

JD Li

4,50€

Le Journal des Loisirs Interactifs
www.jdli.com

N°212 / 20 février 2012



OPTIMIA CASE

UrbanFactory



Easy tools

Urban
Mini Mouse



Urban
International Plug
avec port USB 2,1A



Universal
Battery 6100mAh



UK Bag



Urban Duo





for easy life.



Vicky's bag

Tablet Kit



Luxuary Universal Sleeve



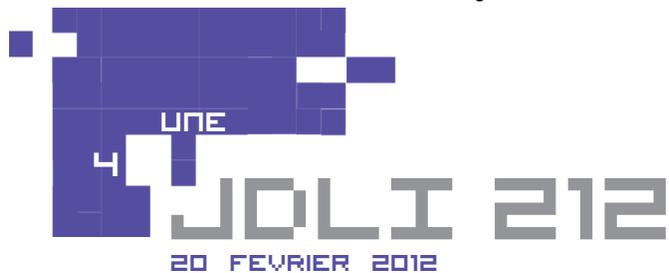
iPhone™ Shell



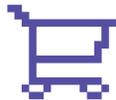
Union Backpack Trolley V2

toutes les marques citées appartiennent à leur propriétaire





Financement participatif



■ **Double Fine, studio de Tim Schafer (Brutal Legend, Stackin'...)** lançait début février le **Projet Double Fine Adventure**, invitant les joueurs à financer la prochaine production du studio via la plate-forme de collecte de fonds **Kickstarter**. Les internautes ont la possibilité de faire des dons entre 15 et 150 000 dollars. Schafer et son équipe s'étaient fixé comme objectif d'atteindre 400 000 dollars sur les 33 jours... un chiffre qui a été dépassé en quelques heures, le studio annonçant d'ores et déjà mi-février des promesses de dons d'élevant à plus d'1,8 million de dollars. En fonction de leurs versements, les internautes profiteront d'une version du jeu, d'un dîner avec option bowling en compagnie de l'équipe voire d'un personnage du jeu à leur image ! Le projet en développement (sur PC, Mac, Linux, iOS, Android) marquera le grand retour de Schafer dans le genre aventure « point and click » qu'il a marqué dans les années 90 lorsqu'il travaillait chez LucasArts (Secret of Monkey Island, Day of the Tentacle, Grim Fandango). Evidemment, une forte renommée (en l'occurrence de Tim Schafer et son acolyte Ron Gilbert, ex-LucasArts également) et un studio actif (jeux packagés, dématérialisés à rythme régulier) restent les meilleurs moyens garants pour choisir ce type de financement.

Innorobo

du 14 au 16 mars, à Lyon



■ La deuxième édition du salon professionnel de la robotique, **Innorobo**, est organisée à Lyon du 14 au 16 mars au centre des Congrès de la Cité Internationale. Plus de 100 exposants sont attendus cette année, soit une vingtaine de plus qu'en 2011. Sur les 100 robots présentés, plus de la moitié devraient être pour la première fois. Comme l'an passé, l'aide à la personne devrait être bien représentée, ainsi que des prototypes en phase de développement. On devrait notamment y voir des démonstrations d'exosquelettes. Les visiteurs attendus sont évidemment les professionnels européens du secteur, ainsi que des enseignants et étudiants, la robotique étant de plus en plus souvent proposée dans les cursus universitaires.

GDC 2012

■ La prochaine édition de la **Game Developers Conference** prend place du 5 au 9 mars prochains à San Francisco, en Californie. Exclusivement dédié aux professionnels, l'événement réunit depuis plus de 25 ans développeurs et éditeurs de jeu autour de conférences, présentations et bien sûr rendez-vous. Des prix et récompenses sont remis chaque année. L'événement accueille par ailleurs l'Independent Games Festival, dédié aux productions indépendantes. De plus en plus d'annonces ou avant-premières ayant été réalisées à cette occasion ces dernières années, voilà un événement à suivre de près.



■ **L'éditeur français vient de publier son chiffre d'affaires définitif enregistré au cours de son troisième trimestre fiscal 2011/2012, clos le 31 décembre dernier.** Etabli à 652 millions d'euros, il marque une progression de 8,8 % par rapport à la même période sur l'exercice précédent. Une performance due en particulier au succès des jeux de danse (13 millions de galettes vendues en sell-in, en progression de 30 %), aux bonnes ventes d'Assassin's Creed Revelations (sept millions en sell-in, « légèrement supérieur aux attentes ») ainsi qu'au développement de l'activité online (+159 % via notamment Settlers Online, Howrse et la distribution digi-

tale de jeux). « Notre positionnement unique de créateur de marques pour les joueurs passionnés et le grand public nous a permis de gagner de nouvelles parts de marché sur le segment des jeux pour consoles en 2011 et de faire progresser significativement notre activité online », souligne Yves



Guillemot, PDG du groupe. Pour son quatrième trimestre fiscal, Ubisoft anticipe un chiffre d'affaires entre 150 et 180 millions d'euros « en raison d'un calendrier de sorties moins important que l'année dernière » et d'un marché « relativement atone ». L'éditeur a par ailleurs confirmé le lancement d'Assassin's Creed 3, en développement depuis trois ans, le 30 octobre prochain.

SFR raccorde la PS Vita

■ Partenaire de Sony Computer pour le lancement de la version 3G de la nouvelle console portable PS Vita, l'opérateur SFR détaille son offre autour de la machine, commercialisée également via sa boutique en ligne et les espaces SFR (à partir d'un euro selon l'engagement choisi). SFR propose aux nouveaux possesseurs de la console en version 3G trois jours de surf en illimité sur son réseau 3G+ via une carte Sim jointe à la console. L'utilisateur peut ensuite opter pour des cartes prépayées ou différents types d'abonnements pour jouir de la dimension connectée de la machine : Formule Carrée Tablette à 1Go à partir de 27 euros par mois ou Formule Carrée Tablette 3 Go à partir de 37 euros par mois.





dLAN® 500 – 3 CPL 500 Mbits/s en un !

NOUVEAU!



3 connecteurs Ethernet

Chaque prise de courant murale devient un connecteur réseau

Adaptateur CPL
le plus rapide avec
trois ports LAN



dLAN® 500 AVtriple+

- Adaptateur Powerline pour connecter jusqu'à 3 appareils réseau
- Réseau à domicile via les câbles électriques avec des taux de transfert atteignant 500 Mbits/s
- Relie les ordinateurs et les applications électroniques grand public entre eux et avec Internet
- Facile et sûr : Fonctionne dans chaque pièce, dans chaque maison
- Connexion directe de un, deux ou trois appareils grâce au commutateur gigabit intégré
- Plus aucune prise murale n'est perdue grâce à la prise de courant intégrée

devolo
The Network Innovation



Plus d'informations:

www.devolo.fr

devolo France • 215 rue Jean-Jacques Rousseau • 92130 Issy les Moulineaux • Tél.: +33 1 45 29 18 32 • info@devolo.fr





SOMMAIRE

6 JDLI 212

20 FÉVRIER 2012



MARCHÉ

- 8** News
- 12** GFK
Retour sur l'année 2011 pour les biens d'équipement
- 16** Interview : Invue
Guillaume Noblet,
Directeur général France

SOFTWARE

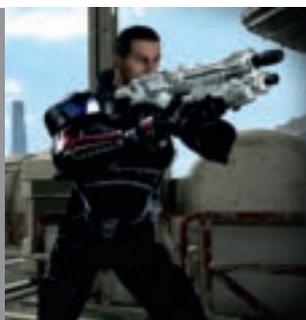
- 18** News
- 22** Focus :
Mass Effect 3
L'un des jeux les plus attendus du premier trimestre
- 24** Interview :
Bethesda Softworks
Julie Chalmette,
Directrice générale France

HARDWARE

- 30** News
- 34** Interview : **Hercules et Thrustmaster**
Claude Guillemot,
Président directeur général
Guillemot Corporation
- 38** Focus :
Téléviseur 3D sans lunettes chez Toshiba
Pour tout savoir sur le 55ZL2,
ses graphismes relief sans lunettes, sa dalle 4K...
- 42** Panorama :
Les tablettes se démocratisent
Six modèles entre
229 et 379 euros

GUIDES

- 46** Hardware
- 48** Jeux vidéo
- 50** DVD vidéo et Blu-ray



Mass Effect 3

22

Cinq ans après le lancement du premier volet, la trilogie Mass Effect s'apprête à connaître sa conclusion début mars. Après Star Wars The Old Republic, le studio BioWare signe l'un des jeux les plus attendus ce début d'année : pour la première fois, un épisode de la saga va prendre place sur Terre et le titre sortira cette fois simultanément sur PS3, Xbox 360 et PC.

Bethesda Softworks

24

Un an et demi après l'ouverture de la filiale française, sa Directrice générale Julie Chalmette revient pour le JDLI sur ces premiers mois d'activité qui ont notamment vu les lancements emblématiques de Skyrim et Rage. L'occasion de faire également le point sur les projets de l'éditeur pour l'année 2012.

Hercules et Thrustmaster

34

Spécialiste du périphérique et de l'accessoire de jeu, Guillemot continue sa croissance en misant sur la valeur ajoutée. Les Bretons défrichent des segments encore vierges, apportent de l'originalité sur ceux existants et tentent toujours d'apporter de la valeur par l'innovation. Claude Guillemot, PDG de Guillemot Corporation, nous détaille l'actualité du groupe.

Toshiba 55ZL2, la TV 3D sans lunettes

38

Revue en détail du nouveau modèle de téléviseur haut de gamme signé Toshiba dont les particularités sont de proposer des images en 3D sans nécessiter le port de lunettes mais très haute définition en 4K ou Quad-HD.

