cohabiteront encore longtemps. Le cloud gaming face aux jeux sur supports physiques, ce sera comme la VOD face au home cinema. Pour de la qualité supérieure, les consommateurs seront toujours prêts à acheter un support physique plus cher qu'un jeu en cloud »*, estime Jean-François Boone. *« Il va falloir que les acteurs du marché sachent se repositionner. La vente en téléchargement ou en streaming vont se développer, notamment sous l'impulsion des constructeurs de consoles qui feront de leur machines des plates-formes de distribution. Les éditeurs vont concevoir de plus en plus de jeux pour le Cloud, ce qui offre de grandes opportunités aux studios de développement. Nous sommes face à des évolutions de marché inéluctables, avec un challenge, celui de ne pas détruire de la valeur sans raison par rapport au marché physique. Mais marché physique ou dématérialisé, rappelons-nous que ce sont les mêmes acteurs, les mêmes éditeurs de contenus. Un des grands enjeux de l'industrie est de faire cohabite différents marchés pour élargir encore l'audience du jeu vidéo. Pour l'heure, les ventes physiques ont encore de beaux jours devant elles, d'autant plus que nous bénéficions d'un excellent réseau de distributeurs en France »*, estime Georges Fornay. Le jeu vidéo est donc loin d'être dans une spirale négative. Mais en dehors de toute histoire de cycle de consoles, deux risques apparaissent. Le premier est celui qui consisterait à tenter de maintenir les volumes en baissant les prix, ou en prenant l'habitude de les réajuster très tôt après le lancement du jeu. Quand les consommateurs auront pris l'habitude de payer un blockbuster entre 50 et 60 euros, il sera bien plus difficile de le ramener à une tranche supérieure. Le second est évidemment le risque que font peser les jeux dématérialisées notamment dans les stores Apple ou Android en raison d'une politique tarifaire qui non seulement est un frein à la création de valeur, mais qui plus est peut laisser croire aux néophytes qu'un jeu bien développé vaut si peu. Il n'y a jamais eu autant de joueuses et de joueurs en France. Les nouveaux devices permettent démultiplier les expériences de jeu. Le temps moyen de jeu et 10h38 par semaine.

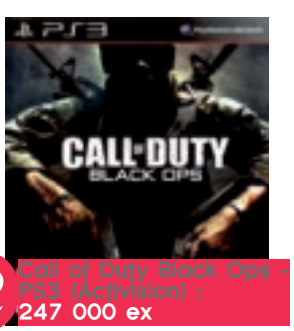
Microsoft : « *Pas de nouvelle console en 2012* »

Dans une interview accordée fin janvier au Point, Microsoft a averti qu'il ne fallait pas s'attendre à l'arrivée d'un successeur à la Xbox 360 cette année. *« Le cycle de la Xbox 360 n'est pas du tout terminé »*, explique Cédric Delmas, Directeur marketing France. *« Ce qui est sûr, c'est qu'il n'y aura rien de nouveau en 2012. Si on devait contrer Nintendo, il faudrait être capable de sortir quelque chose immédiatement et ce n'est pas du tout le cas »*. Si le lancement d'une nouvelle console semble écarté avant 2013, cela n'est nullement incompatible avec de premières annonces au moment de l'E3. Affaire à suivre…

GfK

7 Just Dance 2 - Wii (Nintendo) : 303 000 ex

8 Wii Party - Wii (Nintendo) : 248 000 ex



9 Call of Duty Black Ops - PS3 (Activision) : 247 000 ex

10 Mario Kart 7 - N3DS (Nintendo) : 229 000 ex

ETUI DE PROTECTION
CRYSTAL CUSTOMISABLE

7 Façades
interchangeables

DISPONIBLE
LE 22 FÉVRIER

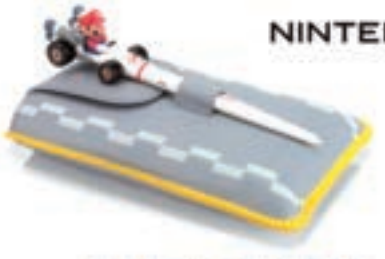
Etui facilement customisable, à l'avant et à l'arrière ...
... en Sony™, Uncharted™, Wipeout™ ou Little Deviants™

7 Façades interchangeables incluses

Emplacements pour 1 PS Vita™, 8 jeux et 2 cartes mémoires

DISPONIBLE : LA GAMME DE HOUSSES CHARACTER KIT

PEACH



NINTENDO 3DS

MARIO KART

MARIO BRICK

DISTRIBUTEUR OFFICIEL FRANCE DE :

DVD - Jeux Vidéo - Accessoires - Figurines

Tél. : + (33) 4 79 25 83 18

www.ecdist.com

Le site de vente réservé aux professionnels

120, rue Sébastien Charléty - 73490 - La Ravoire - France

Max Payne en mai

Rockstar vient de communiquer la date de sortie pour le prochain jeu Max Payne. Il est prévue pour le 18 mai prochain sur consoles et le 1er juin sur PC. Après près de 10 ans d'absence, Max Payne 3 va permettre de retrouver ce personnage de policier torturé dans un tout nouvel environnement. Loin en effet des ruelles sombres du New-York à la mode polar des deux premiers volets, le jeu va cette fois-ci emmener Max dans les rues de Sao Paulo au Brésil où il pensait pouvoir oublier son lourd passé. Lorsque la compagne de l'homme dont il se charge de la protection est enlevée, il doit reprendre du service… Nouveau décor, personnage relooké certes mais l'éditeur souligne sa volonté d'offrir un jeu toujours aussi dynamique et au rendu très cinématographique. Pour la première fois, la série s'ouvrira ici au multijoueurs avec différents modes de jeu.

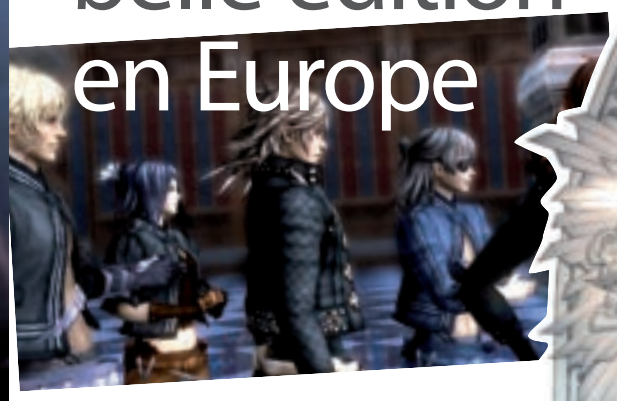
Resident Evil 6 fait parler de lui

Capcom vient de lever un premier voile sur ce que sera Resident Evil 6. L'éditeur japonais confirme en effet la sortie le 20 novembre prochain de ce sixième volet de la série horrifique, dans un premier temps sur PlayStation 3 et Xbox 360, une version PC étant prévue pour un peu plus tard. Dix ans après l'affaire du manoir Spencer (Resident Evil 1), Leon Kennedy et Chris Redfield doivent faire face à une nouvelle vague d'attaques bio-terroristes génératrices de zombies évidemment mal intentionnés. Pour la première fois, ces deux personnages emblématiques de la série vont se retrouver et coopérer dans un même épisode… D'après la première bande-annonce diffusée par Capcom, ce nouveau volet semble s'inscrire dans l'optique plus orientée action de la série, depuis le virage opéré par Resident Evil 4. L'éditeur qualifie ce prochain volet d'expérience « dramatic horror » comme le souligne Hiroyuki Kobayashi, Executive producer : *« Depuis le début, l'intention de l'équipe a été de créer une expérience qui offre une intrigue captivante, et de l'action intense en solo et en coopération, le tout sur une toile de fond horrifique. Nous appelons cette fusion dramatic horror ».* En attendant d'en savoir plus sur le titre, rappelons qu'un nouveau Resident Evil est arrivé sur Nintendo 3DS (Revelations) et qu'un autre déclinaison de la licence (Operation Raccoon City) arrive le 23 mars sur PC, PS3 et Xbox 360. De quoi patienter d'ici au 20 novembre.

Zumba Fitness se dédouble

505 Games annonce les lancements prochains de deux nouveaux titres Zumba Fitness pour le 24 février. Les amateurs de fitness par le biais du jeu vidéo pourront se procurer soit Zumba Fitness 2 sur Wii, soit Zumba Fitness Rush sur Xbox 360 équipée de Kinect. Fort de la licence officielle de la discipline du même nom, Zumba Fitness propose aux utilisateurs de sculpter leur silhouette sur des pistes musicales entrainantes. Cette nouvelle version du jeu propose de toutes nouvelles chorégraphies, des styles de danses différents (24 au total contre une dizaine sur le premier) ainsi que de nouveaux instructeurs. Le titre permet de suivre le nombre de calories dépensées et d'établir un programme d'entraînement « sur mesure ». La version Kinect proposera plusieurs instructeurs et lieux supplémentaires, une dizaine de musiques exclusives mais aussi la possibilité d'acheter en ligne par la suite de nouvelles chorégraphies et musiques. Avec plus de six millions d'exemplaires vendus dans le monde, Zumba Fitness s'est imposé comme un poids lourd de la catégorie. L'éditeur souligne avoir vendu en France 210 000 exemplaires du premier jeu sur 2011 à compter de son lancement fin avril, classant le titre en numéro 13 des jeux les plus vendus de l'année (source GfK, toutes consoles confondues en volume). Pour soutenir le lancement du nouveau titre, 505 Games prévoit un soutien marketing massif (voir guide jeux).

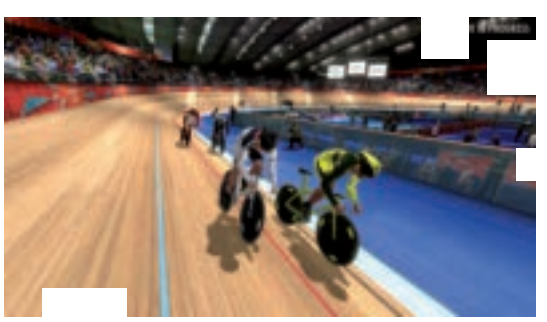
The Last Story, belle édition en Europe

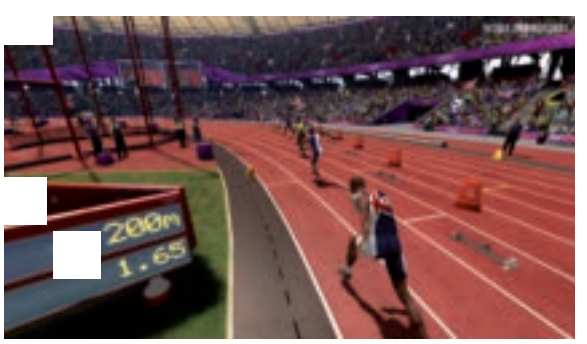


Après Xenoblade Chronicles (42 000 exemplaires vendus en France selon l'éditeur), Nintendo prépare le lancement en Europe d'un autre grand jeu de rôle japonais pour la Wii. Signé par le studio MistWaker (Blue Dragon, Lost Odyssey), The Last Story se démarque des autres jeux de rôle/action en proposant à la fois une campagne solo mais aussi deux modes multijoueurs en ligne, Deathmatch et Coop, qui permettront à cinq joueurs de se retrouver sur la même partie. Dans la peau d'un mercenaire en quête de richesses et à la tête d'une équipe, il s'agira d'explorer l'île de Lazulis mais aussi atteindre le but ultime en devenant un authentique chevalier. Pouvoirs magiques, combats dynamiques et personnalisation des personnages sont ici au programme. Pour marquer le lancement du jeu, Nintendo annonce une version collector du titre comprenant en plus de la galette un boîtier SteelBook et un coffret comprenant un livret d'illustrations et un CD audio de musiques du jeu. Le jeu sort le 24 février prochain.

Sega à fond sur les J.O.

Sega confirme le développement d'un nouveau jeu basé sur la licence de l'événement sportif de l'été prochain avec Londres 2012 : Le Jeu Vidéo Officiel des Jeux Olympiques. Annoncé pour juin sur PC, Xbox 360 et PlayStation 3, le titre permettra de retrouver de multiples épreuves des J.O. avec, pour cette édition, la particularité de prendre en compte les mouvements des joueurs via les accessoires Kinect et PlayStation Move. Certaines épreuves seront d'ailleurs exclusives à l'un des deux systèmes (beach volley pour Kinect et tir rapide à 25 mètres pour le Move). Sega souligne que ce nouveau titre marquera l'apparition pour la première fois dans la série de certaines épreuves comme le Keirin (cyclisme) au vélodrome, la plate-forme 10 mètres synchronisée au Centre aquatique… Selon l'éditeur, cet opus marquera aussi l'apparition de nouvelles fonctionnalités en ligne dont des classements mondiaux pour les différents pays. Les Jeux Olympiques sont plus que jamais d'actualité chez Sega puisque l'éditeur, dans le cadre de son partenariat avec les organisateurs des Jeux Olympiques mais aussi Nintendo va proposer Mario & Sonic aux Jeux Olympiques sur Nintendo 3DS, le 10 février. Quelques mois après une version Wii qui s'est classée parmi les meilleures ventes de fin d'année, le titre revient cette fois sur la console portable. Au programme donc, de multiples épreuves jouables à plusieurs et mettant en scène les personnages de Sega et Nintendo.





Les élections version 2.0

Just For Games sort un jeu de circonstance le 24 février prochain avec Elections 2012 : La Course à l'Elysée sur PC. Ce jeu de simulation politique propose au joueur d'incarner un candidat à la Présidentielle, il lui faudra donc monter son équipe de campagne, développer un programme, collecter des fonds, assurer sa couverture médiatique… jusqu'au verdict via les sondages et les votes. Reprenant les modélisations des véritables candidats à l'élection présidentielle (l'éditeur annonce aussi un doublage via des imitations !), le jeu permet par exemple de procéder à des attaques contre ses adversaires ou encore de participer à des débats télévisés… Plusieurs modes de jeu sont proposés (réaliste, libre…) et le titre se met à jour en fonction des événements réels liés à la campagne. Pour soutenir le lancement du titre, l'éditeur annonce une mise en avant dans des catalogues enseignes au moment de la sortie ainsi que dans les linéaires.

I am Alive, bien vivant

Après de multiples péripéties (changement de studio de développement, passage en format digital), le jeu I Am Alive s'apprête enfin à atterrir sur nos consoles. Ubisoft annonce en effet la date du lancement du jeu, fixée au 7 mars prochain, sur le Xbox Live Arcade. Le jeu sera en effet une exclusivité (temporaire) sur la console. Contre 1 200 points Microsoft, le titre invitera à incarner un survivant d'une catastrophe planétaire. Luttant pour sa survie, il devra tout faire pour retrouver sa famille. A noter que ce titre s'inscrit, sur le XBLA, au sein de l'opération House Party, qui concernera également le prochain jeu Alan Wake, avec des promotions à la clef.

Mortal Kombat serre les poings

Warner Games adaptera prochainement Mortal Kombat à destination de la PS Vita. La nouvelle console portable de Sony Computer profitera ainsi d'un portage du dernier volet de la série en date, en provenance des consoles de salon, qui s'est vendu selon l'éditeur à plus de trois millions d'exemplaires. Après des volets plus ou moins concluants, Mortal Kombat renouait en effet avec les fondamentaux de la série comme les effusions sanguinolentes mais aussi un gameplay accessible. L'éditeur annonce *« pour le printemps 2012 »* une version optimisée du jeu pour la console, avec des *« fonctionnalités de gameplay inédites et du contenu développé exclusivement pour l'occasion »*. A noter que les consoles de salon profiteront pour leur part d'une « Komplete Edition » le 1er mars. Il s'agira d'une nouvelle édition du jeu paru l'année dernière incluant cette fois-ci tous les contenus supplémentaires proposés en téléchargement.

Un classique prend du volume

Tandis que le marché de la Nintendo 3DS a repris des couleurs en fin d'année (voir interview de Nintendo page 20), le catalogue de la machine continue à s'étoffer avec, cette fois-ci, un des titres les plus emblématiques de Konami. L'éditeur confirme en effet pour le 8 mars prochain le lancement de Metal Gear Solid : Snake Eater 3D. Adaptation du titre du même nom paru sur PlayStation 2 en 2005, la cartouche va permettre de se replonger dans cet épisode de la série d'action/infiltration prenant place dans les années 60 en Union Soviétique. Snake doit s'infiltrer dans une base militaire pour libérer un scientifique détenu. Konami annonce une version du jeu améliorée avec évidemment des graphismes désormais en relief, mais aussi une gestion plus aisée de l'inventaire via le second écran ou encore la prise en compte du gyroscope lors de certaines actions. L'appareil photo est aussi mis à contribution afin de créer des combinaisons de camouflage à partir d'objets réels. On notera enfin que ce jeu sera compatible avec le nouvel accessoire Pad Circulaire Pro, dotant la console d'un second stick analogique.

La renaissance de Syndicate

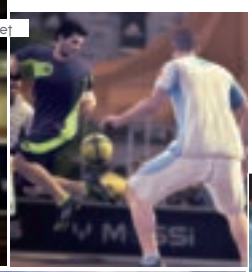
Licence bien connue des trentenaires (et plus !) du jeu vidéo, Electronic Arts s'apprête à lancer un nouvel opus de la mythique série Syndicate. Autrefois (le premier du nom date de 1993 sur ordinateurs Amiga et PC) un jeu de stratégie en temps réel développé par Bullfrog, la licence est depuis retombée dans un quasi anonymat, le dernier titre datant des années 90. Starbreeze, le nouveau développeur, s'est donc vu confier la périlleuse mission de ressusciter la série sur Xbox 360, PlayStation 3 et PC. *« L'équipe de Starbreeze a adapté la licence au genre plus actuel du FPS, mais en conservant l'atmosphère cyberpunk des jeux précédents »* précise Jérôme Austin, Marketing Manager chez EA Games France. Le scénario a lieu en 2069, le joueur y incarne l'agent Miles Kino aux pouvoirs surnaturels en mission pour Eurocorp. Dans une ambiance rappelant le film Blade Runner de Ridley Scott, la force ne sera pas l'unique solution aux défis proposés, l'infiltration, le ralentissement du temps, la vision à travers les murs ou encore le piratage de systèmes électroniques seront autant de manières de varier le gameplay du jeu. Comme tout bon jeu d'action en vue subjective, Syndicate fait la part belle au multijoueurs (avec un mode coop jouable jusqu'à quatre particulièrement soigné) mais sans négliger pour autant la campagne solo scénarisée. De plus, un système évolutif permet de faire évoluer le personnage, à la manière d'un jeu de rôle.

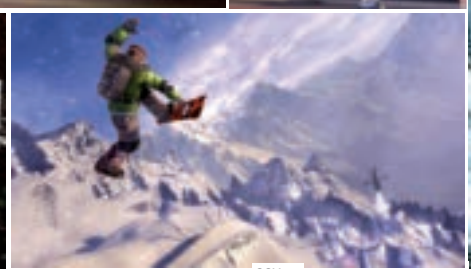
>Une licence à (re)faire connaitre

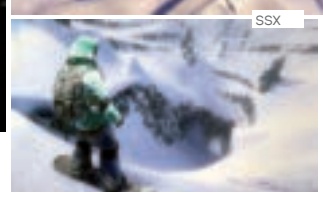
« Lancement relativement important » selon Jérôme Austin, Syndicate se positionne comme *« le FPS du début d'année »* pour Electronic Arts, le lancement du titre étant annoncé pour le 24 février. Côté marketing, le défi est triple, comme l'explique l'éditeur : *« la tranche 24-35 ans familière avec la licence doit assimiler le repositionnement du genre de Syndicate. Il faut également « recruter » chez les plus jeunes joueurs mais aussi faire connaitre la marque au plus grand nombre »*. Pour cela, un plan marketing assez conséquent est en place, ainsi qu'une campagne de pré-réservation (voir Guide Jeux).