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@microcoop.com

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

Rédacteur en chef adjoint
Patrick Hellio : 01 41 58 58 27
phellio@microcoop.com

Secrétaire de rédaction
Guy Pichard
guy@microcoop.com

Journalistes
Benoit Dupont, Jean-Luc Marianna, Roland Marianna, 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@microcoop.com

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

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

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

MAQUETTE

Directrice Artistique
Anastasia Babic
anastasia@microcoop.com

Rédacteurs graphistes
Benoit Maurice
Christophe Monfort

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

Site Web : www.jdli.com

Principaux actionnaires :
Stéphane Kauffmann et
Laurent Guerder

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

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



NOUVELLE MINI SOURIS SANS FIL

Logitech®



LOGITECH WIRELESS MINI MOUSE M187



ULTRA-COMPACT

Se glisse facilement dans un sac ou bien une poche pour toujours l'avoir sous la main



NANO-RÉCEPTEUR

Le nano-récepteur reste connecté sur le port USB ou peut se ranger dans la souris



TECHNOLOGIE SANS FIL 2,4 GHZ AVANCÉE DE LOGITECH

La fiabilité d'un dispositif filaire couplée à la liberté de mouvements d'une souris sans fil



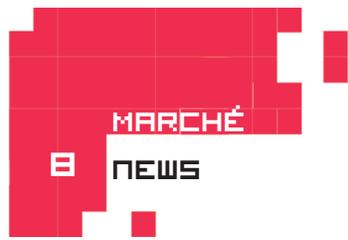
GARANTIE 3 ANS

La tranquillité assurée dans le temps pour tous les utilisateurs exigeants



WWW.LOGITECH.COM

POUR EN SAVOIR PLUS : [HTTP://PARTNER.LOGITECH.COM](http://PARTNER.LOGITECH.COM)



Darty

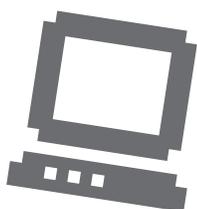
croit en la reprise



■ **Les magasins Darty proposent un nouveau service : la reprise multimédia.** Il s'agit pour l'acheteur d'un smartphone ou d'une tablette neuve de pouvoir revendre au distributeur son ancien matériel. Il bénéficie ainsi de fait d'une remise immédiate sur le neuf. Mais cela peut également fonctionner indépendamment d'un achat immédiat. Le matériel repris est alors « payé » en Carte Cadeau Darty, valable un an. Darty a établi une cotation de référence pour déterminer le prix de reprise. Ainsi, au 19 janvier, un iPhone 4 32 Go est repris 202,6 euros, un iPhone 3GS 16 Go, 96,6 euros, l'iPad 1 16 Go WiFi, 151,6 euros tandis qu'un Galaxy Tab de première génération atteint le prix de 168,6 euros. Evidemment, Darty ne reprend pas les matériels défectueux.

OS :

pas obligatoire



■ **Lenovo, fabricant de PC vient d'être condamné par le tribunal de Aix-en-Provence (13) pour « vente liée », rapporte le journal Les Echos.** Qu'est-ce que ça veut dire ? Et bien tout simplement que Lenovo (ou tout autre fabricant) ne peut contraindre un consommateur à acquérir un système d'exploitation ou tout autre logiciel en même temps qu'un PC. Dans les faits, à un consommateur qui en fait la demande, un fabricant doit pouvoir vendre un PC sans Windows et autre softs pré-installés. Dans les faits, ce type de demandes est rarissime mais juridiquement solide : elle s'appuie sur l'article 122-1 du code de la consommation et sur une directive européenne du 11 mai 2005.



Les fabricants sont tenus de proposer des versions sans OS à qui le demande.

Deloitte

prend ses paris



Deloitte.

■ **Le cabinet de conseil Deloitte vient de se livrer à son exercice annuel de prévisions sur ce qui va marcher cette année dans les domaines des technologies, des médias et des télécoms.**

Et tout d'abord réjouissons-nous que Deloitte ne croit pas du tout à un effet négatif de la crise sur les achats hi-tech, au contraire. Considérant que logement (prix très élevés) et automobile (assurance et essence en hausse notamment) sont de moins en moins des signes extérieurs de richesse dans lesquels la majeure partie des ménages peut investir, restent les produits high-tech. Ils sont d'un excellent rapport qualité-prix pour qui veut s'afficher symboliquement d'un statut social supposé élevé. Pour soutenir son raisonnement, Deloitte montre que le coût horaire d'utilisation d'un appareil hi-tech (TV, tablette...) est minime par rapport à d'autres biens. Et Deloitte en conclut que les ventes de smartphones, de tablettes, de TV et de PC atteindront des records en 2012.

La multiplication des tablettes

L'effet tablette ne se dégonfle pas. Pour preuve, le multi-équipement des ménages a déjà commencé. Objet plus individuel que familial ? En tout état de cause 5 % des tablettes vendues en 2012 iront dans des foyers déjà équipés. Sur 100 millions de ventes attendues, cela représente donc cinq millions de pièces pour un montant total entre 1,5 et deux milliards de dollars. Cette seconde tablette devait d'ailleurs être d'une diagonale plus petit que la première. La conclusion qu'en tire Duncan Stewart, directeur de la recherche de Deloitte : les éditeurs de sites Internet doivent proposer des versions adaptées.



Smartphones : 300 millions sous les 100 dollars

Ce sont les pays émergents qui seront les premiers clients de ce type de smartphones. Bon marché, mais aussi peu puissants (pas toujours 3G par exemple), ils représenteront 20 % des ventes totales de téléphones mobiles dans le monde. Selon Deloitte, il y aurait donc fin 2012, 500 millions de smartphones entrée de gamme en circulation. De quoi permettre aux marchés applicatifs de trouver de nouveaux débouchés. Enfin, Le neuro-marketing prend ses marques. Disons-le tout de suite, il est interdit en France. Le neuro-marketing consiste à observer les zones de cerveau mise en actions lors de la réception d'un message publicitaire. Déjà utilisée dans l'agro-alimentaire, elle devrait être très présente dans les biens technologiques.



PC : mauvaise fin d'année

Selon le cabinet Gartner, les ventes de PC ont reculé assez brutalement sur le dernier trimestre 2011. La chute est de 12 % en France et de 16 % en Europe. Gartner prévoyait un moins violent -7 % pour la France.

Pour ce sixième trimestre consécutif de repli, les ventes dans l'Hexagone se limitent à 2,76 millions de pièces. Pour les analyses de Gartner, l'explication est assez limpide : le PC est de plus en plus remplacé dans les décisions d'achat par d'autres machines, type smartphones ou tablettes. Ce fut particulièrement le cas à Noël. Côté fabricants, HP s'en sort bien, renforçant sa place de leader (avec 25,2 % de parts de marché) et remonte sur la première marche du podium dont Acer, en très forte chute cette année, l'avait délogé. Le Taïwanais passe en effet sur la période de 23,3 % à 14,4 % de parts de marché, avec une chute de 45 % du nombre de PC livrés. Asus, l'autre Taïwanais le devance sur le trimestre avec 14,7 % de parts de marché et des ventes en croissance de 14,7 %. Dell est quatrième, en recul de 13 % tandis qu'Apple, cinquième, se permet une croissance volumique de 15,3 %, malgré des prix nettement plus élevés que la concurrence.



	Quatrième trimestre 2011		Quatrième trimestre 2010		Evolution
	Volumes	Parts de marché	Volumes	Parts de marché	
HP	696	25,2	709	22,6	- 1,8
Asus	405	14,7	345	11	+ 17,4
Acer	397	14,4	729	23,3	-45,5
Dell	316	11,4	364	11,6	-13,6
Apple	226	8,2	196	6,3	+15,3
Autres	720	26,1	790	25,2	-8,9
Total	2,762	100	3,133	100	-11,8

Source : Gartner (Février 2012)

Vidéo : la fête remise à plus tard



Syndicat de l'Édition Vidéo Numérique

■ **Ceux qui espéraient que le marché de la vidéo enregistrée repartirait à la hausse en 2011 en sont pour leurs frais.** Le marché global s'établit à 1,49 milliard d'euros, ce qui correspond à une baisse de 2,7 %. C'est la VOD qui permet au marché de ne pas sombrer cette année encore, car sur les seuls produits physiques (DVD + Blu-ray), la baisse est de 9 %, signe que les ventes de disques Blu-ray sont loin de compenser la chute de celles du DVD. Le Blu-ray ne représente que 16 % du total du marché physique (210 millions) contre 12 % en 2010. Cela signifie que le chiffre d'affaires du marché du Blu-ray disc n'a gagné que 20 % en un an. Notons cependant que cela n'est ni plus ni moins que la croissance volumique, ce qui implique que le prix moyen d'un Blu-ray disc n'a pas baissé, que la valeur n'a pas été sacrifiée. C'est une bonne chose. Le passage du DVD vers le



Blu-ray se fait donc à un rythme peu rapide et il est par ailleurs soutenu avant tout par les ventes de consoles de jeux compatibles, c'est-à-dire de PS3. Au total, on compte six millions d'appareils capables de lire des Blu-ray installés dans les foyers français. Le seul relai de croissance vraiment dynamique est donc la VOD. Elle a réalisé 230 millions d'euros en 2010, soit plus que le Blu-ray pour la première fois. Sa croissance a été de 50 %. La qualité et la multiplicité de l'offre portée en grande partie par les box des opérateurs Internet qui permettent notamment d'être facturé avec son abonnement mensuel commencent à payer. 20 000 programmes sont disponibles dont plus de 6 500 films. Enfin, pour se permettre d'être raisonnablement optimiste pour 2012, le SEVN, estime que les films qui arriveront sur le marché de la vidéo seront plus porteurs que ceux de 2011.



L'application fait les emplois

■ **S'il est un secteur qui crée des emplois actuellement, c'est celui qui tourne autour des contenus dématérialisés destinés aux boutiques d'applications pour téléphones mobiles et réseaux sociaux.** Dans le JDLI 211, nous évoquions les emplois induits par l'activité de Facebook. Aujourd'hui, c'est l'association TechNet qui publie une étude montrant qu'aux Etats Unis près de 500 000 emplois ont été générés par la création, l'édition et la commercialisation de telles applications. Cette « appli-économie », crée des emplois partout en Amérique [...] et encore plus dans les années à venir, selon Ray Ramsy, Directeur général de TecNet, qui regroupe des dirigeants du secteur hi-tech outre-Atlantique. Il estime qu'à ce jour pour les seuls systèmes IOS (iPhone et iPad) et Android, plus d'un million d'applications ont été créées.



MARCHÉ
10 NEWS



Streaming vidéo, un média en croissance

La société Ooyala, qui se définit comme le leader de la gestion, de la publication, de l'analyse et de la monétisation des vidéos sur Internet, vient de publier son indice trimestriel des grandes tendances de la vidéo. Globalement, quel que soit le device utilisé, la tendance est à la hausse. Ainsi, « entre le troisième et le quatrième trimestre de 2011, le nombre de vidéos visionnées sur tablettes, mobiles et TV connectées a presque doublé ». Cette tendance s'accompagne, sur iPhones et smartphones Android d'un allongement du temps de visionnage. C'est d'autant plus vrai sur tablette, un support qui semble rassembler des utilisateurs plus friands de vidéo. « Ils étaient 45 % plus susceptibles de visionner entièrement au moins 75 % des vidéos lancées », précise l'étude. Coté Facebook, Oolaya note que les vidéos y sont 10 fois plus partagées que sur Twitter.

« La croissance importante de l'engagement utilisateurs vis-à-vis des vidéos délivrées par IP crée des opportunités considérables pour les éditeurs et les marques. Comprendre les dynamiques changeantes de la consommation de vidéos sur divers périphériques est crucial pour offrir aux utilisateurs une expérience plus personnalisée tout en créant de nouvelles sources de revenus et en augmentant son audience. Ooyala met à disposition de ses clients ce savoir-faire, indispensables à leur succès », déclare Bismarck Lepe, Co-Fondateur et Responsable Produit d'Ooyala.



Apple, une entreprise en Gold(en)

La mort de Steve Job n'aura pas nuit aux résultats récents d'Apple, peut-être même est-ce le contraire, vue la séquence hagiographique qui aura suivi le décès du fondateur de la société. En tout cas, effet Jobs ou pas, le dernier trimestre calendaire qui correspond au premier trimestre fiscal a battu tous les records avec un chiffre d'affaires de 46,33 milliards de dollars et... 13,06 milliards de dollars de bénéfices net. Comme le dit sobrement le communiqué « Ces résultats sont à comparer à un chiffre d'affaires de 26,74 milliards de dollars et à un bénéfice net trimestriel de six milliards de dollars », de la même période de 2010. Autant dire que ces résultats très supérieurs au consensus ont impressionné Wall Street et qu'Apple est devenu pendant quelques heures la plus importante

capitalisation boursière au monde, à 416,4 milliards de dollars, devant ExxonMobile, le géant pétrolier. Les raisons de ce résultat sont évidemment à chercher du côté des ventes d'iPhone et d'iPad, qui ont atteint des sommets himalayens sur la période : 37,4 millions d'iPhones (+ 128 %) et 15,43 millions d'iPad (+111%). Les ventes de Mac ne se portent pas mal non plus avec 5,2 millions de pièces écoulées (+26 %). Enfin si les ventes d'iPod reculent, elles demeurent considérables, à 15,4 millions d'unités (-21 %). Dernier signe de la très bonne santé d'Apple, son territoire natal n'est pas majoritaire puisque 58 % du CA réalisé à l'étranger. Par ailleurs, récemment critiqué pour les conditions de travail dans les usines chinoises des sous-traitants qui fabriquent l'iPhone et l'iPad, Apple a décidé de lancer des audits indépendants.

Un siècle d'Universal

Cette année marque le centième anniversaire du fameux studio hollywoodien fondé par Carl Laemmle. Pour célébrer ce compte rond, Universal entend multiplier les initiatives pour valoriser un siècle de pépites cinématographiques mais aussi fidéliser son public. Les cinéphiles seront ravis d'apprendre que le studio prévoit de restaurer des films marquants de son catalogue comme Dracula, Frankenstein, Les Oiseaux, Les Dents de la Mer, La Liste de Schindler ou encore A l'Ouest, Rien de Nouveau. Des sorties vidéo en Blu-ray ou éditions collector sont également à l'ordre du jour, autour de titres comme E.T. L'Extra-Terrestre, les films d'Alfred Hitchcock ou encore les Universal Classic Monsters. Universal annonce un plan de fidélisation qui se double d'un concours, dans tous les points de ventes, via les DVD et Blu-ray du groupe. Site Web dédié, campagne online et réseaux sociaux vont également être mis à contribution afin de sensibiliser le grand public à l'événement et à l'histoire du studio. Enfin, les parcs Universal eux-mêmes vont être sur le pied de guerre cette année, le groupe annonçant des attractions inédites. A noter que le studio profite de l'occasion pour faire évoluer son logo.



© XDR

Le miracle sonore

La mini-enceinte sans fil qui pulse



Taille réelle !

 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





GfK Biens d'équipement

Marché des téléviseurs : stop ou encore ?

Le JDLI opère un rapide retour sur la conférence de GfK sur les Biens Techniques et leur marché 2011, avec un focus sur le marché des téléviseurs, dont on rappelle qu'il représente plus de la moitié du total du CA de l'EGP. Par Sébastien Anxolabéhère

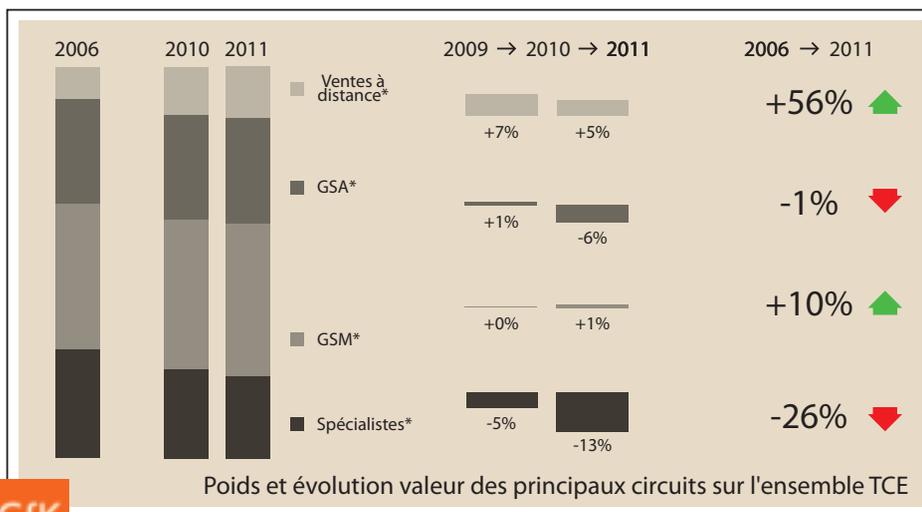
Du point de vue du chiffre d'affaires de l'électronique grand public, le recul français a cela de rassurant, qu'il se situe dans la moyenne européenne. Seules la Belgique (+1%), les Pays-Bas et des pays de l'ancien bloc de l'Est dont les taux d'équipement partent de très bas, peuvent afficher une croissance, voire une stagnation. Même l'Allemagne, qui est souvent prise comme modèle actuellement est en recul. Ne parlons pas de l'Espagne ou de la Grèce dont l'évolution du CA est le reflet des difficultés

économiques aigües que traversent ces deux pays. Le recul observé en France est d'abord le fruit du recul d'une des composantes du marché, global, l'Electronique Grand Public. Flirtant avec les -10 % en 2011, et d'ailleurs sans doute beaucoup plus au premier semestre 2012, elle tire fortement le total vers le bas. Mais elle n'est pas seule, car aucun des marchés tels que GfK les définit peut se targuer d'être en positif. Mais les Biens culturels, soutenus par un marché du livre en progression, baissent peu, tout le l'IT ou les Telco. Ils oscillent entre 0 et

-2 %. La photo, à -6%, est nettement moins bien placée. Dès lors pourquoi l'EGP souffre-t-il tant ? La crise économique ? Pas vraiment, les autres marchés, IT en tête, n'ont guère de vraies raisons de passer à travers et pourtant ils ne connaissent pas la dégringolade de l'EGP. De toute évidence, c'est le marché du téléviseur qui est le grand responsable de la chute, même s'il n'est pas isolé et que de l'audio portable à l'électronique embarqué, le recul est général. Mais son poids au sein de l'EGP est tel...

Distribution : les spécialistes paient l'addition

Les consommateurs feraient-ils de moins en moins confiance aux distributeurs spécialisés pour leurs achats de biens d'équipement hi-tech ? Entre 2006 et 2011, ce réseau de distribution a perdu plus d'un quart de sa part de marché au profit des multispecialistes et du e-commerce. Percus comme d'un médiocre rapport qualité-prix, ils souffrent également des progrès accomplis par la concurrence en matière de qualité de service. A quoi bon s'adresser à un spécialiste qui saura assurer le suivi de la vie d'un produit si celui-ci peut être garanti cinq ans ? De plus, hypermarchés et multispecialistes, en plus d'un maillage du territoire assurant peu de zone de chalandise désertée, ont accompli de vrais efforts en termes de formation et de spécialisation des vendeurs.





*“Compact, solide, efficace en audio
et avec une esthétique travaillée,
que demander de plus ? ”*