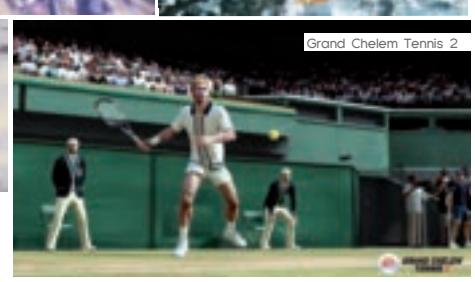
EA Sports

Fifa street






SSX


Grand Chelem Tennis 2

Nouvelles disciplines

Dans les prochaines semaines, le label EA Sports va accueillir trois nouvelles itérations de franchises en sommeil depuis plusieurs années. Snowboard, football de rue et tennis font en effet leur grand retour sous l'escarcelle du géant américain, bien décidé à rendre toute sa diversité au fameux label. Par Patrick Hellio

Grand Chelem Tennis 2 le 9 février, SSX le 1er mars et FIFA Street le 15 mars : Electronic Arts va renforcer son offre en simulations sportives dans les jours qui viennent. *« Relancer ces franchises permet à Electronic Arts de toucher des cibles différentes et d'élargir le public de la simulation sportive »*, explique Antoine Cohet, Marketing manager du label EA Sports en France. *« Ce marché s'est fortement concentré depuis quelques temps déjà autour de la simulation de football, au détriment d'autres disciplines comme par exemple le basket où les ventes sont moins élevées »*. Pour ne pas devenir dépendant d'un seul titre, le label EA Sports entend donc redéployer la diversité qu'il affichait il y a quelques années, synonyme de pluralité des publics.

Des trois titres, Grand Chelem Tennis 2 est celui dont l'historique est le moins riche. Il fait suite à un premier volet paru en 2009 sur Wii, mais opte cette fois-ci pour les consoles HD et des graphismes photo-réalistes. *« La jouabilité a fait l'objet d'un soin particulier afin de le rendre plus accessible et moins segmentant, à mi-chemin entre simulation et fun »*, explique l'éditeur. Le gameplay du jeu repose en effet sur une astucieuse utilisation du stick droit de la manette pour « tracer » les coups, un système intuitif vu par exemple dans le dernier Fight Night de l'éditeur. *« C'est un titre sur lequel nous allons bien sûr communiquer au lancement mais aussi au moment du tournoi de Roland Garros fin mai via diverses opérations »*, précise Antoine Cohet. Le jeu profite en effet de la licence officielle des différents tournois du Grand Chelem.

SSX et FIFA Street marquent le retour de franchises absentes depuis respectivement six et quatre ans. *« Les consoles de l'actuelle génération profitent aujourd'hui de parcs installés assez développés pour nous permettre de toucher les larges communautés de joueurs intéressés par ces types de disciplines »*, explique Antoine Cohet. L'aspect communautaire est un point commun aux deux titres : à l'instar de la série Need For Speed, le nouveau SSX va inclure un outil communautaire, RiderNet, permettant aux joueurs de comparer leurs performances et se lancer des défis tandis que FIFA Street inclura un aspect réseau social avec par exemple échanges de vidéos à la clé. *« Sur SSX, nous travaillons les RP sur le plan communautaire. Nous développons avec Mathieu Crepel, Champion du monde Big Air et de Half-Pipe 2007, qui est l'ambassadeur du jeu »*. L'éditeur prépare une opération avec Quicksilver et Micromania visant à permettre aux joueurs de rencontrer le sportif à l'occasion de la compétition X Games.

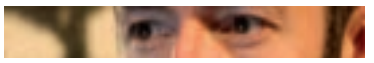
On retrouve le même soucis de mettre en avant un sportif du côté de FIFA Street. Et pas des moindres, puisqu'il s'agit du fameux Lionel Messi, qui trône sur la jaquette. *« La caution d'une personnalité comme Messi représente une image forte pour la marque FIFA Street »*, souligne Stéphane Gueguen, Chef de produits. L'éditeur entend en effet reconstruire aujourd'hui cette franchise, avec un titre désormais produit par l'équipe qui travaille également sur les FIFA traditionnels, avec donc exploitation en commun des moteurs et autres avancées technologiques de la série . *« Une base est commune mais de nombreux éléments sont spécialement conçus pour FIFA Street comme les gestes techniques, les dribbles… »*, précise EA. Simulation de football de rues, FIFA Street met en scène des équipes resserrées pour des matchs plus mouvementés où l'humiliation des joueurs adverses compte parfois davantage que le nombre de points au compteur. Après un dernier volet au look dessin animé, l'éditeur renoue aujourd'hui avec le photo réalisme qui a fait la renommée du label. *« La cible se recrute chez les fans de football bien sûr mais aussi un public parfois plus jeune qui recherche un jeu au fun immédiat »*, précise Stéphane Gueguen. La campagne marketing va s'articuler principalement autour du Web (vidéos de gameplay) et de la presse (jeux vidéo, sportive, généraliste). L'éditeur met en place une campagne de précommande, en relation avec Adidas, permettant aux joueurs réservant le titre de profiter d'une équipe exclusive (Adidas All Star Team réunissant Messi, Benzema…) ainsi que d'une arène de jeu spéciale (Plaça de Catalunya, chère à Messi). Il va y avoir du sport chez Electronic Arts !

« Les ventes de la Nintendo 3DS ont littéralement explosé »

Entretien avec

Philippe Lavoué
Directeur général adjoint de Nintendo France

Cette interview a été réalisée à laboite com concept, agence de communication de Nintendo. Photos par Guy Pichard.



Après des débuts timides sur le marché à son lancement en mars 2011, la Nintendo 3DS a démontré son potentiel sur la période hautement stratégique de la fin d'année dernière. Mi-janvier, Philippe Lavoué, Directeur général adjoint de Nintendo France, recevait le JDLI pour faire un point sur la situation des produits de la marque en France. L'occasion de revenir sur les semaines passées mais aussi d'en savoir plus sur l'actualité 2012 chez Nintendo.

Par Patrick Hellio et Sébastien Anxolabéhère

JDLI : Quel bilan dressez-vous de la fin d'année 2011 ?
Philippe Lavoué : L'année 2011 a été une année assez concentrée, puisque l'on observe que les ventes enregistrées d'octobre à décembre représentent 50% des ventes annuelles du marché. Sur cette période, les ventes de la Nintendo 3DS ont littéralement explosé, 64% des ventes de la console sur 2011 se sont faites au cours de ces semaines cruciales. La Nintendo 3DS se positionne comme la console la plus vendue sur la période, mais aussi comme la plateforme qui a enregistré les meilleurs scores de vente sur l'année, à compter de sa sortie en mars. Ce sont les sorties des grands jeux comme Super Mario 3D Land le 18 novembre puis Mario Kart 7 début décembre qui ont clairement joué un rôle moteur dans la forte progression des ventes sur les dernières semaines de 2011. On retiendra également que l'ensemble de l'environnement Nintendo 3DS (console et jeux dont éditeurs tiers) a créé de la valeur sur le segment portable de Nintendo (+5%), ce qui est une très bonne nouvelle sur un marché globalement orienté à la baisse. A elle seule, la Nintendo 3DS représente 20% des ventes totales de consoles en France sur 2011. Par ailleurs, 44% des jeux vendus en France en 2011 s'inscrivent dans « l'écosystème » Nintendo.

Combien de consoles Nintendo a-t-il vendu en 2011 ?
Au total, 761 000 Nintendo 3DS ont été vendues entre sa sortie fin mars et la fin 2011. A titre de comparaison, les performances de la Nintendo 3DS se montrent supérieures à ce que l'on avait connu au lancement de la Nintendo DS il y a sept ans. Une console qui poursuit, d'ailleurs, sa carrière puisque ce sont 630 000 consoles qui se sont vendues en 2011, dont une majorité de modèles XL. En ce qui concerne la Wii, 775 000 consoles ont été vendues en France au cours de l'année. Si l'on compile ces chiffres, on observe que Nintendo a vendu en France plus de 2,1 millions de consoles au cours de l'année 2011, ce qui représente 56% des ventes totales de consoles sur le marché français en volume.

Quel rôle la baisse de prix de la Nintendo 3DS tient-elle dans cette croissance des ventes ?
C'est un facteur qui a contribué au succès mais l'explosion des ventes s'est véritablement enclenchée autour des grands lancements de jeux. Encore une fois, la règle qui veut que ce soient les grands jeux qui fassent vendre les consoles s'est vérifiée. Le moteur de notre activité, ce sont les contenus et l'innovation. Le succès de la Nintendo 3DS s'enregistre dans cette logique génératrice de valeur.

Comment se sont comportées les ventes des jeux Nintendo emblématiques de la fin 2011 ?
Sur Nintendo 3DS, Mario Kart 7 a fait « carton plein » avec 233 000 exemplaires écoulés en seulement quelques semaines puisque le titre est sorti le 2 décembre. Super Mario 3D Land s'était, pour sa part, vendu à 224 000 exemplaires à fin décembre 2011. On retrouve ensuite les grandes franchises de Nintendo comme Nintendogs and Cats (186 000 unités) ou encore The Legend of Zelda : Ocarina of Time, paru en juin, qui a atteint le score de 160 000 ventes sur l'année. Ces quatre titres clefs occupent une position à part dans la mesure où ils enregistrent le plus fort taux d'achat simultané console plus jeu. Il est important d'assurer une visibilité optimale de ces quatre franchises qui tirent les ventes de consoles Nintendo 3DS et assurent des heures de divertissement à leurs utilisateurs. En ce qui concerne la Wii, The Legend of Zelda : Skyward Sword qui s'est vendu à 250 000 exemplaires en cinq semaines seulement démontre que la console a aujourd'hui la capacité d'accélérer très fortement sur les pics de saisonnalité compte tenu de l'importance du parc installé mais aussi d'installer dans la durée les jeux les mieux notés par nos utilisateurs. Par ailleurs, beaucoup de nouveaux utilisateurs découvrent, en sixième année de commercialisation de la console, le jeu vidéo aujourd'hui via la Wii et se procurent des jeux incontournables comme Mario Kart qui s'est écoulé à 2,3 millions d'exemplaires ou encore Super Mario Bros Wii (1,4 million), et Wii Fit (1,3 million). Dans ce contexte, nous avons lancé la collection « Nintendo Select » qui met à l'honneur les jeux Wii Nintendo les plus appréciés comme Wii Sports,The Legend of Zelda Twilight Princess ou encore Super Mario Galaxy. Nous avons d'ailleurs été surpris par le dynamisme des ventes de cette gamme qui dépasse, sur l'année 2011, les 100 000 unités et s'impose dans nos assortiments permanents de cette année. Enfin, il ne faut surtout pas négliger la Nintendo DS qui représente, avec un parc installé de 10,4 millions de consoles en France, un potentiel de ventes très important. Un titre comme Professeur Layton et l'Appel du Spectre, quatrième volet de la série sorti fin novembre a largement dépassé nos prévisions et s'est vendu à plus de 210 000 unités. Preuve de la vitalité du parc mais aussi du fait que les nouveaux possesseurs de Nintendo 3DS profitent de la rétro compatibilité de la Nintendo 3DS avec les jeux DS.

> « Encore une fois, la règle qui veut que ce soient les grands jeux qui fassent vendre les consoles s'est vérifiée. »

Estimez-vous laisser assez de place aux éditeurs tiers sur vos machines ?
Un exemple emblématique de la fin d'année 2011 est indiscutablement le succès de Just Dance 3 développé par Ubisoft sur Wii. Le titre a été numéro un des ventes en France pendant sept semaines consécutives en fin d'année. Le phénomène autour du jeu a commencé dans un premier temps en Angleterre puis s'est élargi au marché français. Cette année, la France, l'Allemagne, l'Italie font « un soleil » avec ce titre. En France, avec un parc de 5,8 millions de consoles, quand un titre de qualité trouve son public, c'est l'explosion. Je pense que Just Dance

verra très prochainement un de ses volets entrer dans le club très fermé des jeux millionnaires sur une seule console en France où on trouve des grands classiques comme Mario Kart+volant, Wii Fit, New Super Mario Bros sur Wii et Nintendo DS. Activision a également rencontré un franc succès avec Skylanders qui s'est vendu à 146 000 pièces en version Wii, ce qui en fait la première plate-forme pour cette nouvelle franchise, ainsi que Sega dont le Mario & Sonic Aux Jeux Olympiques 2012 est dans le top 20 de fin d'année. Enfin, Zumba Fitness de 505 Games a aussi fonctionné très fort dépassant les 200 000 unités vendues sur l'année. En ce qui concerne la Nintendo DS, les franchises Beyblade et Cars 2 ont fait un véritable carton et démontrent également le potentiel important de ventes des jeux éditeurs tiers sur les plate-formes Nintendo.

> « Mario Kart 7 a fait « carton plein » avec 233 000 exemplaires écoulés en seulement quelques semaines. »

La situation de la Nintendo 3DS est-elle similaire sur les différents marchés ?
Il est intéressant d'observer la situation au Japon. Selon MediaCrate, il s'est vendu 4,282 millions de consoles sur le marché japonais en 2011… La Nintendo 3DS a représenté 43% du marché hardware en volume sur l'ensemble de l'année 2011. Rappelons que la Nintendo 3DS a passé un record de ventes pour une console de jeu sur le mois de décembre avec 1,492 million d'exemplaires vendus, soit 35% des ventes annuelles de la console en un mois ! Et la tendance se confirme sur les premières semaines de 2012. Il y a eu deux temps forts l'année dernière qui sont à l'origine de cette dynamique : tout d'abord la conférence de presse au Japon en septembre qui a consisté à présenter tout le line-up de la fin d'année. Cela a eu un impact immédiat et significatif sur les ventes la console, une première avant même la sortie de jeux sur le marché. Quelques semaines avant l'Europe, le phénomène de montée en puissance de la Nintendo 3DS s'est mis en place au Japon en étant soutenu pour commencer par des jeux éditeurs tiers sortis en été comme One Piece Unlimited Cruise Special mais aussi Professeur Layton 5 qui ont tous deux dépassé les 200 000 ventes. Ces propositions de jeux rassurent les joueurs qui hésitent encore à s'équiper et permettent au parc de se développer. Notre marché a suivi la tendance à la sortie des deux jeux Mario et il faut souligner que ces titres tiers se préparent maintenant à sortir en Europe…

Quels temps forts pour 2012 pouvez-vous nous annoncer ?
Nous avons une année très chargée qui s'annonce ! Cela débute sur Nintendo 3DS avec Resident Evil Revelations, le 27 janvier, suivi de One Piece Unlimited Cruise Special le 10 février, Tekken 3D le 17 Février puis Kid Icarus : Uprising le 23 mars. Soit pas moins de quatre sorties clefs en trois mois, avec des titres qui s'adressent à des publics complémentaires. Luigi's Mansion 2, Professeur Layton 5, Metal Gear Solid Snake Eater 3D, Mario & Sonic aux Jeux Olympiques 2012 en version 3DS sont également au programme pour l'année 2012 mais aussi d'autres surprises sont prévues pour rythmer les ventes du premier semestre. Sur Wii, dans la veine du succès de Xénoblade qui s'est vendu à plus de 42 000 exemplaires nous publions deux jeux dédiés aux joueurs les plus avancés avec The Last Story le 24 février dont le coffret collector s'annonce déjà comme un succès mais aussi Pandora's Tower. Nul besoin de présenter Mario Party 9, nouvel opus d'une série qui a largement fait ses preuves dans le domaine du jeu multi joueurs, annoncé le 2 mars, ou encore PokéPark 2 : Wonders Beyond le 23 mars qui visent à poursuivre notre stratégie d'élargissement de cible sur Wii. Enfin, du côté de la Nintendo DS, deux nouveaux volets de la série Inazuma Eleven (Firestorm et Blizzard) arrivent. C'est une licence extrêmement populaire au Japon dont nous avons lancé le premier jeu début 2011 en France. Nous travaillons en étroite collaboration avec Gulli qui diffuse la série TV et les ventes du premier opus se sont d'ailleurs envolées en fin d'année, démontrant la pertinence de la combinaison jeu vidéo + série TV.

Vous lancez ce mois-ci l'accessoire Pad Circulaire Pro pour la Nintendo 3DS. Comment allez-vous le positionner ?
Dans un premier temps, il sera uniquement commercialisé en bundle avec Resident Evil Revelations, tout premier titre proposant d'en tirer parti puis la vente de l'accessoire sera généralisée dans le mesure ou plusieurs titres à venir proposeront également en

« L'innovation est vraiment notre moteur et nous élargirons le champ des possibles grâce à la Wii U. »

option la compatibilité avec le Pad Circulaire Pro dont Kid Icarus Uprising. Rappelons que l'accessoire permet de profiter d'un second pad analogique sur la console ainsi que de boutons supplémentaires.

Quelle place allez-vous donner désormais à l'aspect 3D dans la communication sur la console ?
Le meilleur message autour de la Nintendo 3DS concerne avant tout le plaisir de jouer avec la console, ce qui comprend plusieurs fonctionnalités comme la photo/vidéo en 3D, le Street Pass et la possibilité de s'échanger des Mii et vivre ainsi des aventures en commun. C'est par les jeux que l'on communique le mieux sur les vraies potentialités de la console, lorsque les joueurs se rendent compte qu'ils peuvent récupérer des personnages via la connexion Street Pass de la console sur Resident Evil Revelations, qu'ils expérimentent pour la première fois le gyroscope en pratiquant Mario Kart 7… La 3D est un vecteur pour rendre plus immersive une expérience de jeu qui appartient aux codes de la 3DS comme le double écran lors du lancement de la Nintendo DS et a pris tout son sens dans les jeux.

La boutique en ligne de la Nintendo 3DS vient d'être remise à jour. Quels sont vos objectifs dans le domaine du digital ?
C'est avant tout un service que nous proposons aux joueurs, qui permet aussi de les fidéliser et les récompenser avec l'objectif de proposer chaque jour une nouvelle expérience sur la console. Nous avons par exemple offert en téléchargement gratuit The Legend of Zelda : Four Swords, tout comme Pokédex ou encore le jeu Kid Icarus original qui est offert aux consommateurs pour l'achat de deux jeux Nintendo 3DS. On est avant tout ici dans le domaine du complément d'expérience, de la récompense ou alors du jeu nostalgique via les titres rétro proposés sur eShop. Nous proposons aussi d'autres services comme le téléchargement de démos ou encore la consultation de bandes annonces de films. Plus récente, la fonction boite aux lettres qui permet de s'envoyer des messages personnalisés mixant le son et l'image est également disponible en téléchargement gratuitement sur l'eShop de la Nintendo 3DS.

Que pouvez-vous nous dire sur le lancement prochain du successeur à la Wii ?
Principalement que le lancement de la Wii U est prévu pour entre le début de notre année fiscale (1er avril 2012) et la fin d'année 2012. L'innovation est vraiment notre moteur et nous élargirons le champ des possibles grâce à la Wii U. Le président de Nintendo, Mr Iwata, a déclaré que 150 millions de personnes dans le monde se disent prêtent à s'initier au jeu vidéo dans les prochaines années à condition de proposer une plate forme qui permette de rassembler tous les publics, les joueurs les plus passionnés comme les occasionnels. C'est un gros pari pour l'avenir et là encore, ce sont les joueurs qui décideront du succès de la plate-forme !