v-moda

crossfade M-80
on-ear ((noise isolating)) metal

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



14

MARCHÉ
FOCUS

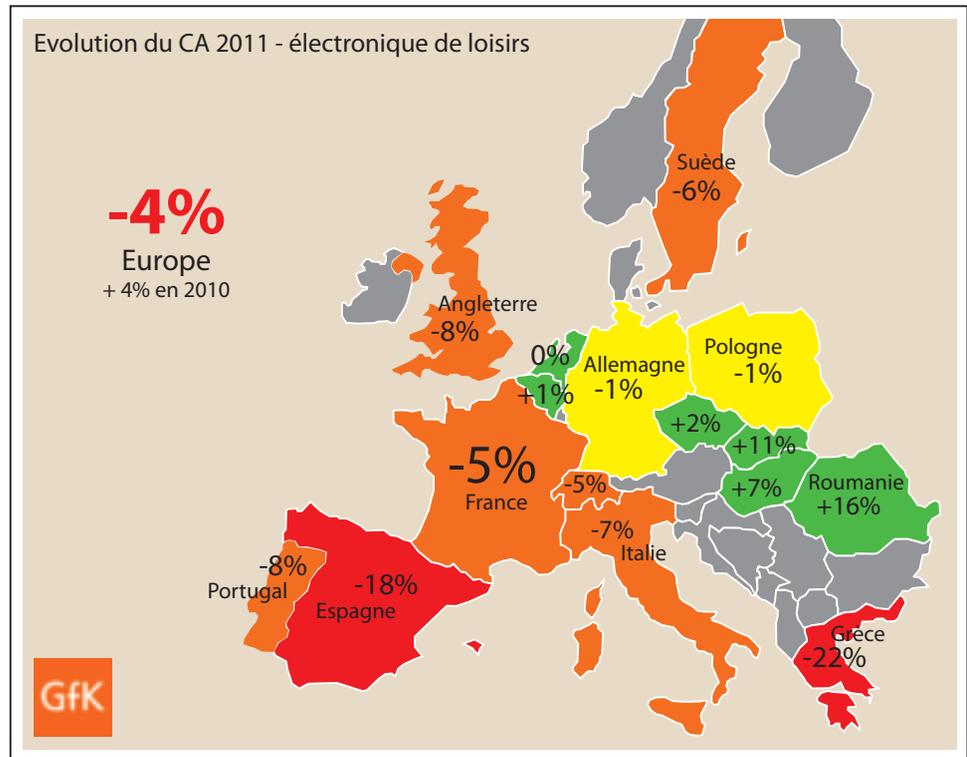
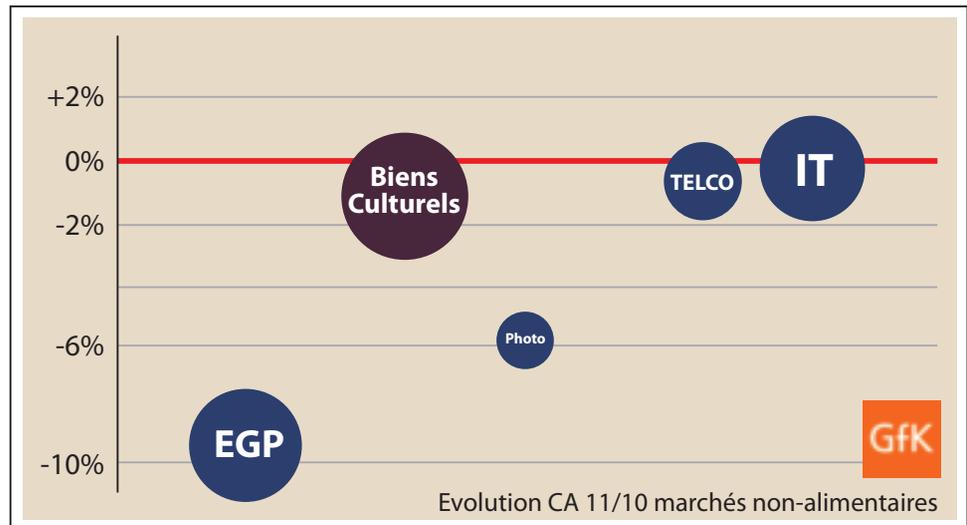
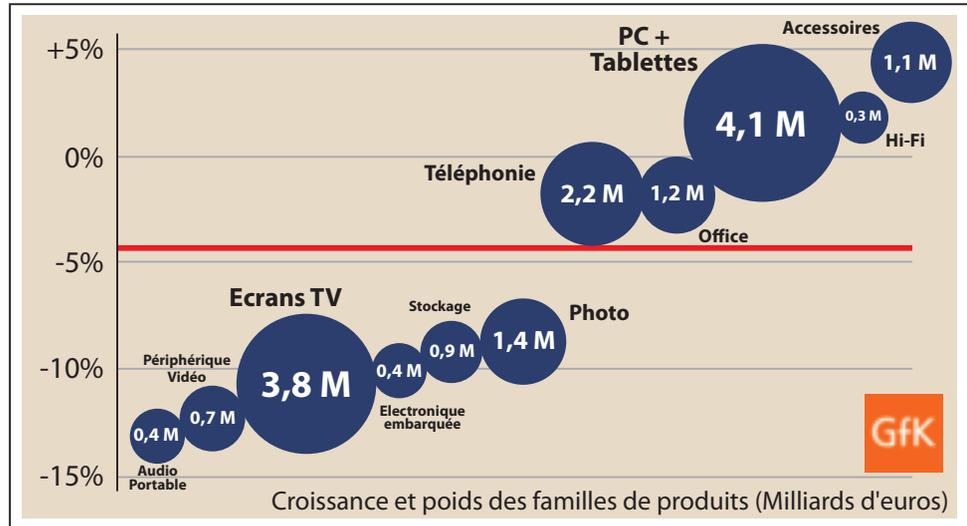
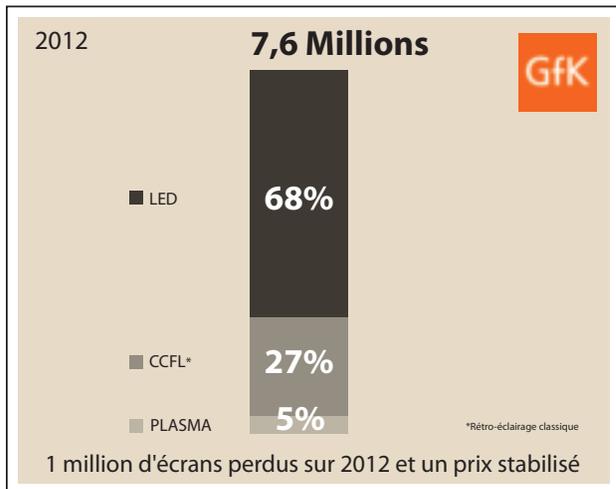


TV : les difficultés ne font que commencer

Un regard plus détaillé sur le marché des téléviseurs montre bien que ces dernières années c'est une véritable bulle, née du passage de l'analogique au numérique qui l'a entretenu à des volumes de ventes très élevés au dessus de huit millions d'exemplaires annuels. Mais cette bulle volumique n'a paradoxalement pas encore éclaté, 2011 étant l'année record en ce domaine. Le problème est que comme souvent, pour faire des volumes, on a sacrifié le prix, et de facto, dévalorisé le produit. Après une montée du prix moyen jusqu'en 2007, correspondant à une première phase d'équipement, avec des produits encore chers car relativement peu nombreux, suivi d'une baisse constante qui aboutit à la situation actuelle, où le marché détruit littéralement de la valeur. Le marché étant condamné à baisser en volume dans un futur proche, en raison d'un taux d'équipement en téléviseurs plat HD désormais élevé, la chute de la valeur du marché devrait se poursuivre, sauf à voir le prix moyen remonter nettement. GfK estime que le prix moyen en 2012 sera de 409 euros et qu'il se vendra un million de téléviseurs en moins, soit 7,6 millions. Et ce malgré la montée en puissance des technologies innovantes, LED, 3D et TV connectées, censées permettre de conserver la valeur pécuniaire du produit. GfK pense que la 3D pèsera 20 % des ventes de téléviseurs en 2012 et les téléviseurs connectés, plus d'un tiers. En 2011, il s'est vendu 710 000 téléviseurs 3D, 3,8 millions de téléviseurs LED et 1,5 million de TV connectées.

Prix moyen d'un téléviseur en euros

1990 : 608	1995 : 514
2000 : 427	2002 : 499
2007 : 723	2011 : 432



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



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

MARCHE
16 INTERVIEW

Entretien avec

Guillaume Noblet,
Directeur général France



Invue

L'expérience produit



Le magasin se doit de montrer et de faire expérimenter le produit, ne serait-ce que pour justifier sa valeur ajoutée face au commerce en ligne. **Invue**

propose des solutions légères et économiques qui permettent de manipuler librement tous types d'appareils tout en s'adaptant facilement au mobilier et aux évolutions permanentes du rayon. **Par Stéphane Kauffmann**



ou encore pour une opération spéciale lors d'un lancement produit.

Que proposez-vous ?

Pour l'essentiel, nous fabriquons des supports sécurisés qui permettent de présenter le produit et de le prendre en main sans risque de vol. Notre particularité est de pouvoir nous adapter aux concepts des magasins et aux rayons tout en intégrant toujours une alarme sécurité. Nous sommes également capables d'alimenter quasiment tous les appareils. Nos systèmes s'intègrent entièrement au mobilier existant sans nécessiter de quelconques modifications. Pour cela, nos supports sont autonomes et disposent de leur propre alarme. Pour prendre un exemple, nous proposons un support très discret pour téléphone qui l'alimente et permet de le prendre en main mais ne nécessite aucun montage, il suffit de le fixer grâce à un autocollant et ce sur n'importe quelle surface de démonstration. Cela permet de s'adapter à un rayon qui bouge ou qui évolue sans pour autant tout refaire. Ainsi, là où on démontrait trois tablettes l'année dernière, il y en aura 15 cette année. Avec notre système, il suffit d'ajouter des supports. De même si on déplace les produits, on emporte le support qui est réutilisable. Nos supports permettent toujours de manipuler sans entrave un appareil en fonction. Nous savons alimenter tous les téléphones mais aussi 90 % des appareils photo, alors que les alimentations sont très diverses.

augmente. Il faut donc le démontrer. Nous avons conçu une solution très simple qui permet de mettre en libre-toucher quatre casques sur un support. Il s'agit juste d'un câble qui se relie à l'arceau du casque et se fixe en un instant. L'anse s'adapte au modèle et le protège en cas d'arrachement. Plus généralement, nous avons des solutions pour tous les appareils nomades. Nous sommes également capables de mettre en démonstration des consoles de jeu avec des manettes.

Vous proposez aussi un système d'affichage dynamique. Qu'est-ce que c'est ?

Il est capable de s'afficher sur n'importe quel écran. Lorsqu'aucun produit n'est pris en main, il y a une vidéo qui passe en boucle. Dès qu'un appareil est manipulé, son descriptif apparaît. Si deux sont pris en même temps, ils s'affichent côte à côte. Le contenu est administrable en direct car tout est hébergé sur notre serveur central. On peut ainsi modifier les informations très facilement sur une interface Web, notamment lorsque les produits changent. Nous proposons de gérer ces contenus pour l'enseigne. De plus, ce système nous permet de comptabiliser en direct le nombre de manipulations par produit. Il est ainsi possible d'établir des statistiques intéressantes sur la fréquence, la durée et la comparaison avec d'autres appareils sur des périodes définies.

JDLI : Quelle est l'activité de Invue ?

Guillaume Noblet : Invue est une société américaine spécialisée dans le merchandising produit. Nous fabriquons des solutions qui présentent de la meilleure manière possible un appareil technologique en rayon. On peut citer sans ordre d'importance les téléphones, les tablettes, les appareils photo, les GPS, les ordinateurs, etc. Il peut également s'agir de produits annexes lors d'une théâtralisation en tête de gondole ou pour une opération spéciale dans un magasin. Nos clients sont donc logiquement les enseignes de la distribution. Ce sont également les constructeurs lorsqu'ils installent des shop in shop

Faites-vous évoluer l'offre avec les produits ?