JDLI211-P24-29-Vita-BAT:JDLI 01/02/2012 18:23 Page 24

Sony PlayStat

Console de jeu portable n

Déjà sortie au Japon et prévue dans nos contrées pour le 22 février, la nouvelle console portable de Sony est à la pointe de la technologie avec désormais du tactile et des performances décuplées. Mais quels sont ses atouts face à des smartphones et des tablettes de plus en plus puissants ? La sortie d'une nouvelle console est habituellement très attendue. Avec une vingtaine de jeux présents au lancement, elle ne manque pas d'atouts pour se faire remarquer. Par François Arias

PS VITA
PlayStation®Vita

D'un point de vue design, Sony n'a clairement pas cherché à révolutionner le genre. Ainsi, la Vita reprend la forme générale de son ancêtre la PSP. Écran plus grand oblige, ses mensurations sont en légère hausse, particulièrement en largeur avec 8,35 cm pour une longueur de 18,2 cm. Elle est par contre légèrement plus fine avec 18,6 mm d'épaisseur. Avec 260 grammes sur la balance, son poids est similaire à celui du premier modèle de PSP. Les matériaux choisis sont dans la tradition de Sony : du plastique noir brillant du plus bel effet, mais qui retient bien les traces de doigts. Heureusement, le dos de l'appareil utilise lui un plastique mat qui a moins tendance à glisser. Comme toujours, l'assemblage et la finition sont parfaits. Tout est bien ajusté et respire la solidité. L'écran est malgré tout toujours aussi vulnérable. Avec l'apparition d'une petite surface tactile au dos, on évitera également les chocs sur le dos de la machine. D'évidence, la PS Vita ne s'adresse pas aux enfants ! En revanche, la disparition du lecteur UMD (et par extension de toutes les parties mécaniques) devrait limiter les risques de pannes.

Electronic Arts : FIFA Football

Koch Media Tecmo Koei : Ninja Gaiden Sigma Plus

tion Vita

nouvelle génération

Le plein de boutons

Le tactile, c'est bien beau mais il faut bien avouer que l'on a pas encore trouvé mieux que des bons vieux boutons et autres joysticks pour jouer.
Heureusement, la Vita est bien dotée de ce côté avec une croix directionnelle, deux gâchettes, les touches Start/Select et un bouton Home. Cerise sur le gâteau : deux joysticks. Contrairement à celui que l'on trouvait sur la PSP, on est là en présence de vraies manettes très précises. Si on doit leur trouver un petit défaut, on notera qu'elles ne sont pas cliquables. En complément de ces commandes physiques, on trouve deux surfaces tactiles. La première est bien entendu l'écran mais la seconde est plus surprenante. Elle est en effet située au dos de la console et elle est légèrement plus petite que l'écran. Ce choix s'avère très malin car on peut ainsi utiliser des commandes tactiles sans avoir besoin de mettre ses doigts devant son écran. L'utilisation du tactile est toutefois à la discrétion du développeur et tous les jeux n'utiliseront pas ces possibilités. Sont également de la partie un accéléromètre et un gyroscope, tandis que deux petites caméras VGA (à 0,3 Mpixels) sur les faces avant et arrière permettent la réalité augmentée. Les tranches de la PS Vita sont bien utilisées aussi. Outre quelques boutons (Marche/arrêt, Volume), on trouve une connectique pléthorique. Il y a déjà deux lecteurs de cartes, l'un dédié aux cartouches de jeu et l'autre à la carte propriétaire dédiée au stockage. Sont également de la partie une sortie casque et une prise pour de futurs accessoires. La charge et la connexion USB se font par une prise propriétaire située sur le bas de la console. À l'heure où l'immense majorité des appareils électroniques ont adopté le micro-USB, on se demande bien pourquoi Sony s'obstine à utiliser un connecteur propriétaire d'autant plus ennuyeux que les détrompeurs ne sont pas très bien pensés et qu'il est possible de se tromper dans le sens d'insertion.

Une prise en main correcte

Bien qu'elle soit grande, la Vita ne dispose pas d'énormément d'espace pour les mains, l'écran prenant beaucoup de place. Nous étions donc un peu inquiets au vu de la relative petite taille des boutons. Après de nombreuses heures de jeu, la fatigue ne se pas trop fait ressentir. Toutes les touches sont aisément accessibles même si fatalement, le confort général variera selon la taille des mains de l'utilisateur.

Vive l'OLED

À sa sortie, l'écran de la PSP était tout bonnement impressionnante, proposant une bonne qualité d'image et surtout une grande taille de 4,3 pouces. Depuis, les technologies ont évalué et les smartphones de grande taille se sont généralisés. L'écran de cinq pouces de la Vita est donc nettement moins impressionnant. De type OLED et affichant une résolution qHD (960 × 544), il offre toutefois une excellente qualité d'image. Les noirs sont profonds, les couleurs vives et la luminosité élevée. Pas de miracle toutefois au niveau des reflets, le revêtement ne supportant pas très bien le soleil ou les éclairages forts. Grâce à l'OLED, la Vita se débrouille toutefois mieux que la PSP à ce niveau.

Quatre cœurs

Intéressons-nous maintenant aux entrailles de la Vita. Un rapide examen nous montre que techniquement la console a beaucoup de points communs avec les smartphones et autres tablettes. On trouve en effet un processeur contenant quatre cœurs dont la fréquence est pour le moment inconnue. La partie graphique est elle assurée par un circuit développé par Imagination Technologies. Ce circuit nous est déjà familier puisque qu'il est utilisé par l'A5 d'Apple embarqué sur l'iPad 2 et l'iPhone 4S. Seule différence, la version utilisée par la Vita possède quatre cœurs contre deux pour les produits Apple. Sont aussi présents 512 Mo de mémoire vive et 128 Mo de mémoire vidéo dédiée. Il sera par exemple possible de jouer et de chatter en même temps. En clair, c'est un hardware très solide mais qui est seulement équivalent à celui des tablettes et smartphones haut de gamme de 2012. La Vita devrait rapidement se faire dépasser en termes de puissance brute. Une situation qui n'est pas sans rappeler celle des consoles de salon face aux PC.

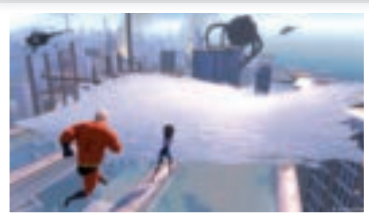
> « Techniquement, la console a beaucoup de points communs avec les smartphones et autres tablettes. »

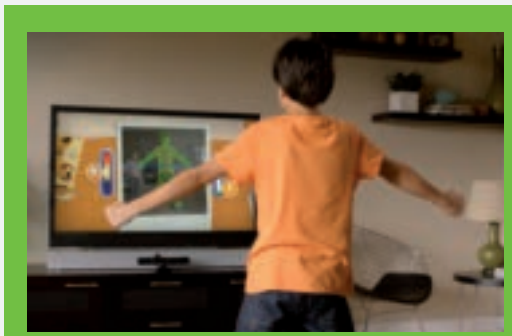
Pertes de mémoire

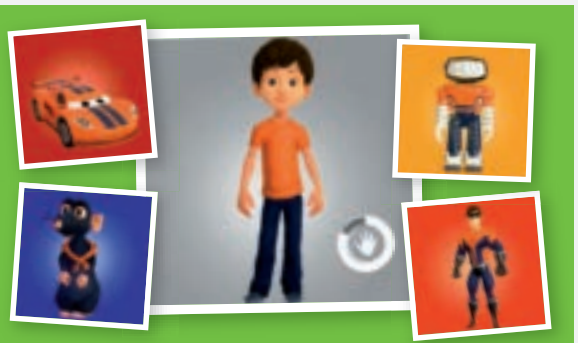
Si la Vita est donc puissante, il est un domaine sur lequel elle pèche sérieusement : le stockage. C'est simple, la Vita est dénuée de tout stockage interne. On est donc obligé de passer par une carte mémoire pour écouter de la musique ou tout simplement pourvoir utiliser ses jeux. En effet, nombre de titres refusent tout simplement de se lancer si une carte n'est pas présente dans la console. Un choix d'autant plus regrettable pour l'utilisateur que Sony n'a pas retenu le format micro-SD et contraint à utiliser une carte propriétaire. Le syndrome

Rejoignez vos héros préférés !

Retrouvez les plus grands succès des studios d'animation Pixar réunis dans un seul jeu : de **Ratatouille** aux **Indestructibles** en passant par **Là-Haut**, sans oublier les deux licences incontournables que sont **Toy Story** et **Cars**, tous vos héros préférés sont de la partie !







Découvrez la « Pixarisation » !

La Pixarisation est un nouveau procédé qui va vous transporter dans un jeu vidéo comme jamais auparavant. Kinect vous scanne et vous transforme en héros ! Une voiture de course, un jouet, un rat ou un superhéros, ils auront tous votre apparence et votre style !

Disponible le 23 mars
Développeur **Asobo Studio**
Éditeur **Microsoft Studios**
Nombre de joueurs **1 - 2**
Genre **Aventure**

Disney / Pixar. © 2012 Microsoft Corporation. Tous droits réservés. Développé par Asobo Studio S.A.R.L. pour Microsoft Corporation. Microsoft, Kinect, Xbox, Xbox 360, Xbox LIVE et les logos Xbox sont des marques du groupe Microsoft. Asobo Studio S.A.R.L. est une marque déposée. Technologie © 2012 Asobo Studio S.A.R.L. Tous droits réservés.

Plan média héroïque

	Février	Mars	Avril		
TV	TF1	M6	France 3	Gulli	**58 millions** de contacts
Presse					**5 millions** de contacts
Online	TroU	Disney.fr	Mon Lulu.fr		**10 millions** de contacts
Opération spéciale	Gulli	Casting + Spot TV avec Joan (In Ze Boîte)			**23 millions** de contacts

CAMPAGNE MÉDIA

KINECT HÉROS

96 MILLIONS DE CONTACTS

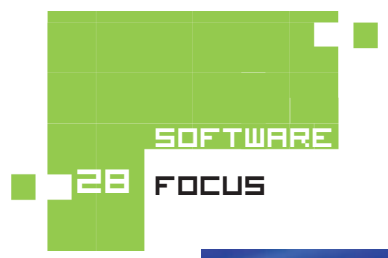
Théâtralisation magasin

Box 50 jeux

Totem 12 jeux

Mobile

Sticker de sol



« L'interface XMB est abandonnée au profit d'une interface nommée Live Area. Cette dernière est très fortement inspirée de la téléphonie mobile »

L'arrière de la console comporte une surface tactile

Memory Stick, qui pourtant n'avait pas vraiment réussi à Sony, réapparait. D'une capacité de 4 à 32 Go, ces cartes sont bien entendu nettement plus chères que les micro-SD équivalentes (environ deux fois). Au prix de la console, il conviendra donc d'ajouter celui d'une carte mémoire (20 € pour 4 Go, 50 € pour 16 Go). Les jeux sont eux livrés sur une cartouche, elle aussi propriétaire et d'une taille semblable à celle d'une carte SD. Au vu des composants présents dans la machine, on ne pouvait pas s'attendre à une autonomie phénoménale. Nous avons toutefois été agréablement surpris puisque nous avons tenu environ cinq heures en jeu sur une seule charge. À noter qu'il faut environ 2h30 pour recharger la batterie et que le chargeur en lui-même est assez encombrant. Toutefois, on peut aisément se passer du transformateur en se servant tout simplement du port USB de son ordinateur.

Interface en tout tactile

Après des années de bons et loyaux services, l'interface XMB est abandonnée au profit d'une interface nommée Live Area. Cette dernière est très fortement inspirée de la téléphonie mobile, avec des icônes déplaçables positionnées sur des écrans d'accueil. Malheureusement, cette évolution n'est guère convaincante. Même en oubliant son design contestable, la Live Area est tout simplement peu pratique à utiliser. L'utilisation de l'écran tactile devient rapidement pénible dans les menus étroits. De plus, on est obligé de cliquer plusieurs fois pour lancer un jeu, un comble pour une interface inspirée des smartphones. Autre mauvaise surprise : la gestion des contenus. Alors que la PSP pouvait se brancher et être utilisée comme une clef USB, on est désormais obligé d'installer un logiciel sur son PC puis de passer par un gestionnaire interne à la Vita. À noter que les formats supportés pour la vidéo sont toujours aussi limités puisque l'on doit se contenter du MP4 à une résolution maximale en 720p. Quelques applications (Facebook, Twitter, NicoNico…) sont disponibles et en général plus agréables à utiliser que les programmes natifs. La marge de progression concernant le système d'exploitation est donc encore grande. Tant au niveau de l'interface de contrôles que de la gestion des fichiers, Sony nous livre un produit qui a une grande marge de progression. On ne peut qu'espérer que les choses s'améliorent via des mises à jour.

La PlayStation en force

Les choses s'améliorent fortement dès lors que l'on joue. La Vita est alors véritablement dans son élément. Les jeux sont beaux, voire même très beaux avec des graphismes dépassant largement ceux de la PlayStation 2 et s'approchant réellement de ceux de la PS3. La fluidité est au rendez-vous mais on remarque que les temps de chargement sont assez longs, ce qui est étonnant puisque l'on est passé d'un disque optique à une carte mémoire. On est impatient de voir ce que les développeurs pourront nous sortir une fois qu'ils maitriseront mieux la plate-forme. Outre les bonnes vieilles cartouches, il est possible d'acheter les jeux sur le Playstation Store. Ces derniers sont un peu moins chers que leur version matérielle mais on ignore encore quelle sera la politique de la branche européenne de Sony à ce sujet. À noter que la compatibilité avec les jeux PSP disponibles en téléchargement est assurée.

La meilleure des consoles portables

La Vita n'est pas parfaite mais elle est réussie. Sony a parfaitement maitrisé la conception de la partie matérielle et cette nouvelle console est puissante et agréable à utiliser. La Vita mêle avec brio les vénérables commandes physiques avec des technologies plus récentes comme le tactile, la reconnaissance de mouvements ou encore la réalité augmentée. On est en revanche très déçus par le choix de normes fermées, tant au niveau du stockage que de la connectique. Certes, on peut penser que Sony tente de limiter le plus longtemps possible le piratage mais cela se fait au détriment du confort des utilisateurs hônnetes. L'interface est du même acabit, elle est peu pratique à utiliser et la gestion des médias rend la Vita inutilisable comme lecteur multimédia. Heureusement, elle se rattrape sur le point le plus important : le jeu. La plupart des titres disponibles à la sortie japonaise sont excellents. Quelle sera toutefois l'évolution de la Vita face à des smartphones toujours plus puissants ? Pour l'heure, elle est capable de faire tout ce que peut faire un téléphone tout en ajoutant le confort des touches physiques. Sur un plan purement technique, la petite dernière de Sony devrait pouvoir garder de l'avance pendant encore un ou deux ans grâce à l'avantage conféré par son architecture unifiée qui simplifie le développement. Reste à voir si les développeurs suivront en fournissant de nouveaux jeux de qualité, ce qui dépendra probablement de la quantité de consoles vendues. Dans l'immédiat, la Vita est donc la meilleure plate-forme de jeu mobile, d'autant plus que son tarif est raisonnable à **250 euros.**

Sony Computer : Uncharted

Sony Computer : Modnation Racers

PS Vita

Les jeux du lancement

L'arrivée d'une toute nouvelle console sur les étals est toujours un événement. Mais la règle veut aussi que les premiers titres proposés aux joueurs donnent le « la » d'une plate-forme en donnant ou non l'envie aux potentiels acquéreurs de sauter le pas. Avec une vingtaine de titres au programme pour le day one, les premiers acheteurs de PS Vita devraient avoir le choix… Par Patrick Hellio

Jeux prévus pour le lancement

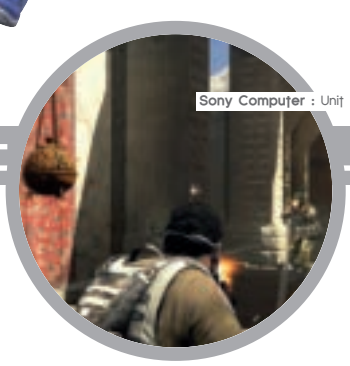
- **>Capcom :** Ultimate Marvel vs Capcom 3
- **>Electronic Arts :** FIFA Football
- **>Koch Media :** Blazblue Continuum Shift 2 Extended, Dynasty Warriors Next et Ninja Gaiden Sigma Plus
- **>Namco Bandai :** Ridge Racer, Touch my Katamari, F1 2011 et Shinobido 2 : Revenge of Zen
- **>Sega :** Virtua Tennis 4 World Tour Edition
- **>Sony Computer :** Uncharted, WipeOut, Modnation Racers, Little Deviants, Everybody's Golf et Unit 13
- **>Square Enix :** Army Corps
- **>Ubisoft :** Rayman Origins, Michael Jackson The Experience, Dungeon Hunter Alliance, Asphalt Injection et Lumines

Electronic Arts, Ubisoft, Namco Bandai, Sega… Les principaux éditeurs de jeux répondent présents pour le coup d'envoi de la nouvelle génération de consoles portables Sony. Absent pour sa part en day one, Activision prévoit de venir sur la plate-forme prochainement (un Call of Duty ?), tout comme Konami qui confirme avoir plusieurs titres à paraître dans les mois à venir.

On note globalement peu de prises de risque au programme de cette première livrée de jeux, la plupart des titres proposés en day one proposant des adaptations de séries à succès ou de titres emblématiques de l'univers PlayStation. Il va de soi qu'après avoir déboursé environ **300 euros** pour la console avec éventuellement quelques accessoires, le joueur est probablement moins enclin à miser sur un titre expérimental plutôt qu'une série bien balisée et forcément rassurante. Le maître-mot pour l'achat de jeux à la sortie consiste avant tout à choisir des jeux tirant partie des nouvelles fonctionnalités de la machine. Dans ce contexte, Sony Computer convoque de célèbres franchises maison afin de soutenir le lancement : WipeOut, Everybody's Golf, Modnation Racers… mais surtout Uncharted : Golden Abyss, volet exclusif de la fameuse série étendard de la PS3, qui s'impose ici encore une fois comme une véritable vitrine technologique pour la console l'accueillant.

Côté éditeurs tiers, on retrouve aussi bien des classiques immuables aux consoles de la marque (peut-on imaginer un lancement de PlayStation sans son Ridge Racer ?) que des titres bien connus des possesseurs de PSP, précédente console portable de la marque comme Lumines par exemple. Puissance de la nouvelle console oblige, elle se permet également d'accueillir des portages de titres récents en provenance des consoles de salon HD comme Marvel vs Capcom 3, F1 2011, FIFA Football ou le dernier Virtua Tennis. Mortal Kombat et Lego Harry Potter ne devraient sortir quelques temps après la console, chez Warner Games. En ce qui concerne les prix des jeux, la moyenne des prix se situe entre 40 et **50 euros** environ en fonction des titres et des points de vente.

Sony Computer : Everybody's Golf



Sony Computer : Unit 13

Square Enix : Army Corps

Ubisoft : Asphalt Injection

UPLINE LINE-UP LINE-UP LINE-UP

CES 2012

De nouveaux horizons

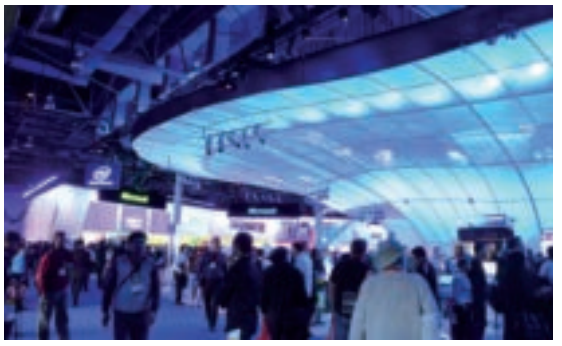
D'ordinaire plutôt festif, le CES de cette année a manqué d'entrain. Il faut dire que l'industrie électronique n'a été épargnée, ni par la crise économique, ni par les inondations en Thaïlande et encore moins par les conséquences dramatiques du séisme au Japon. Et à cela s'ajoute une saturation du premier équipement. Pourtant, cette édition était riche en nouveautés mais rarement là où on les attendait.