Bien entendu et nous le faisons constamment. Actuellement, le marché du casque se porte très bien et son prix moyen



TP-LINK®

Imaginez un réseau à 500 Mbps



Adaptateurs CPL Gigabit AV500
TL-PA511

- Jusqu'à 500 Mbps pour un streaming HD multiple
- Excellente flexibilité avec le port Gigabit Ethernet
- Mode économie d'énergie
- Bouton « Pair » pour une sécurisation aisée du réseau
- Plus jamais de câbles redondants: branchez et c'est parti !

Renseignez-vous sur les adaptateurs CPL de TP-LINK



Adaptateur CPL AV200+
avec prise secteur intégrée
TL-PA251



Extenseur CPL sans fil N
300Mbps AV200
TL-WPA281

Nouveauté



Mini-adaptateur CPL AV200
TL-PA211



Mini-adaptateur CPL AV200
TL-PA210

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

TP-LINK est le premier fournisseur mondial de CPE sans fil et haut débit et affiche la croissance la plus importante sur le marché européen des fabricants réseaux. TP-LINK conçoit des produits fiables et de grande qualité, tout en proposant une gamme tarifaire très compétitive. Sa garantie de 3 ans est un gage de fabrication exemplaire. Copyright © 2012 TP-LINK TECHNOLOGIES CO., LTD. Tous droits réservés.

Garantie
3 ans

SOFTWARE

18 NEWS

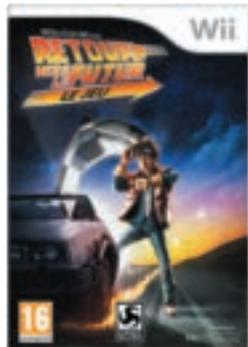


Soul Calibur V à la mode arcade

Conjointement au lancement du Soul Calibur V début février, Mad Catz mettait sur le marché une manette arcade aux couleurs du dernier jeu de combat signé Namco Bandai.

Décoré aux couleurs du titre, l'Arcade FightStick Mad Catz Soul Edition propose tout simplement de retrouver les sensations des bonnes vieilles bornes d'arcade. Disponible en deux versions (PS3 ou Xbox 360), l'imposant objet (4,5 kilos) affiche en effet un stick et huit boutons d'action aux contacts très proches des authentiques meubles d'arcade. L'Arcade FightStick (45cm x 16 x 29,5) propose plusieurs fonctionnalités avancées comme un verrouillage des touches ou encore des modes turbo. Le câble qui permet de relier la manette à la console peut être stocké dans une petite trappe à l'arrière. Robuste et bien pensé, l'accessoire s'adresse en premier lieu aux joueurs exigeants et les sensations sont effectivement tout autre si l'on compare l'expérience avec un pad traditionnel. Un plaisir de jeu supplémentaire qui a un coût puisque l'accessoire est vendu au prix conseillé de 159,99 euros. Le fabricant Mad Catz annonce avoir implanté environ 800 exemplaires de l'Arcade FightStick Soul Edition (400 environ de chaque version) et souligne qu'il est disponible dans les enseignes Micromania, Fnac et les e-tailers (Amazon, Cdiscount, Rueducommerce, LDLC, Pixmania...). Côté marketing, Namco Bandai souligne avoir communiqué sur le stick en même temps que le jeu via notamment les événements, actions RP ou encore la publicité mettant en scène les champions Soul Calibur (print et Web) tenant la précieuse manette.

Retour vers le Futur en boîte



Deep Silver commercialisera Retour Vers le Futur : Le jeu au cours du premier trimestre en versions boîtes sur PC, Wii et PlayStation 3. Paru sous forme dématérialisée il y a

quelques mois, ce jeu d'aventure signé Telltale (Sam and Max, Tales of Monkey Island...) a donc les honneurs d'une sortie physique et d'une première apparition sur Wii via une galette regroupant les différents épisodes de ce jeu d'aventure « point and click ». Dans le rôle de Marty McFly, il s'agit d'accompagner le célèbre Doc Brown dans différents sauts temporels à bord de l'incontournable DeLorean. Proposée avec des sous-titres français, cette version comprendra le doublage original incluant les acteurs des films Michael J. Fox (Marty Mc Fly) et Christopher Lloyd (Doc Brown).



Kinect, la Force en avril



Microsoft confirme la date de sortie de Kinect Star Wars : ce sera le 4 avril. Développé avec LucasArts, ce titre permet de se plonger dans l'univers de la fameuse saga via un titre exclusivement dédié au capteur de mouvements de la Xbox 360. Plusieurs sections de jeu sont au programme dont des duels au sabre laser, des courses de modules, des batailles de danse galactique, des affrontements spatiaux et autres virées en speeder bikes et landspeeders. L'occasion donc de retrouver différentes scènes emblématiques des deux trilogies Star Wars dans un jeu où il ne faudra pas hésiter à se remuer devant la console pour repousser le côté obscur de la Force. Pour marquer l'arrivée de la franchise sur Kinect, Microsoft propose dans le même temps un bundle embarquant en plus du jeu une console, une manette et un Kinect aux couleurs de la série. Une machine en édition limitée, proposée à environ 399 euros avec le jeu (disponible aussi à l'unité à 50 euros).





Les Chevaliers du Zodiaque enfin sur PS3

Les amateurs de la franchise vont pouvoir se réjouir : Saint Seiya, plus connu en France sous l'appellation Les Chevaliers du Zodiaque débarque sur PlayStation 3 le 16 mars. Ce jeu de combat revisite l'un des passages cultes de Saint Seiya : le Sanctuaire. Seiya et ses partenaires y affrontent les chevaliers d'or des douze maisons du Zodiaque pour sauver Athéna. De nombreux combats et autres quêtes sont évidemment au programme. Les (nombreux) fans du célèbre manga sont ici particulièrement visés, avec la promesse d'une fidélité « totale » à l'univers de la série, la présence d'un mode spécial proposant des scénarios

alternatifs, mais aussi la possibilité de jouer avec le doublage japonais.

Des éditions vraiment collector

Outre le jeu de base, deux éditions collector sont commercialisées simultanément : l'édition Myth Cloth et l'édition Headgear. Toutes les deux éditées à 5 000 exemplaires, la première comprendra, en plus du jeu, la boîte « Pandora Box » de Seiya, le contenu supplémentaire Seiya du Sagittaire ainsi qu'un t-shirt exclusif. L'édition Headgear contient elle le casque du Sagittaire en taille réelle mais également le DLC Seiya du Sagittaire et un t-shirt. De quoi satisfaire les nombreux aficionados de la série !



Du point and click sur consoles



Avanquest et Micro Application viennent de lancer un nouveau jeu d'aventure « point and click », **Captain Morgane et la Tortue d'Or**.

Particularité du titre, outre le fait qu'il soit signé par un studio français (Wizarbox à qui l'on doit aussi So Blonde), il est aussi le premier représentant du genre sur PlayStation 3 profitant par

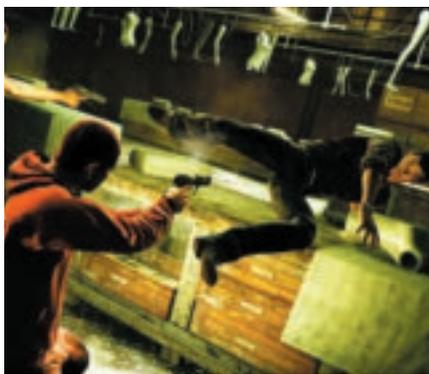
ailleurs d'une propice compatibilité avec l'accessoire PS Move. Ecrit par le scénariste des Chevaliers de Baphomet, le jeu invite à explorer l'univers des pirates et de suivre les pérégrinations d'une héroïne à la recherche d'un navire disparu quelques années auparavant. Un trésor qui génère évidemment de nombreuses convoitises... Au programme du titre, plusieurs dizaines de lieux et personnages à découvrir, des mini-jeux et autres scènes cinématiques à la réalisation très « dessin animé ». Outre la PS3, le jeu est également proposé sur PC, Wii et Nintendo DS.

PES 2012 passe à la 3D



Plusieurs mois après la sortie de Pro Evolution Soccer 2012 sur les autres plates-formes, une version tri-dimensionnelle de la simulation de football signée Konami débarque sur Nintendo 3DS (dont PES 2011 avait compté parmi les tout premiers titres). L'éditeur promet une version plus aboutie avec notamment une nouvelle caméra ainsi que des contrôles via l'écran tactile de la console (au stylet ou au doigt). Outre les habituels modes de jeu, le titre mettra comme à son habitude sur la licence de la prestigieuse Ligue des Champions mais aussi sur le fait de pouvoir s'adonner aux matchs en ligne. La sortie de Pro Evolution Soccer 2012 3D est prévue pour le 8 mars.

Après True Crime, Sleeping Dogs



Square Enix Europe annonce **Sleeping Dogs**, jeu d'action urbain en monde ouvert, pour le deuxième semestre 2012 sur PC, PlayStation 3 et Xbox 360. Dans la peau de Wei Shen, policier infiltré, le joueur va s'attaquer aux dangereuses Triades dans la ville de Hong-Kong. Entre conduite de voitures, fusillades et affrontements au corps-à-corps, le jeu promet son lot d'action. Un principe de jeu qui devrait évoquer de bons souvenirs à certains, Sleeping Dogs constituant une suite à la série True Crime. Avant d'être racheté par Square Enix, le projet portait en effet le nom de True Crime Hong Kong. Toujours développé par le studio United Front Games, le jeu devrait profiter du soutien d'équipes ayant auparavant travaillé sur Just Cause 2 et même Batman Arkham Asylum.

Atari et Bigben voient rouge

L'éditeur Atari et Bigben Interactive annoncent **Test Drive : Ferrari Racing Legends** pour la fin du mois de mars sur PC, PlayStation 3 et Xbox 360. Comme son nom l'indique, le prochain volet de la fameuse série de simulations automobiles sera exclusivement dédié à la prestigieuse marque au cheval cabré et se proposera de retracer 70 ans d'histoire. Jouable jusqu'à huit simultanément en ligne, le jeu permettra de prendre le volant de 50 modèles de Ferrari différents et de participer à plusieurs types de courses (GT, Formule Un, rallye...). Développé par Slightly Mad Studios (Need For Speed Shift et Shift 2), le jeu comprendra un mode histoire retraçant la trajectoire de la fameuse firme.



SOFTWARE

20 NEWS

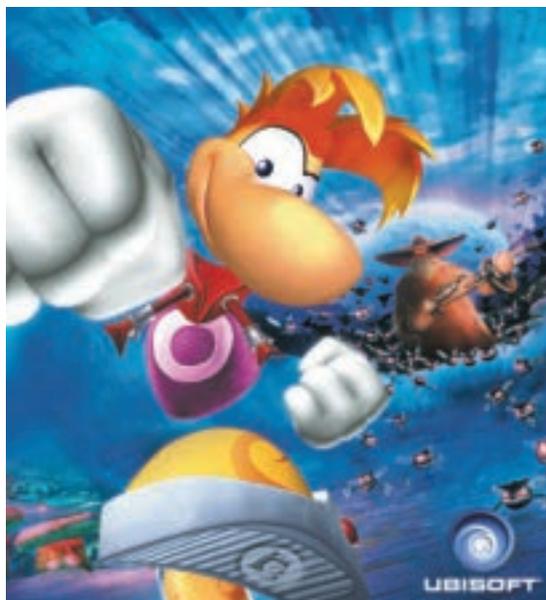
C'est dans les vieux pots...

Pionniers du CD-Rom



■ **DotEmu.com, le spécialiste de la réédition de jeux rétro sur les machines actuelles,** vient de proposer *The Seventh Guest* et *The Eleventh Hour* en téléchargement. Jouables désormais sur les PC d'aujourd'hui (XP, Vista et Seven), ces deux jeux d'aventures marient énigmes (souvent retorses !) et exploration de lieux modélisés en 3D où les personnages rencontrés sont joués par d'authentiques acteurs. Une mise en scène jamais vue à l'époque de la sortie des jeux, dans les années 90. Compter aujourd'hui 7,99 euros chaque.

Rayman 3 en HD



■ **Ubisoft annonce le retour de Rayman 3 Hoodlum Havoc en version téléchargeable,** sur Xbox Live Arcade et PlayStation Network le 21 mars. L'occasion de se replonger dans l'un des derniers jeux d'action/plate-forme en 3D mettant en scène le fameux personnage, sorti en 2003 sur PS2, Xbox et GameCube. Ubisoft annonce des graphismes passés en haute définition, la possibilité de partager ses scores en ligne ainsi qu'une vitesse maintenue à 60 images/seconde.

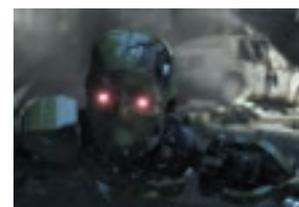
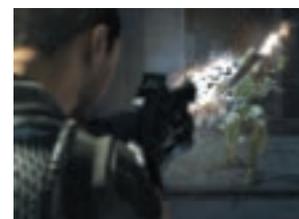
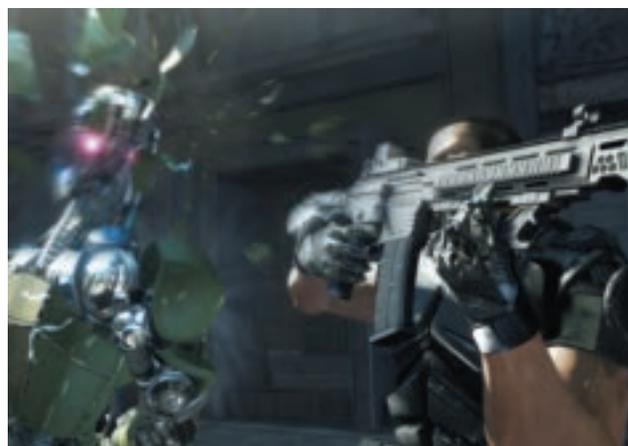


Kid Icarus (re) déploie ses ailes

■ **Nintendo publiera Kid Icarus : Uprising le 23 mars prochain sur Nintendo 3DS.** Attendu de longue date, le titre faisait partie des premiers présentés sur la machine au moment de son annonce en 2010 et apparaissait alors comme l'un de ses ambassadeurs les plus prometteurs... Kid Icarus est loin d'être une nouvelle franchise puisqu'il s'agit d'une relecture d'un titre paru sur NES (première console de salon de la marque) en 1986. Dans le rôle d'un ange combattant, il s'agit de repousser les armées maléfiques d'une certaine reine de l'au-delà, Medusa, dans un jeu de tir (principalement aérien) se proposant de tirer partie de l'affichage en 3D de la machine. Compatible avec l'accessoire Pad Circulaire Pro (particulièrement conseillé aux gauchers), le titre propose un système avancé de réglage de la difficulté influant sur la vivacité des hordes d'ennemis se présentant devant le joueur. Pour y faire face, il sera possible heureusement de compter sur un équipement pouvant comporter jusqu'à neuf types d'armes différents. A noter que le jeu sera livré avec un nouvel accessoire sous la forme d'un support qui permet de surélever la console pour rendre l'expérience plus immersive.

Binary Domain sur le pied de guerre

■ **Sega lance le 24 février Binary Domain, une nouvelle licence développée au Japon par Toshihiro Nagoshi, le créateur de la série Yakuza notamment.** Prenant place à Tokyo en 2080, le joueur incarnera une escouade de « Soldats de la liberté » qui devront tout simplement sauver l'humanité d'une invasion de robots. Les humains seront rapidement confrontés à des questions existentielles sur l'opposition homme/machine. L'intelligence artificielle se veut le point central de Binary Domain, comme le confirme Toshihiro Nagoshi : « *dans Binary Domain, j'ai voulu combiner la science-fiction avec une histoire humaine profonde* ». Pour autant, l'action ne semble pas avoir été oubliée, si l'on en croit Gary Knight de Sega : « *Binary Domain va emmener les joueurs dans une histoire exaltante, appuyée par un jeu d'action unique et apportant une vraie bouffée de fraîcheur au genre* ». Toute nouvelle franchise, Binary Domain sort le 24 février sur Xbox 360 et PlayStation 3.



« Binary Domain n'a rien à envier à Mass Effect 2... »

À lire dans la preview de Binary domain sur

ELITE.GAMER.FR

DYNAMISEZ VOTRE RAYON JEUX PC !

LES MEILLEURS
JEUX PC
AU MEILLEUR PRIX

Just
For
Games



NOUVEAUTÉS

Tous les mois,
des franchises AAA
en nouveauté
à prix budget

TOP DES VENTES

Les indispensables
du jeu vidéo PC
dans votre rayon

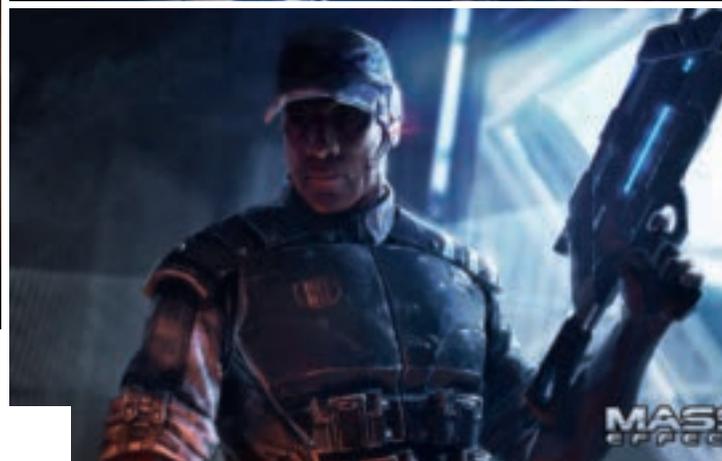
Mettez en place votre rayon PC idéal,
contactez-nous :
commercial@just-for-games.com

Just
For
Games



SOFTWARE

22 FOCUS



Mass Effect 3

La trilogie **Mass Effect** connaîtra son dernier acte le **8 mars** avec la **sortie du nouveau jeu** sur **PC, PS3 et Xbox 360**.

Très attendu par la communauté des joueurs, le titre entend marquer l'apothéose d'une série qui a su se démarquer dans le genre du **jeu d'action/rôle** au cours des cinq dernières années. **Par Patrick Helligo**

La saga Mass Effect prendra donc fin le 8 mars prochain avec la sortie du troisième volet sur PC, PS3 et Xbox 360. Tout du moins cette première trilogie initiée en 2007 par un studio Bioware qui donnait alors ses lettres de noblesse au genre du jeu d'action/rôle option space opera. « *Mass Effect 3 promet d'être le volet le plus épique de la saga* », avance Gaël Menanteau, Chef de produits chez Electronic Arts France. « *On va y voir le commandant Shepard livrer le combat final contre la race des Moissonneurs... Et puis le scénario va cette fois-ci prendre place sur Terre, ce qui va donner une toute nouvelle dimension aux enjeux* ». Alors que les terribles Moissonneurs débarquent sur la planète bleue, Shepard et ses équipiers arrivent dans une ville de Londres apocalyptique... Une scène emblématique qui fut d'ailleurs le sujet de la première-bande annonce teaser du jeu, aux faux airs de Guerre des Mondes. « *C'est l'un des titres phares d'Electronic Arts pour le premier trimestre. D'autant plus que pour la première fois, un volet de la série profite d'un lancement simultanément sur les trois machines* ». Rappelons que le premier volet avait en effet bénéficié d'une exclusivité consoles sur Xbox 360 et que la PS3 avait profité du second opus avec un an de retard... Outre un lancement synchronisé, ce troisième opus affiche plusieurs nouveautés comme l'apparition d'un mode multijoueurs ouvrant à des affrontements en ligne à quatre ou encore une compatibilité de la version Xbox 360 avec le capteur Kinect, autorisant le joueur à donner oralement des ordres à ses équipiers ou donner de la voix lors des dialogues.