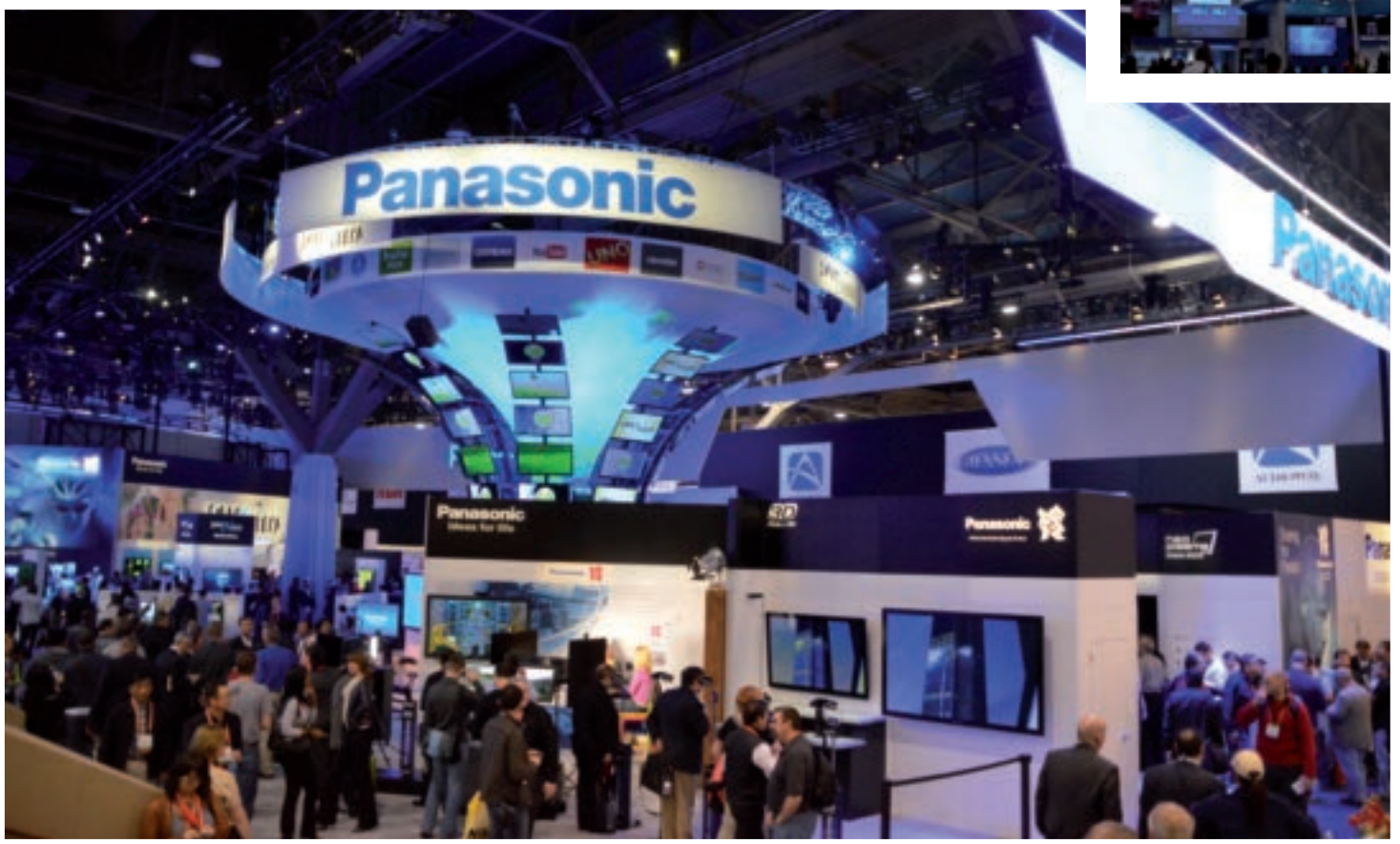
Par Stéphane Kauffmann, Benoit Dupont et François Arias

Cette année encore, toute l'industrie des nouvelles technologies s'était donnée rendez-vous dans cet endroit irréel qu'est Las Vegas pour présenter ses nouveautés 2012. Les acteurs de l'électronique grand public se posent beaucoup de questions en ce moment eu égard aux récents événements qui ont ébranlé le monde l'année dernière. Mais ce CES marque aussi un tournant pour un secteur d'activité désormais devenu mature. Fini les croissances à deux chiffres ! Oubliée la grande époque où n'importe quoi se vendait quand même du moment que c'était beau, fin et plat… Désormais, il faut se creuser la tête, aller chercher l'idée qui va faire la différence, apporter une vraie valeur ajoutée pour l'utilisateur et toutes les marques n'y arriveront pas.

Le téléviseur se cherche

L'exemple le plus flagrant reste le domaine de la télévision. Il faut regarder la réalité en face. Les analystes les plus optimistes annoncent un chiffre d'affaires en recul d'au moins 15 % cette année et les plus pessimistes parlent de 25 %. Pour autant, cette récession n'est pas imputable à la crise. Le rythme de croissance se ralentit depuis quelques temps déjà et malgré le record historique de 8,7 millions de téléviseurs vendu en France l'année dernière, on entame la baisse tout simplement parce que l'immense majorité des utilisateurs a déjà remplacé le tube par le plat. Aujourd'hui, 80 % des foyers français sont équipés et les marques doivent changer leur fusil d'épaule et viser le marché de remplacement. Il existe bon nombre de secteurs matures pas forcément faciles mais sur lesquels il est possible d'exister pour gagner de l'argent. Le blanc ou l'automobile en sont de parfaits exemples. Mais pour cela, il faut réussir à maintenir un prix de vente qui permet une marge suffisante or c'est loin d'être le cas sur un marché de l'écran plat où certaines marques ont cassé les prix en déclassant leurs produits. Aujourd'hui, le prix moyen des téléviseurs vendus en France flirte dangereusement avec les 400 euros. Tant qu'il y avait une croissance à deux chiffres, cet effondrement pouvait s'amortir mais cette période est révolue. L'important n'est pas la chute mais l'atterrissage et il ne sera pas facile de regagner de la valeur. Certains comme Sharp pensent y arriver en se focalisant sur de très grandes diagonales mais l'espace manque dans nos appartements. D'autres, comme Samsung et LG, sont pris d'une gadgetophilie aiguë en proposant un contrôle à la voix par ci et de la reconnaissance de mouvement par là. C'est d'ailleurs plu-





tôt une bonne idée mais qui va changer de téléviseur pour cette seule raison ? Car ce n'est pas ce que l'on peut faire aujourd'hui de la TV connectée qui sera une motivation suffisante. Et si parler à la TV parait déjà bien étrange, le contrôle par le mouvement debout dans le salon revêt un aspect irréaliste. En fait, dans leur obligation de recréer un peu de valeur, les constructeurs cherchent à tout prix d'autres utilisations à la TV alors que ce qu'elle fait de mieux, c'est d'afficher de la vidéo et qu'il n'est pas sûr que l'on veuille en faire autre chose. De plus, les tablettes sont venues combler un espace bien réel entre la TV et le PC.

Les i-bidules prennent soin de vous

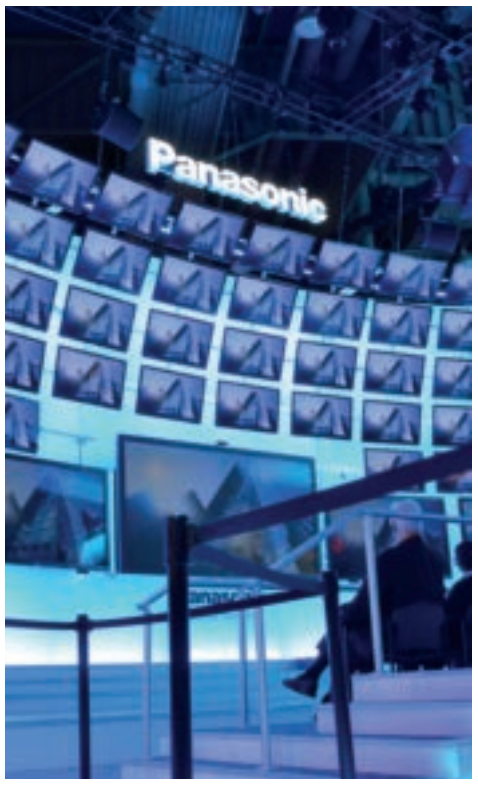
Outre l'évolution de l'interface des téléviseurs, La santé et le bien-être connectés ont été une tendance lourde de ce salon. On l'a vu par exemple avec des appareils de sociétés comme Withings qui conçoivent et commercialisent des tensiomètres connectables à un iPhone, ou encore un pèse-bébé vraiment malin qui vous permet de surveiller les courbes de poids de votre enfant sans avoir à reporter les graphiques manuellement sur le carnet de santé. De même, on ne compte plus le nombre de baby-phones 2.0 vus sur le salon. La société iHealth va plus loin encore en proposant un appareil qui aide les diabétiques à contrôler leur taux de glucose ! On trouvait même ça et là des jouets sexuels Bluetooth dont l'action varie en fonction de la musique. Si toutes les applications ne font pas forcément sens sur le marché français, la santé et le bien-être connectés via un smartphone seront un domaine de croissance potentiel pour 2012. Autre tendance nette, celle de la sonorisation nomade et sans fil des nouvelles sources de musique, à savoir le smartphone et la tablette. Le Bluetooth semble faire un retour en grâce que ce soit sur les casques ou les enceintes. Cela s'explique aisément par le succès d'un certain Android qui détient désormais la moitié du marché. De leur côté, les i-docks continuent leurs progression avec là encore une généralisation du sans-fil par la norme AirPlay.

La tête dans les nuages

Dernière tendance importante de ce salon, le stockage des données dans le Cloud est présent chez tous les constructeurs. Documents, photos, vidéos et musiques ne sont plus stockés chez vous mais sur un serveur distant. L'avantage de la méthode est de retrouver instantanément ses données depuis tous les appareils connectés de la maison ou ailleurs. Cela oblige aussi à être connecté en permanence mais pose surtout le problème de la multiplication de services. Chaque constructeur y va de son offre et on risquera bientôt de perdre ses données dans les nuages. Certains comme Acer en restent donc au traditionnel stockage sur le PC de la maison mais permettent d'y accéder partout par le Web et se proposent même de réveiller l'ordinateur au besoin. Chez Netgear, on propose du Cloud fait maison où c'est un disque dur branché en USB sur le routeur qui fait office de stockage mais il est accessible en tout point du globe. Samsung et LG privilégient une approche plus centralisée en stockant les données sur leurs serveurs qui ensuite les distribuent. Vous prenez une photo avec votre smartphone à Las Vegas, elle apparaît quelques secondes après sur le téléviseur familial à Bruxelles. Au final, le CES 2012 ne restera pas dans les annales comme l'édition du siècle mais il apportait son lot d'innovations et le public ne s'y est pas trompé. On se presse toujours autant dans les quatre halls gigantesques du Convention Center, a priori dessiné par un architecte à l'inspiration très mesurée. Cette année encore, le record d'affluence a été battu, avec 140 000 visiteurs enregistrés, soit 20 000 de plus que l'année dernière. Bref, malgré les difficultés, le marché de l'électronique grand-public reste dynamique et c'est rassurant.

Le téléviseur en quête d'avenir

Il est difficile de dégager une tendance générale dans le domaine de la télévision tant les constructeurs ont eu des approches radicalement différentes cette année. En revanche, tout le monde s'accorde sur un point : on ne peut pas continuer comme ça. Alors que le marché de l'écran plat est saturé, il paraît de plus en plus utopique de sortir 20 nouveaux produits deux fois par an comme ce fut le cas ces dernières années. Autre point sur lequel tout le monde semble s'accorder : la 3D, mieux vaut l'oublier. Ce n'est pas tant que les constructeurs aient fait machine arrière sur ce point mais c'est plutôt que leur communication n'est plus basée là-dessus. Quand on voit que même au cinéma, on se pose la question de continuer ou pas, on comprend que les fabricants n'y mettent pas toutes leurs billes. Néanmoins, nous avons pu constater les progrès faits en matière de 3D sans lunettes. Le plus avancé reste sans conteste Toshiba avec son 55 pouces ZL2 qui devrait arriver chez nous sous peu. Le prix de vente à 8 000 euros risque de limiter l'impact mais le résultat 3D est vraiment probant. Chez Sony, on pouvait voir un 46 pouces 3D sans lunettes également mais c'était un prototype. Le résultat est encore plus concluant que chez Toshiba, avec notamment la possibilité de se déplacer devant à sa guise sans perdre le relief pour autant. Mais comme il s'agit d'un modèle qui ne se sera pas commercialisé tout de suite, il est délicat de conclure quoi que ce soit sur l'avenir de cette technologie, notamment sur la faisabilité d'une production de masse.



L'interface utilisateur en question

Sur le salon, LG et Samsung présentent leurs interfaces à détection de mouvement alors que Toshiba, qui en présentait déjà une en 2011, s'est abstenu cette année. Est-ce la mort de la télécommande ? C'est fort possible. On voit déjà que bon nombre de constructeurs ont abandonné leur projet de télécommande tactile au profit d'une application pour smartphone. Seul Panasonic y croit encore avec une petite télécommande en forme de galet qui ressemble à un touchpad d'ordinateur portable. Chez beaucoup de constructeurs, la commande vocale fait son apparition avec des degrés de maturité divers. La démonstration la plus impressionnante est sans conteste celle du Coréen LG. En utilisant la télécommande comme un micro, il est possible de dicter ses propres requêtes dans le moteur de recherche du navigateur Web intégré. A l'essai, c'est vraiment bluffant malgré le niveau sonore proprement assourdissant sur le stand du constructeur. Alors certes, ce sera plus convivial pour accéder à Internet et se promener dans les menus mais cela ne change rien au fond du problème qui est qu'un téléviseur est surtout fait pour regarder de l'image animée à plusieurs. Pour le Web, un ordinateur est plus approprié, pour une application ou des photos, on préfère une tablette et pour les jeux, on est à des kilomètres d'une console dédiée. Pour autant, les constructeurs font feu de tout bois pour attirer les développeurs à l'image d'un Samsung qui va proposer Angry Birds sur ses écrans. On parle même d'une chaîne dédiée ce qui montre une fois de plus que l'on cherche des palliatifs car on sait bien que jouer à ce type de jeu sur écran géant est une aberration. Reste la vidéo à la demande encore embryonnaire et la TV de rattrapage dont les chaînes ne veulent pas vraiment, sans parler d'une concurrence évidente des box en France qui offrent déjà tout cela. On ne peut s'empêcher de penser que les constructeurs ne prennent pas forcément le problème dans le bon sens. On ne leur souhaite pas, mais pour paraphraser Gary Lineker : « la TV connectée, ce sont des marques qui connectent leurs écrans à Internet et à la fin, c'est Apple qui gagne. »

OLED : l'Arlésienne arrive enfin

Il y avait quand même une place pour la qualité d'image sur ce salon avec la présentation de modèles OLED qui vont enfin être commercialisées après des années de démonstration. Rappelons que cette technologie permet une finesse de dalle incroyable, offre un contraste irréprochable, une luminosité très élevée et une réactivité parfaite. Samsung a ainsi présenté un 55 pouces Super-OLED. L'appareil fonctionne grâce à une technologie organique qui permet de se passer désormais des filtres de couleur, chaque pixel émettant la couleur qui correspond. C'est un point intéressant qui nous laisse penser que le constructeur a résolu le problème de vieillissement inégal des OLED qui grevait encore jusqu'ici la durée de vie de ces écrans. La commercialisation est prévue pour la fin de l'année à moins de 9 000 euros. LG fait appel à une technologie légèrement différente, avec des OLED blanches et des filtres de couleur pour un résultat qui à l'œil semble tout aussi convaincant. Là encore, il s'agit d'un 55 pouces qui devrait être commercialisé d'ici la fin de l'année aux alentours de 8 000 euros. Évidemment, ces tarifs font frémir mais on sait aussi que l'industrie de l'écran a la faculté de démocratiser une technologie à la vitesse de l'éclair. Sony délaisse l'OLED pour du Cristal LED maison. L'exploit est de taille car il s'agit ni plus ni moins d'utiliser une LED par sub-pixel rouge, bleu et vert ce qui nous amène tout de même à six millions. Ainsi, la LED émet directement vers le spectateur sans aucun filtre et le résultat est bluffant : encore plus de contraste que l'OLED, la disparition de la notion même de l'angle de vision et évidemment une réactivité immédiate aussi. Sauf que chez Sony, on ne parle pas encore de commercialisation et il s'agit peut-être d'une esbroufe anti-OLED impossible à produire en série.

Quad-HD dans longtemps

Il y avait une autre tendance sur le salon, celle de doubler la résolution du Full-HD, le fameux 4k. Ainsi, le téléviseur sans lunettes de Toshiba utilise une dalle de ce type et LG montrait un 84 pouces Quad-HD. Si l'intérêt d'une résolution plus grande est évident sur les grandes tailles, on n'est pas prêt de voir du contenu. Certes, les films sont déjà tournés en 4k mais le Blu-ray ne peut pas les accueillir et en streaming depuis le Web on en est encore à se battre pour obtenir une SD correcte. Sans parler des chaînes de TV qui ne sont pas encore toutes passées à la HD. On en reparlera dans cinq ans.

Toshiba : 3D sans lunettes cherche contenu

Enfin ! Toshiba nous a montré le premier téléviseur 3D sans lunettes de grande taille réellement commercialisé. L'arrivée en Europe est d'ailleurs prévue sous peu. Nous avons déjà largement évoqué le sujet et détaillé la technologie. Rappelons qu'il s'agit d'un 55 pouces, le ZL2, et qu'il sera sans doute vendu aux alentours de 9 000 euros. Il y a neuf points de vue possibles, ce qui permettra de regarder à plusieurs et pas forcément agglutinés sur le même coin de canapé. Une caméra analyse l'emplacement des personnes devant le téléviseur et ajuste au mieux pour que cinq spectateurs puissent profiter en même temps de la 3D. Ensuite, chacun voit apparaitre trois ronds en haut de l'écran, à gauche, au centre et à droite. La position idéale sera atteinte si le spectateur voit un deuxième rond dans celui central et distinctement les deux autres sur les bords. Le cas échéant, de petites flèches vous aident à légèrement décaler la tête. Sur le salon, il y avait trois positions marquées mais la présence d'une foule nombreuse autour affolait quelque peu le système, d'où sans doute aussi l'avis négatif de certains observateurs. Nous avons eu la chance d'être sur le stand avant l'ouverture et nous avons donc expérimenté la chose à trois en toute tranquillité. Et cela fonctionne très bien, il n'y a que sur les bords qu'un peu de dédoublement apparait si on se décale un peu. C'est bien meilleur que ce qui nous avait été présenté à l'IFA en septembre dernier. Toshiba montrait d'ailleurs un vrai film (Coraline) et pas que des images de démonstration. Le résultat est très correct. Certes, il n'y a pas de jaillissements, ni la profondeur de la 3D avec lunettes mais l'effet est bien réel avec un vrai volume. Et ce sera sans doute mieux à la bonne hauteur et distance dans le canapé. C'est donc enfin une solution réellement compatible avec la maison. Reste évidemment un prix très élevé et surtout un avenir très incertain en termes de contenus. Mais le ZL2 fait aussi des merveilles en 2D. Il est doté du fameux processeur EVO et d'une dalle 4k, donc quasiment le double du Full-HD. Là encore, il va falloir attendre le contenu. Toujours est-il que la qualité d'image est éblouissante et on pourra toujours regarder ses photos dans les meilleures conditions.

TV sans fil chez Toshiba

Si on excepte le ZL2 en 3D sans lunettes, le reste de l'actualité télévisuelle est beaucoup plus calme chez Toshiba. La série VL963 remplace les VL863 et sera disponible en trois tailles : 40, 46 et 55 pouces. Les caractéristiques sont classiques avec de la 3D polarisée et un rétro-éclairage à LED. Le design a été revu et il est particulièrement séduisant avec notamment des bords très fins. La série des TL943 sera moins onéreuse mais reste connectée et conserve la technologie 3D mais cette fois en version active. Le design est lui aussi renouvelé et utilise un cadre métallique du meilleur effet. Plus original, ce modèle et tous les autres téléviseurs connectés de la marque seront compatibles WiDi. Cette technologie conçue par Intel permet de diffuser un contenu 1080p et une piste son 5.1 sans fil depuis un PC. Logiquement, tous les futurs notebooks de la marque seront dotés de cette technologie, pour peu qu'ils utilisent un processeur Intel.

Venu d'Haier

Chez Haier, on a des idées et de l'humour. Sur le stand du constructeur, on pouvait voir un vrai Hai Pad. Il s'agit d'une tablette sept pouces WiFi sous Android. Plus innovant, la détection de mouvement. Ici, il n'était pas question de zapper mais de participer à des petits jeux. Le contrôle de la TV à l'aide des mouvements du corps est décidément la tarte à la crème de ce salon. On notera aussi la présence d'un écran 46 pouces totalement transparent qui n'est pas sans rappeler la fenêtre interactive de Samsung. Mais ici, il s'agit plutôt d'un modèle professionnel, destiné aux vitrines des magasins. Plus proche de nous, on pouvait découvrir la nouvelle gamme de TV connectées du constructeur. Sans surprise, la 3D passive est à l'honneur sur les modèles A700. Quatre tailles existeront, du 32 au 55 pouces et elles devraient nous parvenir d'ici septembre. Le prix du 55 pouces est a priori de 1 300 euros. Ce modèle sera sans doute livré avec une télécommande tactile dotée d'un clavier intégral. La gamme T2000 disposera du WiFi intégré et sera compatible HbbTV. Ces modèles LED seront 100 Hz. Les diagonales iront du 32 au 42 pouces avec un prix de vente à 700 euros environ. La gamme T1000 va du 22 au 42 pouces. Le design ultra-fin est de toute beauté mais ces écrans ne seront pas connectés. A noter que sur les modèles les plus petits, un combo DVD est envisagé. Haier présentait aussi une nouvelle gamme Z8 constituée d'écrans 23 pouces hauts en couleur. Le pied n'est pas définitif mais le cadre coloré est une vraie bonne idée. Le prix devrait être de 280 euros pour une disponibilité au début de l'été.

C'est le Moov chez LG

Chez LG, on trouvait une démonstration impressionnante de contrôle à la voix. Ici, il faut parler à son téléviseur via la télécommande. Ça va au-delà du changement de chaîne puisqu'il est possible de dicter ses recherches sur Internet. La démonstration était très impressionnante puisque le niveau sonore d'ambiance sur le stand s'approchant plus d'une nuit de Saint-Sylvestre au Macumba que de la sérénité monacale. Et pourtant, ça marche. Ça ne sert peut-être pas à grand-chose, mais ça marche. Autre innovation, la détection de mouvement était à l'honneur avec un petit module à la Kinect. C'est sans doute la démonstration la plus convaincante du salon avec une version gestuelle de Fruit Ninja en 3D. Mais au-delà du jeu occasionnel, qui pilotera sa TV debout en gesticulant ? LG présentait également son téléviseur 84 pouces ultra haute définition Quad-HD 3820 x 2160, soit 8,2 millions de pixels. L'écran est même 3D passif. Il y a là un véritable intérêt car la 3D polarisée divisant la résolution par deux, on se retrouve de facto en Full-HD. Bien évidemment, l'appareil est connecté et disposera d'une version revue et corrigée de la Magic Remote. Au passage, cette nouvelle télécommande à détection de mouvement fonctionne vraiment bien. La réactivité est impressionnante. Si la version précédente était déjà acceptable, on peut désormais dire qu'elle pourrait bien remplacer le modèle traditionnel à terme. Plus prosaïquement, la nouvelle ligne d'écrans du constructeur est séduisante. En haut de gamme, on trouve les LM9600 connecté 3D et à rétro-éclairage Full-LED. Ils sont disponibles de 47 à 84 pouces et ce dernier est donc en 4k. Moins chère, la série LM8600 sera disponible en 47 et 55 pouces. Elle sera Full-HD, avec un rétro-éclairage dans les coins et sera livrée avec la fameuse Magic Remote. Signalons aussi la présence d'une Google-TV disponible en 47 et 55 pouces aux Etats-Unis dès le printemps mais il est peu probable qu'elle arrive dans nos contrées.

Samsung
Plus fin, plus connecté

A l'évidence, le 55 pouces Super-OLED dénommé ES9000 a créé l'évènement. Mais à 8 000 euros pièce, on est plus proche du fantasme que de l'équipement de masse. Plus proche de nous, la série ES8000 est disponible du 46 au 75 pouces et sera le nouveau haut de gamme du constructeur. Elle intègre le contrôle à la voix, la détection de mouvement, la 3D active et l'accès à Smart TV. Pour l'interaction, c'est une petite webcam sur le dessus qui enregistre la voix mais également les mouvements. La reconnaissance faciale est également de la partie pour lier le contenu au téléspectateur, pratique pour interdire aux enfants l'accès à certains programmes. Côté design, c'est surtout le pied incurvé qui fait la différence avec la ligne existante même si les bords sont encore plus fins. En fait, ils sont quasi-inexistants, la dalle étant juste sertie dans une sorte de rail métallique Aucun prix n'a été mentionné. Moins chère, la gamme ES7000 ira du 40 au 50 pouces, une diagonale assez curieuse pour du LCD. Le design reprend la ligne des D7000 existants. Peu de choses changent par rapport aux ES8000, si ce n'est la réduction du nombre de zones du rétro-éclairage LED. On retrouvera également la vidéo à la demande et la fonction AllShare permettant aux différents appareils de la marque d'échanger des fichiers grâce à un système Cloud. Et bien sûr ces écrans seront 3D en technologie active. Ils sont attendus chez nous dès le printemps. On dégringole un peu plus dans les gammes avec le ES6800, qui perd la reconnaissance de mouvement. Les diagonales s'étalent du 32 au 55 pouces. Pour le reste, c'est très proche d'un ES7000. Encore moins chers, les ES6100 représenteront le gros des ventes du constructeur cette année. C'est une ligne de téléviseurs allant du 32 au 55 pouces. Le rétro-éclairage est une version simple dans les coins. Par contre, la connectivité est sans compromis puisque tout est disponible comme sur les modèles plus haut de gamme et notamment Allshare play qui permet de diffuser le contenu d'une tablette sur le téléviseur. Par contre, il faut faire l'impasse sur la reconnaissance de mouvement. Ces modèles seront disponibles au printemps. Samsung mettait surtout l'accent sur la nouvelle façon d'interagir avec son téléviseur. A signaler d'ailleurs que les modèles haut de gamme disposent désormais d'un processeur double cœur pour une expérience plus fluide. Le constructeur insiste aussi lourdement sur l'inter-connectivité de ses appareils. L'idée serait par exemple de pouvoir acheter ses films sur sa TV, tout en regardant la biographie des acteurs sur son smartphone alors que du contenu additionnel serait proposé sur la tablette.

Sharp original

Le constructeur va un peu à contre-courant de l'ambiance générale du salon qui veut que le Cloud soit la solution d'avenir. Ici, on nous a brièvement parlé de Smart Central, une évolution de la TV connectée du constructeur qui permettra de customiser l'accès au contenu numérique pour chaque utilisateur. Une série d'applications est également prévue bien entendu. Pour le reste, le constructeur mise surtout sur la grande taille. L'annonce d'un écran 85 pouces à dalle 8k a été forcément remarquée même si l'utilité ne semble pas évidente avant 10 ans quand il y aura du contenu. Mais qu'à cela ne tienne, Sharp a conclu un partenariat avec ICC pour le développement d'un algorithme de mis à l'échelle du Full-HD vers le 4k plus efficace que la méthode actuelle. Même si en regardant le résultat à l'écran, on a envie d'y croire, il n'est pas certain que ça soit suffisant pour justifier l'investissement. Sinon, il y a un large éventail de modèles avec trois 60 pouces, deux 70 pouces et un 80 pouces. La gamme LE835 sera disponible en 70 et 80 pouces. Elle sera 3D, 100 Hz et disposera de quatre pixels par couleurs. Sharp continue donc avec sa technologie Quattron, diversement appréciée. Le 70 pouces devrait d'ailleurs être commercialisé à 5 000 euros. Dans la gamme en dessous, on trouve les LE740. Le 60 pouces à 2 000 euros sera 100 Hz et 3D mais il devra se contenter d'une dalle RGB et les lunettes ne seront pas fournies. Le 70 pouces devrait se négocier à 4 000 euros. Bien sûr, ces deux gammes sont connectées. La date de sortie annoncée pour ces deux nouvelles gammes est prévue dès mars prochain. Enfin mauvaise nouvelle, les téléviseurs portatifs (certains fonctionnent sur batterie) dont nous vous parlions déjà à l'IFA ne feront leur apparition chez nous qu'en fin d'année.

Projet1:Mise en page 1 02/02/2012 11:12 Page 1

Le miracle sonore

La mini-enceinte sans fil qui pulse

Bluetooth®

Y- STORM
PURE COLOR

Un **son** hallucinant - Une **taille** de guêpe - 10 heures d'**autonomie**

- Se connecte à tous les appareils Bluetooth
- Se recharge en USB
- Entrée filaire sur mini-jack
- Commandes de volume, de lecture et de plage sonore

Version filaire en sept couleurs

Pour téléphones, tablettes et notebooks

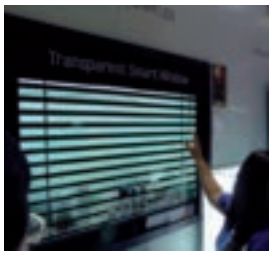
Distribution exclusive : RYGHT - 6, rue de la Michodière - 75002 PARIS - www.ryght.eu - Contact : Alexandre PONIAS - Alex.ponias@ryght.eu

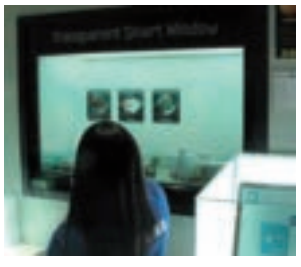
Panasonic se diversifie

Les références du nouveau line-up TV ne sont pas encore tout à fait exactes puisque le constructeur a fait de ce salon un évènement américano-américain, mais il ne faut pas être grand clerc pour deviner ce qui arrivera chez nous. Ainsi, en plasma on pouvait découvrir la nouvelle famille VT50 disponible en 66 et 65 pouces. Elle est certifiée THX et intègre le WiFi. C'est le nouveau haut de gamme du constructeur et elle se distingue par un design vraiment réussi. Dans la gamme en dessous, on trouve les GT50, héritiers directs des fameux GT30 que nous aimons tant. Ils seront disponibles de 55 à 65 pouces et reprennent la technologie Infinity Black Pro des VT30. Le THX est de la partie aussi. La famille ST50 est relativement proche des GT50, la certification THX en moins. Mais c'est surtout dans le domaine des TV LED que Panasonic a mis les bouchées doubles. Le Japonais ne s'en cache pas, 2011 a été difficile pour lui. Le fait est que le plasma est de plus en plus perçu comme un écran de spécialiste et le syndrome Pioneer de se laisser enfermer dans une image élitiste n'est pas bien loin. Pour remédier à ce problème, le constructeur proposera désormais une gamme d'écrans LED bien plus fournie qu'auparavant. Les dalles sont en technologie IPS et Made by Panasonic. En haut de gamme, on trouvera donc la série WT50, de 47 à 55 pouces. Le rétro-éclairage LED se fait dans les coins mais à gradation locale tout de même. Le taux de rafraîchissement de la dalle est porté à 250 Hz et le WiFi est intégré. La gamme DT50 reprend le flambeau de la DT30, de 47 à 55 pouces aussi mais à rétro-éclairage dans les coins, non localisé cette fois-ci. Bien évidemment, ces deux séries sont en 3D active. A noter enfin qu'une télécommande tactile sera disponible en option. C'est une sorte de touchpad circulaire conçu pour naviguer dans la nouvelle implémentation du VieraCast.

La fenêtre TV

Samsung va commercialiser cette année en Corée la première fenêtre 2.0. Il s'agit d'un châssis de fenêtre intégrant un écran LCD transparent. On pourra ainsi y afficher des widgets ou des fils d'info sans boucher la vue. De jour, le rétro-éclairage est assuré par la lumière ambiante. De nuit, un rétro-éclairage d'appoint vient prendre le relai. Il est également possible de l'utiliser comme persienne numérique en fermant tout simplement les cristaux liquides. C'est un peu kitch, mais pourquoi pas. L'ensemble est tactile. On ne sait pas combien cela va coûter mais c'est une belle idée futuriste.





Sony traite l'image

Allant du 40 au 55 pouces, les modèles de la série HX850 voient leur design allégé par rapport à la version précédente. L'écran est toujours incliné et le socle plus fin fait aussi office de barre de son. Côté technique, la 3D est toujours active mais un processeur X-reality Pro va améliorer la qualité des contenus en basse définition, du DVD à YouTube en passant par la TNT. La dalle tournera à 800 Hz et intègrera un rétro-éclairage local. Le WiFi est intégré aussi. Dans la gamme en dessous, il y a la série HX750 du 32 pouces au 55 pouces. Elle intègre une dalle 200 Hz en natif mais ne dispose pas du processeur Xreality Pro, ni du local dimming mais embarque un nouveau type de rétro-éclairage. Elle n'hérite pas du design monolithe mais reprenne un peu le look du EX320 avec un double pied métallique qui ne fait pas l'unanimité. Au bas de la chaîne alimentaire télévisuelle, on trouvera les EX650 de 32 à 46 pouces et même les EX550 de 22 à 26 pouces. Ils viennent remplacer respectivement les séries EX720 et EX320. Ils seront 100 Hz et connectés. D'une manière générale, Sony introduit de plus en plus de traitement dans ses téléviseurs. Sony a bien évidemment mis l'accent sur le contenu. Le fait d'avoir Sony Picture dans le giron de la marque est forcément un point fort. Pour 2012, le Sony Entertainement Network (SEN) sera disponible sur la plupart des téléviseurs de la gamme. Certains Blu-ray devraient être mis à disposition des clients du SEN en vidéo à la demande et en 3D, comme le dernier Harry Potter par exemple. Sony se vante d'avoir le plus gros catalogue de contenu HD en VOD. Et désormais 15 pays disposent du service, dont la France naturellement. Autre nouveauté, Sony annonce la mise sur le marché d'un vidéo-projecteur 4k « grand public ». On attend de pouvoir vous confirmer le prix mais il y a de grandes chances que ce soit quand même réservé au « grand-fortuné-public ».

SanDisk® présente la

PROTECTION PERSONNELLE

pour vos fichiers les plus précieux

Seule la gamme de clés USB SanDisk® dispose du logiciel SanDisk SecureAccess™ qui vous permet de partager votre clé USB tout en maintenant une sécurité totale pour vos fichiers privés. C'est un véritable garde du corps de votre vie privée !

DE PLUS, VOUS POUVEZ STOCKER GRATUITEMENT 2 GO* DE DONNÉES EN LIGNE EN TOUTE SÉCURITÉ !

SanDisk® Cruzer Blade™

SanDisk Cruzer Edge™

SanDisk Cruzer Slice™

SanDisk Cruzer® Switch
NOUVEAU

SanDisk Cruzer®

SanDisk Cruzer® Fit
NOUVEAU

SanDisk Ultra®

Bouton Backup †
SanDisk Ultra Backup™

© **2012 SanDisk Corporation. Tous droits réservés.** SanDisk, le logo SanDisk, SanDisk Ultra et Cruzer sont des marques commerciales de SanDisk Corporation, déposées aux États-Unis et dans d'autres pays. Cruzer Blade, Cruzer Edge et Cruzer Slice sont des marques commerciales de SanDisk Corporation. Les autres marques citées dans le présent document ne servent qu'à des fins d'identification, et elles peuvent constituer des marques commerciales détenues par leurs propriétaires respectifs. *1 gigaoctet (Go) = 1 milliard d'octets. Certaines capacités ne sont pas disponibles pour le stockage de données. † La clé USB SanDisk Ultra Backup comporte un logiciel de sécurité à protection par mot de passe, qui est différent de SecureAccess.

SanDisk®
STOCKEZ VOTRE MONDE DANS LE NÔTRE

Ordinateurs et tablettes
Vers la fusion ?

Comme tous les ans, nous avons eu droit à l'homélie des spécialistes de la prospective qui nous disent en toute confiance de quoi sera fait demain quand il s'agit du numérique. Cette année, les inquisiteurs de la courbe de tendance s'accordent à dire qu'à moyen terme, c'est le PC qu'on assassine. Sur le banc des accusés, les tablettes forment le gros des « usual suspects ». La multiplication des diffuseurs de contenu a peu à peu brisé la quasi exclusivité technique de l'ordinateur quand il s'agit de multimédia. Aujourd'hui, du jeu vidéo aux vidéos à la demande en passant par la musique, tous ces modes de consommation numérique se sont détournés de l'informatique et nos amis les analystes pensent que la convergence aura raison du PC en tant que tel. Evidemment, c'est en contradiction avec ce que pense Intel comme en témoigne son investissement de plus en plus lourd dans sa plateforme ultrabook. Mais le fondeur estampillé PC n'en prévoit pas moins des hybrides ordinateurs/tablettes, la fusion se faisant juste en partant de son côté.

Tablettes multi-cœur et en haute résolution

Pour les tablettes, c'est la course à la puissance qui est engagée. Pour le moment, cela passe principalement par l'utilisation du progresser Tegra 3 de Nvidia. Il semblerait que le fabriquant américain soit bien parti pour dominer les premiers mois de 2012, aucun autre fabriquant ne proposant de puces quadri-cœur pour le moment. On remarque également un passage à de très hautes résolutions sur les modèles haut de gamme. Il semblerait que le Full-HD soit désormais la norme pour les tablettes dernier-cri. Même si cette résolution n'est pas forcément utile en soi, on apprécie le gain en finesse. On ne peut toutefois pas s'empêcher de se demander si les applications tierces seront à même d'exploiter l'espace disponible. On remarque aussi que les constructeurs proposeront désormais des portes d'entrée abordables et relativement performantes. Deux solutions pour y arriver : soit maintenir un modèle ancien tout en baissant le prix, soit concevoir un nouveau aux caractéristiques moins musclées.