Retour aux fondamentaux

Les vidéos de Mass Effect 3 publiées par l'éditeur ont jusqu'à présent mis l'accent avant tout sur l'aspect action du titre. « *C'est une composante importante du jeu mais Mass Effect conserve toute la dimension jeu de rôle épique de la série et va même plus loin en développant certains domaines comme la gestion du personnage principal et son équipe. La série renoue d'ailleurs dans ce domaine avec les fondamentaux du premier volet* », développe Gaël Menanteau. Le personnage de Shepard devrait par exemple bénéficier de nouvelles aptitudes physiques mais aussi se retrouver confronté à une nouvelle catégorie d'ennemis avec l'organisation Cerberus et ses méchas surdimensionnés. Plus que jamais, la qualité de la narration et la capacité du studio à développer avant tout une histoire forte devraient être au centre du nouveau Mass Effect. Selon Electronic Arts, la dimension multijoueurs qui apparaît avec ce troisième volet a « *été élaborée avec plus d'ambitions qu'un simple bonus* ». Œuvre d'une équipe distincte de celle travaillant sur la campagne



Conclusion épi





« Le monde peut s'écrouler autour de vous, ça vous est complètement égal : Shepard reprend du service ! »

À lire dans la preview de Mass Effect 3 sur

EURAF.GAMER.FR

Dans ce dernier volet, le joueur pourra récupérer ses personnages des précédents jeux.

MASS EFFECT 3



Le space opera à son meilleur

Depuis 2007, Mass Effect s'est imposé comme une référence dans le domaine du jeu d'action/RPG en proposant une combinaison finement ciselée des différentes composantes (scènes d'action, dialogues avec les personnages rencontrés, évolution du personnage et son équipe...). Depuis une quinzaine d'années, le studio Bioware (propriété d'EA depuis 2007) a en effet affirmé son savoir-faire dans le domaine à coups de titres emblématiques comme Dragon Age, Knights of the Old Republic et autres Baldur's Gate sans oublier un certain Star Wars The Old Republic... La série Mass Effect constitue, jusqu'à aujourd'hui, un quasi sans faute, les deux premiers volets ayant reçu de très bon accueils critiques et commerciaux. Après les adaptations en romans et comics, les droits d'adaptation pour le cinéma auraient récemment été réservés, ce qui contribue à laisser espérer que l'on entendra à nouveau parler de la série après la sortie de Mass Effect 3 et ses potentiels contenus additionnels (plusieurs DLC ont été proposés pour les deux premiers volets).



solo, le multijoueurs permettra par exemple de débloquer des objets pour la campagne scénarisée mais aussi d'incarner pour la première fois directcertaines catégories de personnages. Titre comptant définitivement parmi les plus attendus de ce début d'année, Mass Effect 3 profitera d'une

campagne marketing conséquente à base notamment de TV et de Web (voir guide jeux). Si Electronic Arts ne souhaite pas communiquer sur les volumes de vente des précédents opus, on estime que Mass Effect 2 a nettement dépassé les 100 000 ventes en France.

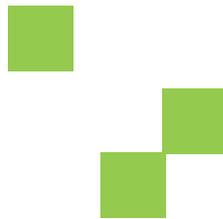
« Pour la première fois, un volet de la série profite d'un lancement simultanément sur les trois machines. »



Mass Effect atterri sur mobiles

EA Mobile vient de nous confirmer l'arrivée prochaine pour la première fois de Mass Effect sur iOS. Prévu pour une sortie simultanée avec le troisième volet sur machines de salon, Mass Effect Infiltrator permettra de se plonger dans un épisode exclusivement concocté pour les appareils mobiles. Réalisé par le studio Iron Monkey (Dead Space en version mobile), le jeu devrait développer des passerelles avec le jeu sur consoles et PC. Progresser dans l'application sur smartphone ou tablette devrait ainsi permettre de récupérer des objets et autres bonus pour le Mass Effect 3 des machines de salon, le tout via Origin, plate-forme en ligne commune. Le jeu devrait particulièrement privilégier nettement l'action, développeur de Dead Space oblige. Pour le moment prévu sur iOS, le titre pourrait ensuite être adapté sur Android.





Entretien avec
Julie Chalmette
Directrice générale
de Bethesda Softworks
France

Bethesda France :



« Nous sommes parvenus à émerger
comme un nouvel **acteur** à part entière »





SOFTWARE

INTERVIEW 25

JULIE CHALMETTE

Début 2010, **Bethesda Softworks** ouvrait pour la première fois une filiale en France. Un an et demi après une première entrevue avec le JDLI, la **Directrice générale de Bethesda France**, Julie Chalmette, **revient aujourd'hui sur une année 2011** plutôt chargée puisqu'elle a vu les lancements de **Skyrim** et **Rage**. L'occasion d'évoquer également **ce que l'éditeur américain prépare pour cette année** où il compte asseoir sa position sur le marché. *Par Patrick Hellio*

JDLI : Un an et demi après l'ouverture de Bethesda France, quel bilan dressez-vous ?

Julie Chalmette : Le bilan est très positif car nous sommes parvenus à émerger comme nouvel acteur à part entière sur le marché français. C'était le principal objectif fixé et il est atteint. Nous sommes ravis des excellentes relations que nous avons mises en place et développées avec la distribution. Les enseignes spécialisées notamment nous ont fortement soutenu, visiblement ravies de voir arriver un nouvel intervenant apportant des propositions différenciées sur le marché. Nous avons également développé de très bonnes relations avec la presse spécialisée ainsi qu'avec les communautés de joueurs. Bethesda a par exemple été élu éditeur de l'année par les internautes sur le site Gamekult, un prix qui nous a fait extrêmement plaisir !

Quel était l'objectif de Bethesda en ouvrant une filiale en France ?

Disposer d'une filiale, cela permet d'être visible sur le marché français et cela renforce la connaissance du marché et de ses principaux acteurs bien évidemment. Cela permet également d'être plus présent avec la distribution et de mieux répondre à leurs attentes. Enfin, c'est aussi un moyen de mieux contrôler les marques du groupe et la manière de les installer dans la durée. Tout cela permet in fine de mieux développer les ventes. Bethesda est loin d'être un nouvel acteur sur le marché mais jusqu'à l'année dernière, la commercialisation des jeux de la marque était confiée à différents partenaires en fonction des titres et des différents territoires. Nous avons clairement franchis un cap en termes de part de marché en nous installant directement en France. Nous le mesurons très bien à l'aune de la performance de nos titres précédents qui étaient auparavant confiés à des distributeurs.

En France, comment vous positionnez-vous sur le marché ?

Sur le marché hexagonal en 2011, nous sommes classés 11ème éditeur par GfK, toutes plates-formes de jeu confondues, nous passons neuvième éditeur si l'on ne prend en compte que les machines sur lesquelles nous travaillons, c'est-à-dire le PC, la PlayStation 3 et la Xbox 360. Si l'on se focalise uniquement sur les sorties de nouveautés, Bethesda se classe huitième éditeur. Ce qu'il est important de noter, c'est le dynamisme qu'apporte Bethesda sur le marché : ça n'est pas nouveau, il y a de moins en moins de nouvelles licences qui réussissent à s'imposer dans le top des ventes. Elles sont peut-être 10, pas plus. Hors sur la seule année 2011, Bethesda est arrivé avec trois nouvelles propriétés intellectuelles (Hunted, Brink et Rage) dont deux ont réalisé des scores très satisfaisants. Ce sont des paris éditoriaux qui induisent nécessairement une prise de risque, mais cela fait partie de la culture d'entreprise. Au final, cela dynamise un marché qui est de plus en plus polarisé. Nous estimons donc avoir largement contribué à animer le marché !

Y a-t-il, via une filiale, la volonté de mettre davantage en avant la marque Bethesda auprès du grand public ?

Il n'y a pas une volonté de communiquer en particulier sur la marque Bethesda mais je pense par exemple que les joueurs sont souvent parfaitement conscients que le développeur derrière Skyrim est celui qui a également travaillé sur Fallout 3. Les jeux id Software (studio acquis par Zenimax Media, maison mère de Bethesda en juin 2009, ndlr), comme Rage, restent avant tout dans l'esprit du public des jeux signés par ce studio américain assez emblématique. En revanche, il y a je crois chez

merchandisers pour des lancements importants comme Rage et Skyrim.

Quel public les productions Bethesda visent-elles ?

Comme je l'ai dit précédemment, ce sont avant tout les gamers expérimentés qui achètent d'emblée de nouvelles licences. Le grand public est plus « attentiste » et attend généralement la validation de ces gamers pour essayer de nouvelles propriétés intellectuelles. Il faut donc être patient et installer nos jeux dans la durée. En lançant de nouvelles franchises l'année dernière, nous avons fait un investissement pour l'avenir avec des licences qui vont

« La ligne éditoriale de Bethesda consiste aujourd'hui à se focaliser sur des titres gamers ambitieux sur les plates-formes dont nous sommes coutumiers. »

Bethesda une grande cohérence dans notre ligne éditoriale et le type de jeux que nous publions. Nous nous en tenons à ce que nous savons faire, c'est-à-dire des « jeux pour joueurs » avec des univers riches, sur les plates-formes next-gen que nous maîtrisons bien. Les « core-gamers » sont donc au cœur de notre stratégie et le resteront. Et nous constatons d'ailleurs souvent un grand respect de cette communauté envers Bethesda, ce qui nous réjouit et nous conforte dans cette stratégie.

Combien de personnes travaillent aujourd'hui à la filiale ?

Nous sommes huit personnes dont deux travaillant à la finance, trois aux ventes et au trade et enfin deux personnes au marketing. Les structures des autres pays européens ont des effectifs à peu près comparables et correspondent bien aux volumes de jeux que nous publions, sachant que Bethesda a sorti quatre titres au cours de l'année 2011. Un planning relativement bien réparti dans le temps qui nous permet de mieux répartir nos forces de travail. En ce qui concerne la distribution, nous travaillons avec des grossistes mais aussi des



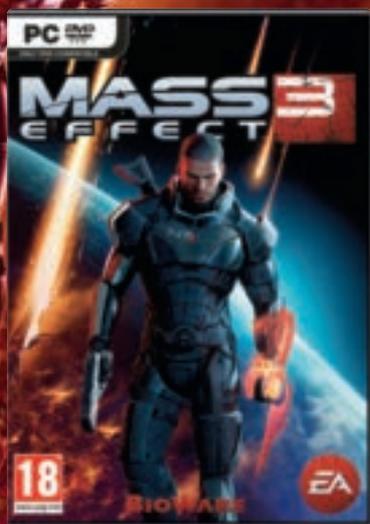
The Elder Scrolls V : Skyrim

Lancement très remarqué de fin d'année dernière, **Skyrim** totalise selon Bethesda plus de 300 000 ventes en France à ce jour (interview réalisée début février). Dernier volet en date d'une série de jeux de rôle/action bien connue des amateurs du genre (The Elder Scrolls est sorti sur PC en 1994), **Skyrim** plonge le joueur dans un univers heroico-fantasy en monde ouvert où il peut écrire sa propre histoire, participer à d'innombrables quêtes et rencontrer de nombreux personnages. Impressionnant techniquement, le jeu a séduit en France aussi bien les possesseurs de PC que de Xbox 360 (plus de 100 000 pièces) ou de PS3 (idem).