L'ultrabook généralisé

En matière d'ordinateurs portables, l'essentiel des nouveautés rentrait dans la catégorie ultrabook. Et cela a pour conséquence première un élargissement du concept. Ainsi, il y a désormais des tailles d'écran plus grandes que les 13,3 pouces des premiers modèles. Si la possibilité de produire des grandes diagonales n'avait jamais été exclue par Intel, les constructeurs se limitaient pour le moment aux plus compactes. Ces ultrabooks de 14 et 15 pouces sont bien entendu plus encombrants mais ils apportent aussi plus de confort en situation moins nomade. Ils sont par exemple souvent dotés de lecteurs optiques et leur autonomie devrait être meilleure au vu de la place supplémentaire disponible pour la batterie. Il y avait aussi des concepts d'ultrabooks plus surprenants comme le Slider PC de Sony ou encore des hybrides tablette/notebook. Une tendance confirmée par Intel lors de sa conférence. Le fondeur semble en effet vouloir ajouter des fonctions tactiles et de reconnaissance du mouvement sur les ultrabooks. On remarque aussi que les enseignements des ultrabooks semblent déborder sur les machines classiques. Les gammes 2012 représentent un gros pas en avant, tant sur le plan du design que de la finition.

Asus : tablettes en évolution

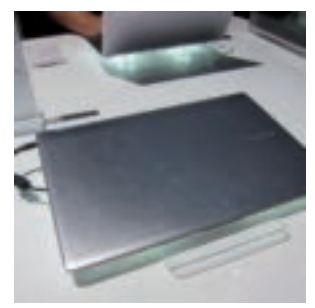
Déjà premier constructeur à intégrer le nouveau processeur Nvidia Tegra 3, Asus a présenté de nombreuses tablettes au salon. La Memo 370T est un modèle plus nomade avec une diagonale de sept pouces. Equipée en Tegra 3, elle devrait être proposée à un tarif très agressif de moins de 300 euros. La Transformer 700 Series est une Prime très légèrement relookée qui a pour particularité d'être dotée d'un écran Full-HD. Si la différence n'est pas flagrante dans les applications, la haute résolution est particulièrement agréable pour les films et la navigation Web. La tablette devrait sortir dans le courant du deuxième trimestre pour un prix oscillant entre 599 et 699 dollars selon la capacité de stockage (16 ou 32 Go). Plus original, le PadFone joue aux poupées russes. C'est une tablette qui dispose d'un emplacement pour un smartphone. Il est ainsi possible de partager sa connexion avec la tablette ou de recharger le téléphone. Reste que l'ensemble risque d'être très onéreux puisque la tablette peut être utilisée seule et dispose donc de son propre processeur. Malgré cette déferlante de tablettes, Asus ne néglige pas pour autant les ordinateurs portables. Ainsi, on pouvait découvrir l'essentiel des nouveaux châssis 2012. La série K tout habillée d'aluminium s'avère particulièrement séduisante mais la gamme multimédia N a également été revue. Toute ce petit monde devrait tourner sur la nouvelle plate-forme Intel Ivy Bridge et devrait être disponible dans une multitude de configurations. On note que la finition monte encore d'un cran, une tendance très agréable qui se retrouve chez plusieurs constructeurs. Petit miracle, ces nouveaux notebooks devraient tous être équipés d'écrans mats ! Pas de grandes annonces pour les ultrabooks avec seulement de nouveaux coloris : fuchsia/noir et champagne/aluminium. Au moins, Asus se démarque ainsi clairement dans un univers où règne sinon une certaine uniformité. Les netbooks continuent leur petit bonhomme de chemin avec un passage à la plate-forme Intel Cedar Trail d'Intel. Ils gagnent en finesse et devraient être disponibles en 10 et 11,6 pouces.

Acer : l'ultra-book décliné

S'il fallait résumer les gammes du constructeur, on peut dire qu'Acer mise sur le design, le nomadisme et la diversité. Ainsi, l'ultrabook est décliné dans une gamme complète. Au premier modèle S3 s'ajoute désormais le S5 plus haut de gamme mais toujours en 13,3 pouces. Il se distingue déjà par sa couleur noire mais aussi et surtout par une finition en hausse. Si le poids demeure quasi inchangé, le S5 est encore plus fin (15 mm au point le plus épais). Pour atteindre une telle finesse, la connectique est dissimulée dans une trappe motorisée à l'arrière de l'ordinateur. C'est très élégant mais on ne peut s'empêcher de penser que l'ajout de tels mécanismes pourrait causer des problèmes de fiabilité. Le S5 ne devrait être disponible qu'avec un SSD, ce qui ajoute encore à son pouvoir de séduction. De leur côté, les gammes ultra-portable existantes passent également aux spécifications ultrabook. Et comme les S occupent le terrain des 13 pouces, les nouveaux TimelineX seront disponibles en 14 et en 15 pouces. Le design change du tout au tout avec un châssis désormais composé d'un alliage de magnésium qui est beaucoup plus séduisant que sur la génération précédente. Le 15,6 pouces est doté d'un lecteur optique et aura comme particularité d'offrir une excellente autonomie d'au moins huit heures. Le poids est très réduit pour un 15,6 pouces avec seulement 2,2 kg sur la balance. La ligne Aspire évolue aussi et utilise le châssis des anciens TimelineX mais avec un coloris qui passe du bleu au noir. C'est une excellente idée car cela permet de lancer des ordinateurs performants, fins, légers et séduisants à un prix très contenu. Les autres caractéristiques devraient être sans surprises. Selon la configuration, on trouvera des processeurs Intel ou AMD, dotés ou non d'une puce graphique additionnelle. S'ils sont bien moins nombreux qu'à une époque, les netbooks sont toujours présents. Les Aspire One se verront dotés en 2012 de la dernière version des processeurs Atom d'Intel (nommée Cedar Trail). L'esprit de séduction ne se résume pas aux seuls ordinateurs portables. Acer présentait aussi un nouveau tout-en-un 27 pouces donc le look est vraiment très réussi et qui pour une fois ne copie pas l'iMac. Ce dernier prend même un sérieux coup de vieux à comparer. Le clavier sans fil qui l'accompagne est tout aussi remarquable avec un touchpad qui se transforme en pavé numérique. Acer présentait bien entendu aussi une tablette en Tegra 3. L'A700 embarquera donc la dernière version du processeur mobile de Nvidia ainsi qu'un écran Full-HD. Contrairement à d'autres, Acer n'a pas cherché à lutter sur le terrain de la finesse et sa tablette est effectivement un peu plus épaisse que la Transformer Prime. Par contre, elle devrait avoir l'avantage au niveau de l'autonomie, Acer nous annonçant plus de 10 heures sur une seule charge. Du coté logiciel, on trouvera un Android 4.0 légèrement modifié. L'Acer Ring permet ainsi d'accéder rapidement aux principales fonctions et applications. Une version dotée d'un écran à la résolution inférieure de 1280 x 800 verra le jour aussi. Nommée A510, elle permettra de rendre le Tegra 3 plus accessible.

Samsung Poids record

Samsung avait devancé la tendance des ultrabooks en 2011 avec son très réussi Série 9. Fort logiquement, Samsung décline le concept. Le Série 9 change de look et adopte un châssis d'un seul tenant en aluminium. L'épaisseur est revue à la baisse avec 14,9 mm au point le plus haut. Bien que le nouveau design soit réussi, on ne peut s'empêcher de trouver que l'ancien avait un peu plus de caractère. On notera toutefois avec plaisir la disparition des parties en plastique autour du clavier. Deux versions seront disponibles, un 13,3 et un 15 pouces. Les bords très fins de l'écran permettent à la version 15 pouces d'être très compacte et de rentrer dans un châssis aux dimensions d'un 14 pouces classique. Avec le poids record de 1,6 kilo, il s'agit sans doute du 15 pouces le plus léger de tous les temps (1,16 kg pour le 13 pouces). Les détails de la configuration ne sont pas connus mais on devrait rester dans du classique avec des Intel Core i5/i7 et du SSD. Les modèles Série 5 seront moins onéreux que leurs grands frères et seront disponibles en 13 et 14 pouces. Le design est un peu moins réussi que celui des Série 9, la faute à un recours massif au plastique. Pour pouvoir proposer des prix agressifs, Samsung a fait le choix d'utiliser une solution hybride pour le stockage avec un disque dur classique épaulé par 16 Go de mémoire Flash pour le système. La version 14 pouces aura pour particularité d'embarquer un graveur DVD. Ces deux machines devraient arriver dans les rayons américains à la fin du mois pour respectivement 900 et 1 100 euros.



Lenovo : smartphone x86

On hésite un peu à présenter les nouveaux ordinateurs de la marque car le plus souvent, on ne les voit pas en France, à l'image du premier ultrabook pourtant très original. A croire que dans l'esprit de Lenovo, la France n'est un marché que pour des modèles pros et austères. Il y a d'ailleurs de nouveaux modèles que l'on pourra toujours évoquer si on les voit un jour dans l'Hexagone. L'IdeaPad Yoga est lui bien plus surprenant. Lenovo a repris le concept des Tablet PC en lui appliquant la recette de l'ultrabook. Le résultat semble réussi techniquement mais nous ne pouvons pas nous empêcher de craindre qu'en cherchant à créer un mouton à cinq pattes, Lenovo ne fasse ni un bon netbook, ni une bonne tablette. L'interface tactile étant intimement liée à Windows 8, il est peu probable que l'on voit arriver ce modèle avant la sortie de la nouvelle version de l'OS. Du côté des tablettes et autres smartphones, Lenovo semble travailler très étroitement avec Intel. Ainsi, on pouvait voir un premier smartphone qui utilise un processeur Intel Atom. Le K210 embarque un processeur Atom Z2460 cadencé à 1,6 GHz. Il ne dispose que d'un seul cœur mais dispose de la technologie hyper-treading qui lui permet d'en créer un second logique. Avec son écran de 4,5 pouces 720p, le K210 devrait pouvoir rivaliser avec le Galaxy Nexus de Samsung. Une tablette Android de 10 pouces tournant avec ce même Atom Z2460 était également visible sur le stand Intel. La tablette fonctionnait sous Android 4.0 mais doté d'une surcouche conçue par Lenovo.

LG
Le retour de l'IT

A la surprise générale, LG annonçait son retour sur le marché informatique français. Le Coréen nous a déclaré vouloir se limiter à des ordinateurs qui offrent une forte valeur ajoutée. Logiquement, LG entre donc dans la danse avec des ultrabooks. Deux modèles ont été présentés, le Z330 en 13,3 pouces et le Z340 en 14 pouces. Bien entendu, les caractéristiques des deux machines sont semblables à celles des autres ultrabooks avec un processeur Intel, un disque SSD et une batterie conséquente. Le design est assez original pour une fois avec une utilisation massive de magnésium. LG propose aussi la 3D sans lunettes sur un moniteur de 25 pouces et sur un ordinateur portable orienté jeu, le A540. Il est équipé d'une puce graphique Nvidia GT555M qui risque d'être un peu à la peine en 3D. Nous avons été impressionnés par la qualité de la 3D qui offre des effets d'une réelle profondeur sans que les bords ne soient flous pour autant.

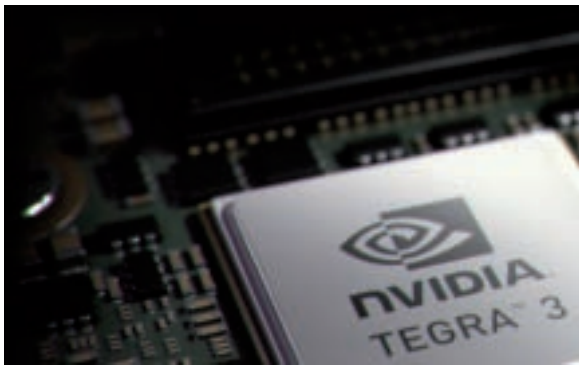
Toshiba
Tablette à induction

Toshiba présentait sous vitrine le prototype d'un nouvel ultrabook de 14 pouces au design très attrayant, misant comme le premier Z830 sur la finesse et la noblesse des matériaux. Il y avait aussi plusieurs prototypes de tablettes avec notamment une sept pouces dotée d'un processeur Nvidia Tegra 3 et d'un écran Amoled. Plus avant-gardiste, voire franchement délirante, on pouvait voir une tablette exhibée dans un aquarium. Non seulement, elle est étanche mais de plus elle est alimentée par résonnance magnétique avec un chargeur placé contre la vitre extérieure du bocal. On ne voit pas bien à quoi pourrait servir une tablette sous-marine mais en revanche on conçoit bien l'intérêt d'une recharge sans contact physique.

Sony : un peu de concept

Gros stand mais peu de nouveautés, c'est ce qui résume le mieux la présence de Sony au CES. En tablettes, rien de nouveau, pas plus qu'en informatique si ce n'est la présentation de quelques prototypes. Ainsi, Sony montrait un PC Vaio à la forme de tablette mais doté d'un clavier coulissant qui sert aussi de support une fois déployé. Plus original, on pouvait également admirer sous vitrine une tablette capable de déployer un pied en se déformant. Un peu à l'image de la Gina de BMW, cette tablette est dotée d'un dos en tissus solide qui se déforme à volonté pour faire apparaitre le pied.

Nvidia : du Tegra 3 partout



Sans surprises, ce CES 2012 était placé sous le signe du Tegra 3. Récemment lancé sur la tablette Asus Transformer Prime, ce processeur mobile surpuissant semble promis à un bel avenir. Outre dans les tablettes, le Tegra 3 sera aussi présent dans des téléphones et des voitures. Ce sera l'occasion de voir arriver des smartphones surpuissants mais aussi enfin plus autonomes car le Tegra 3 peut adapter sa consommation à l'utilisation. Côté automobile, on pouvait voir l'Audi A7 et la nouvelle Tesla qui embarquent le Tegra 3. Comme à son habitude, le fondeur s'est montré assez peu bavard sur l'avenir mais nous a toutefois communiqué quelques informations intéressantes. Nous avons par exemple appris qu'une version plus musclée du Tegra 3 verrait probablement le jour. Reste à voir si Nvidia fera évoluer son architecture ou se contentera d'augmenter la fréquence. Pour le jeu vidéo, Nvidia nous a réaffirmé travailler étroitement avec les développeurs pour qu'il y ait rapidement de nombreux titres exploitant le Tegra 3, une douzaine serait actuellement en développement. Nvidia exposait aussi une tablette maison qui fonctionnait sous Windows et dotée d'un Tegra 3. Le couple semble s'entendre à merveille. Le fondeur n'a visiblement pas l'intention de vouloir se limiter aux seules tablettes, expliquant qu'il était tout à fait envisageable que le Tegra 3 soit utilisé dans les ordinateurs ultraportables.

Intel multiplie l'ultrabook

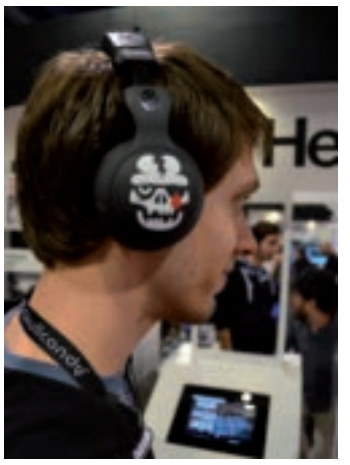
Fin, léger et design, on connaissait déjà. Voici maintenant l'ultrabook tactile, évidemment en prévision du déploiement de Windows 8. On pouvait voir aussi un ordinateur portable à détection de mouvement, une des tendances lourdes de ce CES. Un capteur d'image à la Kinect remplace la traditionnelle webcam pour des applications qui seront essentiellement vidéoludiques dans un premier temps. Intel a également conclu un partenariat avec Nuance en vue de développer un système à commande vocale. Plusieurs langues sont supportées, dont le Français, l'Anglais et l'Allemand. Ces ultrabooks seront sur le marché d'ici huit mois et intègreront la dernière génération de processeur Intel, cela va sans dire. Concernant les nouveaux capteurs comme le gyroscope et l'accéléromètre, Intel nous a toutefois indiqué qu'ils ne seraient pas rendus obligatoires. Le fondeur propose des possibilités et laisse les constructeurs expérimenter autour avec pour conséquence des produits surprenants comme des hybrides tablettes/notebooks. Intel veut pouvoir proposer un ultrabook pour chaque usage, à l'exception notable des joueurs ce qui est incompréhensible à la vue du succès ludique des tablettes. Il s'agit d'une politique ouverte qui va aussi pouvoir diversifier une offre ultrabook un peu uniforme actuellement, pas moins de 75 designs différents ayant été annoncés. On note en particulier une arrivée en masse des grandes diagonales (14 pouces et plus) dont Intel pense qu'ils représenteront la moitié des ultrabooks vendus en 2012. La question des matériaux, et par extension du prix, a été abordée aussi. Il est probable que pour offrir des tarifs abordables, le métal coexiste avec le plastique. Les batteries sont pour le moment développées au cas par cas en fonction de chaque modèle. L'adoption d'un format commun permettrait de réaliser d'importantes économies d'échelle. Reste à voir si les constructeurs suivront cette piste qui risque de limiter les possibilités en termes de design. Intel a aussi abordé la question des appareils nomades de type téléphones ou tablettes. Le fondeur affirme que sa nouvelle plateforme Atom est parfaitement adaptée à ces usages.

Razer La tablette de jeu

Le spécialiste de l'accessoire de jeu sérieux passe à l'échelle supérieure et montrait déjà son premier ordinateur portable dédié au jeu : le Blade. C'est un 17 pouces comme il se doit mais Razer a essayé d'en minimiser le poids qui ne dépasse pas les trois kilos, ce qui est peu pour une machine de jeu. La finition est très sobre et la finition est en soft-touch. A signaler un pavé numérique qui est en fait un écran tactile et peut ainsi s'adapter au jeu en cours. Seul problème, aucune commercialisation européenne n'est prévue pour l'instant. Razer montrait aussi un concept de tablette dédiée au jeu. On peut vraiment s'étonner que personne n'ait eu l'idée avant tant les jeux sous Android et sur Tegra 3 s'approchent de ceux d'une console next-gen. Pourtant, Razer a choisi Windows pour son projet Fiona évoquant des performances sans compris mais sans préciser le processeur graphique embarqué. Quand on pense à l'arsenal nécessaire en plate-forme PC, on peut douter de l'intérêt du projet, ne serait-ce que pour des raisons d'autonomie. En revanche, la sortie se fera sous Windows 8 et d'ici là, il y aura des composants moins gourmands mais pour autant, on ne saisit pas bien pourquoi faire l'impasse sur Android, d'autant que l'addition sera salée en architecture PC avec un cap visé de 1 000 euros. A chaque extrémité de la tablette se trouve une manette de jeu complète avec gâchettes, boutons et joytsick. Nous avons essayé avec un FPS et il faut reconnaître que l'ergonomie est excellente alors que l'on tient la tablette dans ses mains. En revanche, il faudrait que ces manettes soient amovibles pour un usage tablette traditionnelle car il n'y a aucune raison de s'en priver. La démarche de Razer semble un peu trop « game only » pour convaincre réellement alors qu'une tablette dotée de manettes optionnelles serait une vraie bonne idée tant le jeu tactile est quand même limité.

Audio, photo et appareils connectés

L'audio oublie de plus en plus le salon et devient exclusivement nomade, même si c'est à l'intérieur de la maison. Pour cela, il abandonne le fil et se retrouve le plus souvent dans un casque ou une station qui accompagne le smartphone ou la tablette. La photo, qui était sensée rattraper son salon perdu d'automne (la PMA), n'a guère montré les dents si ce n'est pour annoncer des modèles experts de plus en plus pros. En revanche, l'i-fitness et l'i-santé sont des tendances lourdes, du moins aux Etats-Unis, le Vieux Continent étant un peu plus hermétique à ce genre de choses.



Hercules : sans fil et sur ruban

Déjà spécialiste des enceintes multimédia, Hercules se lance à son tour dans les modèles sans fil. Une première enceinte pas encore définitivement nommée présente une forme originale, une sorte de soucoupe oblongue assez réussie. L'enceinte offre une puissance de 25 watts, ce qui est déjà assez conséquent et s'alimente néanmoins sur batterie avec une autonomie annoncée comme record par le constructeur. Pour la transmission sans fil, Hercules a recours à un système propriétaire qui nécessite un dongle USB livré et qui limite donc la source à un ordinateur Mac ou PC. Aucune date de commercialisation n'a été annoncée pour l'heure. Plus original, Hercules parvient à redéfinir la webcam ce qui est un exploit dans le contexte actuel d'un produit sur le déclin. La Twist est une toute petite caméra HD 720p montée sur un long ruban en caoutchouc disponible en puiseurs coloris. Ce ruban est malléable à volonté, ce qui permet d'installer la Twist à peu près n'importe où, sur un moniteur bien sûr mais tout autant directement sur le bureau ou accroché à un quelconque objet. La commercialisation est prévue prochainement à un prix de 30 euros.

Parrot : design et qualité

Le drone, qui a fait couler beaucoup d'encre, passe en version 2.0. Au menu, un vol plus stable grâce à des capteurs plus nombreux et surtout un mode de pilotage plus intuitif où, quelle que soit sa position, le drone va dans le sens demandé par l'iPhone - qui le téléguide - peu importe l'orientation. Autre amélioration, la caméra devient HD et le retour vidéo est donc bien meilleur. On peut aussi enregistrer directement. Reste tout de même un gadget qui vaut sans doute la dépense si on s'investit vraiment dans un long apprentissage, car sinon le drone risque de se retrouver au fond d'une armoire au bout d'un ou deux essais plus ou moins infructueux. Parrot lance aussi un casque audio sans fil désigné par l'incontournable Philippe Stark. C'est un assez gros supra-aural qui séduit par son design et sa finition. Il est doté d'un système de réduction du bruit actif qui semble efficace pour autant que l'on puisse en juger sur un salon bruyant. De même, le rendu semble plutôt convaincant aussi. Touche de raffinement ultime, le volume et le changement de plage se font en tactile en effleurant la surface de l'écouteur droit dans les quatre sens. C'est assurément un bel objet qui, si le prix n'est pas encore annoncé, sera à coup sûr très dispendieux. Parrot décline également sa station d'écoute iPhone en version non stéréo avec l'enceinte Zikmu Solo. Mais Parrot ne s'est pas contenté de prendre une des deux enceintes existantes pour la vendre en solo. Les ingénieurs ont repensé la disposition et le choix des haut-parleurs pour créer un effet surround qui n'entame pas la dynamique et la musicalité. Et la première écoute dans une pièce isolée sur le CES laisse croire que c'est réussi. La spatialisation est impressionnante. Même si c'est sans rapport avec une réelle stéréo, l'image est ample sans pour autant créer un effet de hall artificiel comme c'est généralement le cas. La musicalité est préservée et il n'y a aucun raccord artificiel entre les différents registres. Le prix est encore inconnu mais il sera sans doute élevé. Cependant, il faut aussi reconnaitre qu'apparemment on ne paie pas seulement pour le snobisme de l'exclusivité.

Canon : compact sans compromis

Décidemment, les constructeurs d'appareils photo cherchent sans relâche des voies nouvelles pour séduire les photographes exigeants à la recherche d'alternatives aux reflex encombrants. Canon avait déjà été l'initiateur du concept compact expert avec la série G puis S plus petite. Avec ce nouveau G1X, le fabricant adopte une solution plus radicale quant à la qualité d'image qui n'est pas sans rappeler la démarche de Fuji sur son X10O. Le G1X est ainsi doté d'un capteur très grand qui affiche la même hauteur qu'un APS-C mais au ratio 4/3 (18,7 x 14 mm précisément). Il a été développé en CMOS par Canon et promet une très bonne montée en sensibilité, jusqu'à 12 800 ISO ! Pour autant, le compact est doté d'un zoom 4x du 28 au 112 mm en équivalent qui ouvre de 2,8 en grand angle à 5,8 en téléobjectif. Comme il n'y a pas de miracles, ce compact est logiquement assez imposant et lourd mais pas beaucoup plus que le précédent G12. A signaler qu'il est possible d'enregistrer les clichés en RAW 14 Bits. L'appareil semble aussi doué pour la vidéo qui est en Full-HD stéréo avec zoom pendant la prise de vue et sortie HDMI. Côté ergonomie, rien n'a été laissé au hasard non plus. L'écran de trois pouces affiche 920 000 points et il est orientable en tout sens. Un viseur optique est également disponible avec correcteur dioptrique. Sur le dessus se situe une double roue de commande dont une sert à régler l'exposition. Enfin pour ne rien gâcher, la finition fait très pro. Il semble vraiment qu'avec cet appareil on s'approche du compact expert idéal qui n'oblige plus à aucun compromis sur la qualité tout en conservant un zoom décent. Canon lance aussi un nouvel IXUS 520 HS qui semble enfin revenir aux sources de la série avec un design très séduisant et un encombrement minimal, tout en offrant une technologie de pointe. Le zoom va du 28 au 330 en équivalent et le capteur est un 10 Mpixels CMOS rétro-éclairé. L'appareil filme en Full-HD et il est doté d'un grand écran trois pouces qui semble de qualité. C'est donc un bel objet compact qui offre un zoom ample mais encore raisonnable et surtout un capteur qui promet une belle qualité d'image même en basse lumière.

Fuji Instax le retour de l'instantané

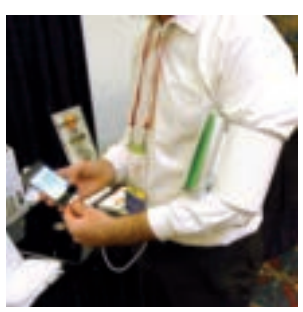
Fuji remet au goût du jour l'appareil photo instantané. Qui l'eut cru ? A l'ère du numérique, la photographie à impression directe refait surface. Questionné sur le sujet, Fuji certifie qu'il y a une demande, en particulier des jeunes qui n'ont connu que le numérique. L'impression directe a un côté vintage très tendance et le constructeur déclare en vendre beaucoup en Asie. Divers modèles sont présentés, de l'Instax mini 7 tout simple au Mini 50 à zoom motorisé. Le design n'a pas changé en 10 ans. Le prix du Mini 50 devrait être de 129 euros et les cartouches de 10 photos au format carte de crédit devraient coûter une dizaine d'euros. A noter que le constructeur a licencié sa technologie à Polaroid qui sort lui aussi un nouveau modèle instantané.

Toshiba Caméscope 3D sans lunettes

Nous avons aperçu sur le stand de Toshiba un caméscope 3D natif le Camileo 2100. Doté de deux capteurs de 5 Mpixels. Il est capable de filmer jusqu'en 1080p et il est doté d'un écran auto-stéréoscopique de type 3DS. Il se démarque des autres caméscopes 3D du moment par sa petite taille qui devrait le rendre plus aisé à transporter que les excellents mais très encombrants modèles proposés par Sony.

Withings prend soin de vous

La santé et le bien-être connectés sont une tendance forte cette année. Dans ce contexte, la société française Withings a présenté une série de produits vraiment innovants. Le slogan de la société, simplifier et connecter, est appliqué à la lettre à une série d'appareils usuels où cela fait sens. C'est le cas par exemple du baby-phone déjà commercialisé. On trouve la petite caméra d'un côté et une application iPhone de l'autre. On peut ainsi surveiller son bambin, allumer une veilleuse ou lui parler. Et si vous avez des doutes quant à la sureté du WiFi, un port Ethernet est prévu. Dans le même ordre d'idée, le tensiomètre connecté permet de surveiller sa tension, d'établir son historique, bref, de surveiller sa santé. Marginal ? Détrompez-vous. Aux Etats-Unis, 25 % de la population est censée surveiller sa tension au moins une fois par semaine. C'est loin d'être un gadget puisque ce petit appareil à 129 euros a été certifié CE Medical et FDA. Sur le stand, on pouvait aussi découvrir un pèse-bébé connecté qui surveille la courbe de poids du petit dernier. Là encore, on pourrait penser que c'est superflu mais c'est sans compter les millions de carnet de santés mal tenus ! Ici, l'historique s'établit tout seul sans que l'on ait besoin de reporter les chiffres sur un graphique à la main. Lorsque bébé grandit, la balance se transforme en pèse-petite-personne ce qui vous permet de continuer à suivre la santé de vos enfants. Pour l'instant, aucun prix n'est annoncé. A noter que du côté smartphone, l'application propose de poster optionnellement les données de votre rejeton sur Facebook, mais c'est sans doute aller un peu trop loin…



Samsung La photo sans fil

Samsung a présenté pléthore de nouveautés dans les appareils photo compacts et ils sont nombreux à être placés sous le signe du sans fil qui sera le credo du constructeur pour cette première moitié de l'année. Certes, le WiFi n'est pas nouveau dans le monde de la photo mais Samsung compte bien justifier sa présence par des fonctions réellement utiles. Car si ce n'est que pour copier des photos, on a aussi vite fait d'utiliser la carte mémoire. Ainsi, on pourra automatiser la sauvegarde systématique des photos vers un ordinateur dès qu'il est à portée. Cela évitera de laisser dormir de nombreux clichés sur les cartes ou de les effacer pour faire de la place. De même, Samsung propose aussi un stockage en Cloud. Il sera également possible de visionner sans aucun réglage toutes les photos sur un téléviseur, une tablette ou un smartphone, pourvu qu'ils soient connectés en réseau et en WiFi. Logiquement, le nouveau vaisseau amiral de la gamme intègrera ces fonctions. Le WB850F offre également un zoom record 21x qui part du grand angle en 23 mm équivalent. Le capteur est un CMOS rétro-éclairé fabriqué par Samsung et affichant 16 Mpixels. L'écran de trois pouces signe le retour de la technologie Amoled qui garantit une luminosité très élevée pour des prises de vue faciles en forte lumière. Un GPS sophistiqué avec des fonctions de réalité augmentée complète le WiFi avancé. Le WB850F sera commercialisé au mois d'avril à 379 euros. La série design est entièrement renouvelée avec en haut de gamme un ST200F qui peut compter sur un zoom 10x grand angle, le WiFi, un écran trois pouces et surtout sur un look très réussi.

Philips : le son privé

Philips s'est contenté de parler son sur ce CES. On commence par une gamme d'écouteurs Made for Android. Derrière cette appellation un peu obscure se cache en fait une application à télécharger qui permettra d'exploiter pleinement les commandes du casque et ce quel que soit le téléphone. L'objectif avoué est de se rapprocher de l'expérience offert par l'iPhone dans ce domaine. Trois paires d'écouteurs et un casque seront disponibles en février pour un prix allant de 30 à 100 euros. Toujours dans les casques, la gamme Cityscape cherche à offrir un compromis entre design et qualité sonore, une promesse récurrente mais rarement tenue. Ces casques nous ont toutefois agréablement surpris avec un son propre et puissant, en particulier sur le modèle Uptown haut de gamme vendu 150 euros. Les versions moins onéreuses sont un peu moins bien dotées mais restent d'assez bonne facture. Affichés comme urbains par Philips, ces casques ont une particularité étonnante, ils ne laissent pas passer le son vers l'extérieur. On peut écouter sa musique sans en faire profiter son voisin en transport en commun. Un effort qui mérite d'être salué. Plus surprenant, The Constrcut est un casque dédié aux sports extrêmes dont l'arceau est capable de se tordre à 90 degrés et dont le câble détachable est gainé de kevlar. Proposé à 150 euros, le son produit nous a paru moins convaincant.

Fujifilm X-Pro1
L'hybride de l'élite

Avec le X100, Fujifilm avait déjà lancé un compact numérique sans compromis doté d'une focale fixe mais aussi d'un capteur APS-C de reflex et d'un viseur hybride optique et numérique. Avec le X-Pro1, une étape supplémentaire est franchie qui nous projette dans des dimensions jusque-là inconnues en photo numérique. Il s'agit d'un hybride ultra haut de gamme et très élitiste. Les dimensions du boîtier sont comparables à celle d'un reflex et il faut l'avouer, c'est un très bel objet entièrement en métal à l'ancienne qui fait penser aux Leica d'antan. Le capteur est un APS-C maison de 16 Mpixels en CMOS. Le constructeur japonais annonce également une nouvelle gamme d'optiques XF conçue pour cet appareil et tout aussi élitistes avec pour principal soucis la performance en maximisant l'ouverture. Et pour que le tout soit encore un peu plus exclusif, il n'y aura que des focales fixes au lancement : 18, 35 et 60 mm. Pour l'équivalence en 35 mm, le facteur est de 1,5. A noter que l'on pourra gérer la fermeture par une bague mécanique avec des étapes par un tiers de valeur. Cette nouvelle monture XF est un design original de Fuji mais une compatibilité avec les optiques Leica est prévue. En 2012, deux optiques complèteront la gamme : un grand angle fixe 14 mm et surtout un zoom standard 18-72. En 213, il y aura un 28 mm, un 23 mm, un 70-200 zoom ainsi qu'un 12-24 mm. L'écran en reste au trois pouces mais se compose de 1,3 million de pixels. L'œilleton hybride optique et numérique tant apprécié sur le X100 subit lui aussi un lifting. Un système optique permettra d'adapter automatiquement le cadrage à la puissance de la lentille choisie. Par rapport au X100, les commandes ont également été revues avec notamment l'abandon de la roue arrière peu ergonomique. Avec l'objectif le plus léger à la sortie, soit le 35 mm, l'ensemble pèsera tout de même 637 grammes, un poids vraiment respectable qui place le X-Pro1 dans les rangs d'un reflex semi-pro. Reste le prix qui amène le X-Pro 1 dans des sphères où la cible potentielle est tout de même très réduite. Pour le boîtier et les trois optiques fixes au lancement, il faudra débourser environ 3 300 euros. Le X-Pro1 s'adresse à des amoureux de beaux objets qui se plaisent à retrouver la rigueur d'une photo plus exigeante du passé et qui surtout n'ont pas trop de limites côté budget.

iHealth :
La santé sans fil

C'était une tendance lourde du salon et iHealth l'incarne bien. La santé se passe désormais de fil et se consulte sur un iObjet. On commence par la tension avec un tensiomètre sans fil alimenté sur batterie qui transmet le résultat à l'iPhone ou à l'iPad. Non seulement, on y consulte le résultat mais on peut évidemment suivre aussi l'historique qui est mémorisé. Il y a également une version filaire avec dock pour iPad qui sortira avant et sera moins chère. On continue par un testeur pour diabétiques qui se branche sur le connecteur de l'iPhone. C'est un système classique à lamelles sur lesquelles on dépose une goutte de sang mais là encore ce sera l'iPhone qui calculera et affichera le résultat ce qui permet de faire des statistiques et consulter des graphiques. Reste à voir si la fiabilité égale celle des modèles produits par les grands fabricants issus du milieu médical. Outre un baby-phone vidéo qui tourne sur 360° et se visionne sur iPad, iHealth commercialise aussi un pèse-personne Bluetooth dont l'affichage se fait sur i-quelque chose aussi. iHealth se distingue par des prix vraiment attractifs, la balance ne coûtant aux U.S. que 69 dollars.

Fitbit et Basis : le fitness numérique

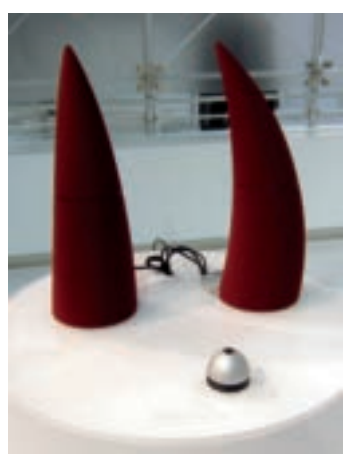
Une des tendances qui ressortaient de ce CES 2012 fut le nombre grandissant d'entreprises se lançant dans le fitness connecté. Le Fitbit Ultra est un petit appareil qui combine des fonctions de podomètre et d'altimètre pour évaluer l'activité physique et la quantité de calories brûlées. Il peut ensuite uploader ces données sur le site et avoir un suivi jour après jour. L'Aria est une balance connectée. Outre ses fonctions de pèse-personne, elle est capable de calculer le pourcentage de matière grasse ou l'IMS. Bien entendu, elle enverra toutes ces données sur le site via une connexion WiFi pour offrir des statistiques précises. La balance est capable de reconnaître jusqu'à 12 utilisateurs et demandera une confirmation de l'identité en cas de poids trop proches. Le Fitbit Ultra et la balance Aria sont vendus respectivement 99 et 129 dollars. La montre Basis reprend les mêmes objectifs que le Fitbit Ultra mais le fait de manière beaucoup plus avancée. Elle est en effet dotée de nombreux capteurs plus précis. La Basis est ainsi capable de surveiller votre rythme cardiaque mais aussi vos mouvements (via un accéléromètre), votre température et votre transpiration. Comme pour le Fitbit, toutes ces données peuvent être mises en lignes et analysées pour vous permettre de suivre votre activité physique. Pour cela, il suffit de connecter la montre en USB ou en Bluetooth. Elle sera disponible prochainement à 199 dollars.

Altec Lansing Sur mesure

Altec Lansing lance une nouvelle gamme de casques intra-auriculaires très haut de gamme qui ont la particularité d'être parfaitement adaptés au pavillon de l'oreille. Et comme chacun en a deux qui sont uniques, les écouteurs sont moulés spécifiquement. A l'achat, la boîte ne contient que le nécessaire pour faire l'empreinte que l'on communique à un atelier. Ensuite, on reçoit quelque temps après l'interarticulaire à la forme de son oreille, ce qui permet un couplage et un confort parfaits. Il y a trois modèle qui se distinguent par le nombre de haut-parleurs : un pour les A1 à 500 euros, deux pour les A2 à 600 euros et trois pour les A3 à 700 euros. Avec cette technologie issue de la prothèse auditive et de l'intra professionnel pour musiciens, Altec promet une qualité sonore jamais atteinte, même pas sur des casques à ce prix là mais produits en série. Après avoir lancé une enceinte sans fil AirPlay, le fabricant va proposer un modèle au design similaire avec un rendu sonore amélioré et surtout un système de diffusion propriétaire conçu par la société Avega récemment acquise par Altec. La connexion se fait toujours en WiFi, mais cette fois il est possible de relier tout type d'appareil source et pas seulement ceux du monde Apple. On pourra télécharger gratuitement une application pour PC, Mac, iOS et Android qui permet de gérer plusieurs enceintes pour un vrai multi-room avec la possibilité d'écouter des sources différentes sur chacune. L'enceinte s'appelle Live 5000 et son prix sera de 500 euros.

iHome Son et couleurs

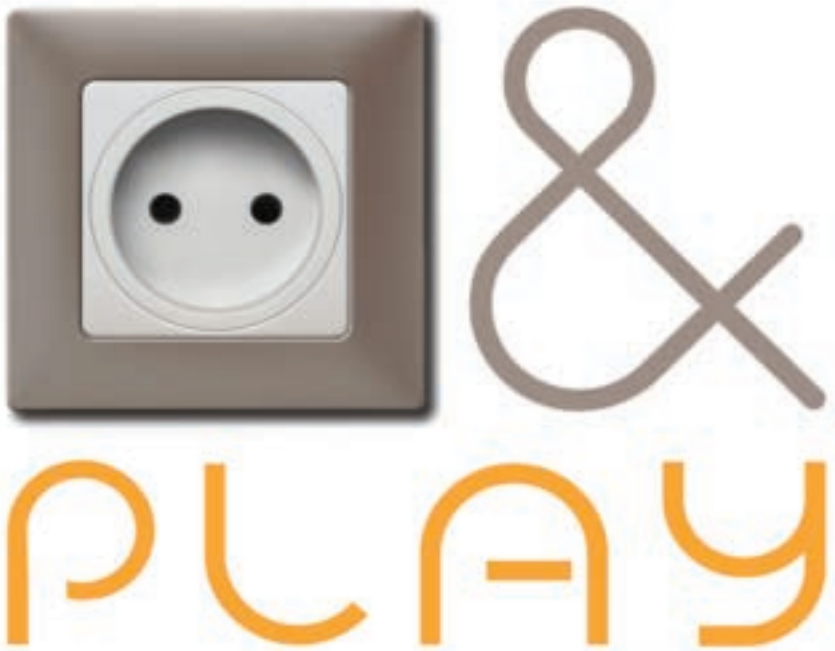
iHome a été le premier à présenter une station d'écoute sans fil Aiplay qui soit réellement autonome puisqu'elle fonctionne sur batterie et que pour la recharger, il suffit de la reposer sur son socle. Elle est désormais accompagnée d'un petite sœur iW 2 moins chère et plus petite mais qui fonctionne sur secteur exclusivement. Elle devrait sortir au mois de mars à 200 euros. En septembre, l'iW3 complètera la gamme. Elle se présente sous la forme d'une colonne qui limite l'encombrement et intègre une batterie pour être totalement autonome. Comme l'iW1, elle se recharge en la posant simplement sur son socle. Enfin, la famille AirPlay sera complétée par un iW4 qui est en fait un radioréveil avec dock et qui arrivera en fin d'année. L'iP4 est un objet étrange venu d'ailleurs fait en caoutchouc très épais et revêtu en soft touch. Le look n'est pas sans rappeler celui des Gettho-blaster. On a surtout l'impression qu'il s'agit d'un objet de déco non fonctionnel alors que chaque bouton focntionne, qu'il y a un dock et même un équaliseur graphique. Le son est évidemment à la hauteur des ambitions. Plusieurs couleurs flashy sont prévues en plus du gris militaire. L'iP4 devrait sortis en avril au prix de 200 euros. IHome lance aussi une gamme de docks dédiée au monde Android plus délicat à sonoriser en l'absence de prise universelle. L'iC50 est donc une petite station dont le dock USB est glissant pour s'adapter à une majorité de smartphones sous Android. Pour le son, il faudra brancher un câble par la prise casque en mini-jack. Le prix sera de 59 euros. Outre une gamme complète de radioréveils pour iOS, on peut citer aussi l'iD11. Il s'agit d'une colonne de plus d'un mètre au sommet de laquelle on peut connecter un iappareil mais qui fonctionne aussi en Bluetooth. Le son semble prometteur mais surtout l'arrière s'illumine et peut changer de couleur, soit sur un rythme fixe soit sur celui de la musique. Indispensable !



Edifier : du style et du son

Le spécialiste de l'audio multimédia haut de gamme annonce le rachat de Stax, fabricant de casques légendaires originaire du Japon. Il s'agit de modèles ultra high end réservés aux fous furieux de la HiFi et qui dépensent sans compter. Ainsi, nous avons pu écouter un casque électrostatique accompagné d'un pré-amplificateur à lampe. C'est simple, la qualité est telle qu'on croit écouter des enceintes avec une chaleur digne d'une session live de Jazz. Il faut juste pouvoir payer les 5 000 euros exigés. En parallèle, Edifier lance une nouvelle marque Corbleu dédiée au son vintage avec une première radio à lampe au son très chaleureux. Edifier annonce aussi une paire d'enceintes multimédia haut de gamme, les Spineca (350 euros). D'une forme très originale, elles promettent un son particulièrement équilibré grâces aux deux subwoofers intégrés. Les Spineca se branchent en analogique, en optique et même en Bluetooth La télécommande sans fil est très originale et affiche une autonomie de plusieurs mois avant recharge par port USB. A signaler aussi une barre de son mobile alimentée par batterie pour plus de puissance. La Sound To Go + se branche à un notebook en USB et à un appareil mobile en analogique par mini-jack (60 euros).

Projet1:Mise en page 1 30/08/2011 11:37 Page 1

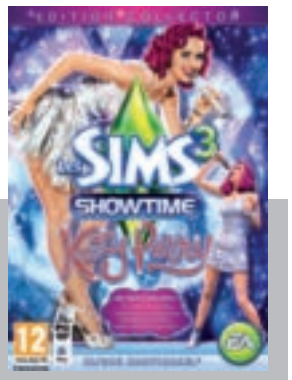


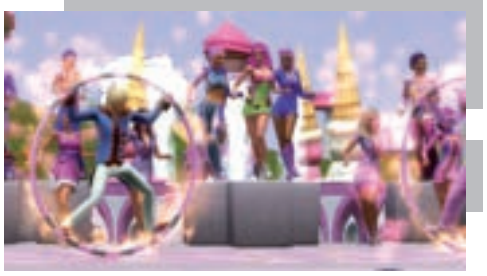
NetSocket200 Nano®
Le plus petit adaptateur CPL 200Mbps avec prise filtrée compatible EuP et HomePlugAV disposant de 2 ports Ethernet

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

www.lea-networks.com

JDLI211-P48-49-Guide Jeux-BAT:JDLI 01/02/2012 18:37 Page 48





PC 12

Les Sims 3 Showtime

- **Simulation de vie**
- **8 mars**

Cette nouvelle extension pour Sims 3 sur PC (la sixième depuis le lancement du jeu en 2009) va permettre aux joueurs de mettre leurs personnages Sims sous… les lumières des projecteurs via de nouvelles professions orientées spectacle. Quatre grandes activités sont ici au programme : chanteur, performer, magicien et DJ. Avec l'objectif de divertir le public, il va s'agir de dépasser le stade amateur, de débloquer 80 accessoires de scène ainsi qu'une dizaine de lieux prestigieux. Cette extension requiert de posséder le jeu original Sims 3.

- **PLAN MARKETING**

Electronic Arts prévoit de communiquer sur ce disque additionnel en TV, dans les salles de cinéma et sur Internet.

- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Electronic Arts
- **EDITEUR** Electronic Arts
- **DISTRIBUTEUR** Electronic Arts
- **NOMBRE DE JOUEUR** 1
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLIC CONSTATÉ**

40€ environ

Wii 3

Zumba Fitness 2/ Zumba Fitness Rush

- **Fitness**
- **24 février**

Après le succès de la première version sortie l'année dernière (210 000 exemplaires vendus sur l'année depuis avril selon l'éditeur, six millions dans le monde…), 505 Games propose une nouvelle édition du jeu de fitness basé sur la méthode Zumba, combinant chorégraphies, et bandes originales soigneusement choisies. Les deux versions vont proposer de nouvelles chorégraphies et des pistes audio inédites ainsi que de nouveaux coachs officiels modélisés. La version Kinect proposera une dizaine de musiques et quatre styles de danse en plus.

- **PLAN MARKETING**

505 Games annonce un plan marketing massif incluant une campagne TV, un dispositif en ligne sans oublier des actions de RP. L'éditeur souligne par ailleurs avoir signé un partenariat avec Microsoft autour du titre.

- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Zoé Mode
- **EDITEUR** 505 Games
- **DISTRIBUTEUR** 505 Games
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** NC
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

40€ environ (Wii) et 50€ (Kinect)

PS3 12

Street Fighter X Tekken

- **Combat**
- **9 mars**

Attendu de longue date, l'affrontement entre les personnages des univers Street Fighter de Capcom et du Tekken de Namco Bandai se concrétise enfin ! Avec les combattants les plus emblématiques des deux écuries, le titre présente un line-up de personnages des plus solides pour s'adonner aux Tag Battles (équipes de deux personnages switchables). Le jeu initie un nouveau Gem System permettant de personnaliser les actions des personnages. De multiples modes de jeu répondent par ailleurs à l'appel. Des versions PC et PS Vita sont prévues ultérieurement.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Capcom/ Namco Bandai
- **EDITEUR** Capcom
- **DISTRIBUTEUR** Capcom
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 4
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

Entre 60€ et 70€ (collector) environ

Wii 3

Mario Party 9

- **Party game**
- **Début mars**

Série bien connue des amateurs de Party games (compilations de mini-jeux), Mario Party fait son retour sur la console de salon. Mario Party 9 reprend la mise en scène traditionnelle de la série avec de multiples personnages de l'univers Nintendo s'affrontant sur un plateau de jeu gigantesque dont chaque case conditionne l'accès à ici 80 mini-jeux différents. Un nouveau mode de jeu apparaît avec ce volet (mode « jeux de plateau » où les joueurs peuvent traverser le plateau dans un même véhicule). Jusqu'à quatre joueurs peuvent participer à la même partie.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Nintendo
- **EDITEUR** Nintendo
- **DISTRIBUTEUR** Nintendo
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 4
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

50€ environ

Uncharted : Golden Abyss

- **Action/aventure**
- **22 février**

Série emblématique de la PlayStation 3, Uncharted s'impose comme le fer de lance de la nouvelle console portable PS Vita pour son lancement. On retrouve évidemment l'aventurier Nathan Drake, cette fois à la recherche d'un trésor dans un site funéraire vieux de quatre siècle. Exploration, acrobaties, énigmes et combats contre les guerilleros du coin sont au menu de cet opus qui s'inscrit dans la tradition de la saga (réalisation, ambiance blockbuster). Impressionnant visuellement, le titre exploite les caractéristiques de la console (sticks, surface tactile) et constitue donc une jolie vitrine.

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Sony Bend
- EDITEUR Sony Computer
- DISTRIBUTEUR Sony Computer
- NOMBRE DE JOUEURS 1
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

50€ environ

Syndicate

- **Action**
- **24 février**

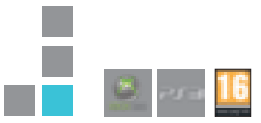
En 2069, en plein guerre des Corporations, Miles Miko est chargé par Eurocorp d'exécuter de périlleuses missions pour son employeur. Dans cet univers de science-fiction, le joueur jouit de superpouvoirs grâce à une bio-puce implantée dans le cerveau qui l'aidera à mener à bien ses diverses missions. FPS jouable en solo, un mode coop est également praticable jusqu'à quatre. Syndicate marque le retour au premier plan d'une licence apparue au début des années 90.

- PLAN MARKETING

Outre les relations presse et communautaires misant sur le fait que Syndicate est le jeu de shoot de ce début d'année, un système de pré-commande a été mis en place ainsi que les habituels standees, PLV et affiches. La campagne de pub a lieu en presse spécialisée papier ainsi que sur Internet (sites de jeux vidéo mais plus également plus généralistes, comme Skyrock et MSN par exemple).

- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Starbreeze
- EDITEUR Electronic Arts
- DISTRIBUTEUR Electronic Arts
- NOMBRE DE JOUEURS NC
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

65€ (Xbox 360, PS3), 45€ (PC)



UFC Undisputed 3

- **Combat**
- **17 février**

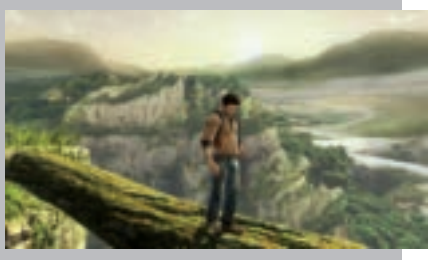
La référence du free fight (plus de 300 000 jeux vendus en France selon THQ) revient avec le plein de nouveautés. Un mode Pride fait son apparition avec au programme l'intégration de commentateurs officiels ou encore des règles du MMA japonais. De plus, THQ promet des améliorations visuelles (notamment une meilleure modélisation des combattants) et techniques, une accessibilité accrue et mode online repensé. Plus de 150 combattants sont inclus ainsi que les catégories Feartherweight et Bantamweight.

- PLAN MARKETING

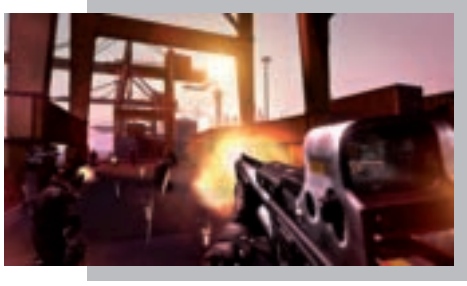
RTL9, le diffuseur officiel de l'UFC en France, est visé par une campagne télévisuelle. En Web, une campagne vidéo a lieu sur YouTube et Dailymotion ainsi que des bannières et un habillage sur jeuxvideo.com. En presse papier, les magazines de combat sont visés (Punch Mag, Top Fight, Karate Bushido et Fight Sport).

- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Yuke's Media Creation
- EDITEUR THQ
- DISTRIBUTEUR THQ
- NOMBRE DE JOUEURS 1 à 2
- JEU EN LIGNE Oui
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

70€ environ



visuel non définitif



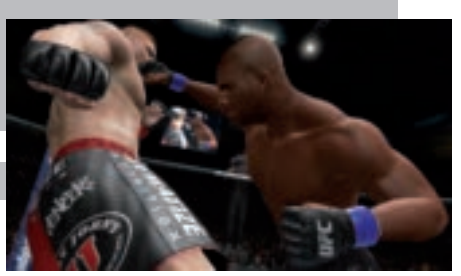
FIFA Football

- **Simulation sportive**
- **22 février**

Pour le lancement de la nouvelle portable de Sony, Electronic Arts propose une adaptation de sa célèbre simulation de football. L'éditeur annonce un moteur physique hérité directement de la version PlayStation 3 ainsi que des graphismes en haute définition. Les capacités de la machine sont mises à contribution comme l'écran tactile permettant de shooter, faire les passes… Plusieurs modes de jeu sont proposés dans cette version (tournoi, match en ligne à deux joueurs, entraînement, carrière…). Le jeu comprend 500 clubs officiels ainsi que les stades authentiques.

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Electronic Arts
- EDITEUR Electronic Arts
- DISTRIBUTEUR Electronic Arts
- NOMBRE DE JOUEURS 1 à 2
- JEU EN LIGNE Oui
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

45€ environ



Une incroyable amitié
La Couleur des Sentiments

Drame
29 février

La Couleur des Sentiments, c'est d'abord le roman de Kathryn Stockett, gros succès en librairie en restant six semaines au top du classement des meilleures ventes dressé par le New York Times. Cette adaptation cinématographique relate l'histoire de trois femmes du Mississippi dans les années 1960. De retour dans sa ville natale, une jeune journaliste décide de donner la parole à deux domestiques noires et bouleverse les conventions sociales et l'ordre établi. Présenté en ouverture du Festival du Film Américain de Deauville 2011, le film a totalisé par la suite 523 000 entrées en salles.

MISE EN PLACE
80 000 exemplaires dont 12 000 Blu-ray

PLAN MARKETING
Pour toucher les femmes, la campagne se traduit essentiellement par une communication dans la presse féminine et sur le Web. Des actions sont faites également avec l'éditeur du livre.

EDITEUR Touchstone

DISTRIBUTEUR Disney

PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray).

Hergé à la sauce américaine
Les Aventures de Tintin
Le Secret de la Licorne

Aventure
27 février

Tout le monde et surtout les puristes attendaient Spielberg au tournant pour son adaptation cinématographique des histoires du mythique reporter Tintin avec la technique de la performance capture. Le réalisateur s'en sort plutôt bien, même si le film abuse un peu trop de scènes d'action dans la grande tradition hollywoodienne. Jamie Bell (Billy Elliott), Andy Serkis et Daniel Craig font partie de cette aventure combinant des éléments de trois albums, Le Crabe aux Pinces d'Or, Le Secret de la Licorne et Le Trésor de Rackham le Rouge. Le film a totalisé plus de 5,3 millions d'entrées en France.

MISE EN PLACE
500 000 exemplaires

PLAN MARKETING
La promotion d'un budget de 600 000 euros est assurée par une campagne TV sur les chaines hertziennes, la TNT et le câble, des parutions presse (PQN, Studio Ciné Live) et une campagne Internet.

EDITEUR Sony Pictures Home Entertainment
DISTRIBUTEUR Sony Pictures Home Entertainment

PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

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

Festival de sketches
Jamel au Marrakech du Rire

Humour
7 mars

Accompagné de ses complices, Florence Foresti, Gad Elmaleh, Omar et Fred, Kev Adams et bien d'autres, Jamel investit la scène du Palais Badia à Marrakech pour un grand show. Entre souvenirs et confidences, l'humoriste donne son point de vue sur les différences culturelles et livre un message fraternel au-delà des préjugés. Le spectacle est présenté dans sa version longue inédite de plus de deux heures avec les coulisses du show et l'entrée des artistes.

MISE EN PLACE
60 000 exemplaires

PLAN MARKETING
La campagne s'élevant à un million d'euros se répartit entre un plan TV (500 000 euros) sur W9, M6, NRJ 12, un plan presse (250 000 euros) avec un partenariat avec Métro et de l'achat d'espace dans la presse quotidienne gratuite (20 Minutes, Direct Matin), un partenariat avec Fun Radio (150 000 euros) et une campagne Web (100 000 euros) sur Dailymotion, YouTube, M6 Replay. La sortie du titre bénéficie d'une présence sur les plateaux TV et radio de Jamel qui va assurer la promotion du DVD et du film d'Alain Chabat, Sur la Piste du Marsupilami.

EDITEUR M6 Vidéo

DISTRIBUTEUR Warner

PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

19,99€ (DVD)

Boxeur futuriste
Real Steel

Action
22 février

L'acteur australien Hugh Jackman délaisse la panoplie de Wolverine de X-Men pour camper un ancien boxeur qui avec son fils de 10 ans va construire un robot récupéré dans une décharge pour en faire un champion du ring. Spécialisé dans la comédie, Treize à la Douzaine, La Nuit au Musée, Crazy Night, le réalisateur Shawn Levy signe son premier film d'action multipliant les effets spéciaux. Real Steel a réuni plus d'un million d'adeptes à ce nouveau sport de combat dans les salles.

MISE EN PLACE
200 000 exemplaires dont 80 000 Blu-ray

PLAN MARKETING
Ciblant une clientèle masculine 15-35 ans, le plan TV est renforcé par une campagne sur le Web.

EDITEUR Touchstone

DISTRIBUTEUR Disney

PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray)

EDIFIER®

a passion for sound™

XTRIUM

La passion pour nos marques

Spinnaker

Enceintes 2.1 Bluetooth.

▶▶▶ www.xtrium.com ◀◀◀

EDIFIER® Comply™ innergie JAYS® MARWARE PHONAK RAZER

EDIFIER®

M3200

Développé pour offrir la meilleure expérience audio possible, le M3200 est la référence pour ceux qui cherchent un son alliant des aigus riches et des basses profondes.

PRISMA BLUETOOTH

Ces enceintes alliant un design unique & une finition bois ont été conçues pour fonctionner avec tous les appareils disposant d'une connexion bluetooth.

TELEFUNKEN

TX 100 BLUETOOTH : LE TÉLÉPHONE QUE RÉCLAME VOTRE **BOX ADSL**

Bluetooth®

*Grand Prix Marketing**
Innovation 2012

L'innovation récompensée !

Copiez votre répertoire mobile dans votre téléphone fixe.

Ne cherchez plus vos numéros et **profitez** pleinement de vos appels illimités vers les fixes et mobiles.

*Étude réalisée online sur une présélection de produits nouveaux de marques nationales vendus en France. Étude administrée par Nielsen en octobre 2011 avec 10 000 répondants effectifs, représentatifs de la population française âgée de 15 ans et plus. www.produitdelannee.com.

www.telefunken-digital.com