MASS EFFECT 3

SALVEZ LA TERRE
LE 8 MARS 2012



18
www.pegi.info



© 2012 EA International (Studio et Publishing) Ltd. Mass Effect et le logo Mass Effect, BioWare et le logo BioWare sont des marques commerciales d'EA International (Studio et Publishing) Ltd. EA et le logo EA sont des marques commerciales d'Electronic Arts Inc. Tous droits réservés. "PS", "PlayStation", "PS3", "PS3" and "PS" are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. KINECT, Xbox, Xbox 360, Xbox LIVE, and the Xbox logos are trademarks of the Microsoft group of companies and are used under license from Microsoft. All other trademarks are the property of their respective owners.



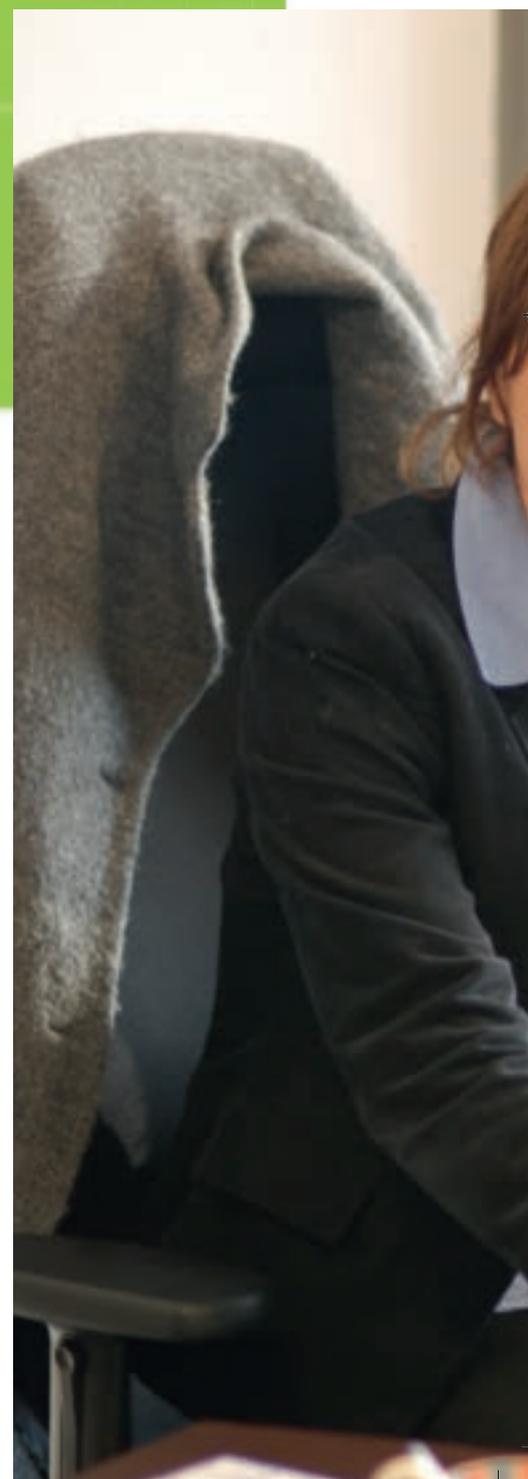
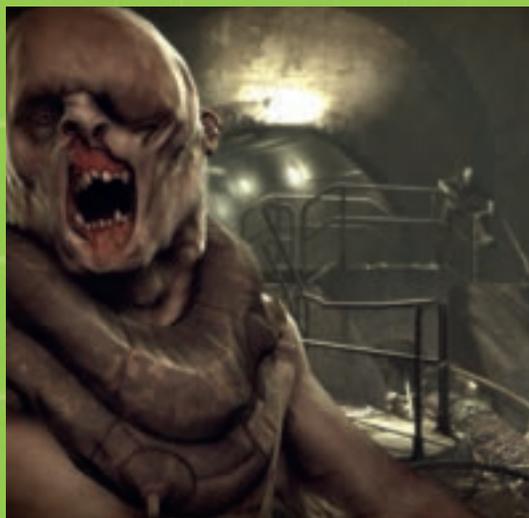


SOFTWARE

28 INTERVIEW

RAGE

Bethesda France annonce plus de 80 000 ventes (versions physiques) en France du dernier FPS en date d'id Software, studio qui a littéralement inventé le genre avec Wolfenstein, Doom et Quake. Selon l'éditeur, la version PS3 a représenté la meilleure vente avec 40 000 pièces écoulées, suivie de la version Xbox 360 (33 000 exemplaires) puis le PC en version retail (11 000). Les ventes dématérialisées sur PC ont dû peser sur les performances du titre en magasins sur la plate-forme PC...



être appelées à perdurer. Avec plus de 80 000 ventes, nous sommes par exemple satisfaits du score enregistré en France par Rage, un titre que nous avons fortement soutenu sur le plan marketing. Sur un segment du FPS extrêmement concurrentiel, le jeu a vu sa valeur reconnue, il a reçu un très bon accueil critique et s'est démarqué des autres productions du genre de par son univers différent, son scénario... Sa carrière est d'ailleurs loin d'être terminée puisque des baisses de prix et du contenu supplémentaire vont arriver. Rage est par ailleurs l'une des meilleures ventes de nouvelle propriété intellectuelle au cours des deux dernières années. On aimerait évidemment toucher immédiatement le mass-market mais la réalité est que l'on pourra pleinement l'adresser sur d'éventuelles suites. Je pense qu'il est difficile de toucher aujourd'hui le grand public avec nos jeux sans passer au préalable par les core gamers, des prescripteurs qui s'avèrent essentiels. La ligne éditoriale de Bethesda consiste aujourd'hui à se focaliser sur des titres gamers ambitieux sur les plates-formes dont nous sommes coutumiers.

Rage a vu son prix baisser à 55 euros deux mois après son lancement. Pourquoi et cela a-t-il impacté réellement sur ses performances ?

Tout simplement parce qu'il y avait une difficulté pour une nouvelle licence à émerger sur le marché très concurrentiel des dernières semaines de l'année. Difficile

en effet de rester positionné à 70 euros quand d'autres licences, très bien implantées sur le marché, ont commencé à baisser leurs prix. Sur la période de fin d'année, il est impératif de ne pas rater la période des semaines 47 à 51, même s'il faut pour cela opérer un repositionnement. L'impact de la baisse de prix est difficile à quantifier exactement puisqu'il y a de toutes manières un phénomène d'aspiration du marché sur cette période mais il est bien réel.

Skyrim a fait beaucoup parler de lui. Comment s'est passé le lancement ?

On ne peut pas se plaindre, le lancement a été un succès, mais très honnêtement, nous avons été un peu pris de court face à l'ampleur du phénomène. Nous savions que nous avions un jeu exceptionnel, mais il a parfois été très difficile de convaincre la distribution de s'engager sur les quantités que le jeu méritait. Nous avons donc dû gérer des ruptures quelques jours après le lancement. Skyrim est sorti le 11 novembre, soit la même semaine que Call of Duty et je pense que la distribution ne pouvait pas imaginer que deux titres pouvaient coexister sur cette semaine là ! Et il est vrai aussi que l'on a rencontré des objections quant au genre de Skyrim et il nous a fallu littéralement le sortir du « ghetto » du genre RPG plutôt orienté hard core gamers. Nous avons ainsi fait une implantation initiale de 250 000 exemplaires du jeu alors qu'il aurait fallu en mettre en place 350 000. A l'heure





SOFTWARE

INTERVIEW 29

JULIE CHALMETTE

« Disposer du fond de catalogue va nous permettre de le dynamiser, de monter des opérations en magasins. »

actuelle, les ventes sorties caisses de Skyrim s'élèvent à plus de 300 000 pièces en France et le phénomène d'emballage autour du titre perdure puisqu'il est toujours classé dans le top 5 sur PC, Xbox 360 et PS3. Signe de la dimension désormais grand public de la franchise, Skyrim a vendu autant en deux mois que le précédent volet, Oblivion sorti il y a six ans, sur l'ensemble de son cycle de vie à ce jour. Un cap a été franchi...

Comment élargit-on l'audience d'un titre comme Skyrim ?

Avec un dispositif de type rouleau compresseur ! Le jeu a profité d'une campagne marketing de très grande ampleur, avec des éléments de communication originaux, de nature de quasiment cinématographique. Le rythme

sur tout de la campagne est important pour un tel lancement, particulièrement au vu de la concurrence à laquelle nous avons affaire sur cette période. Nous avons donc mis en place une campagne télé extrêmement puissante qui nous a permis d'émerger et d'être très visible pour le grand public sur cette période clé. Skyrim a également bénéficié d'une campagne cinéma et nous avons profité des très bons chiffres du box-office sur la période. L'enjeu était d'amener ce titre et cette franchise à des populations qui n'ont pas l'habitude de jouer à des jeux de rôle, ce qui constituait aussi un défi. En parallèle, nous avons bien sûr communiqué dès l'annonce du titre, un an auparavant, en direction de la communauté des joueurs avertis qui connaît parfaitement les caractéristiques de la saga The Elder Scrolls. Dans ce contexte, notre présence sur le salon Paris Games Week fin octobre a été capitale pour nous, avec une prise de contact directe avec les consommateurs pour l'équipe mais aussi une présentation événementielle de Skyrim en version jouable pour le grand public. Il va enfin de soi que l'excellence du titre est un facteur très important, et Skyrim a été le titre le mieux noté l'année dernière par la presse. C'est un jeu dont la durée de vie peut monter à plusieurs centaines d'heures, ce qui en fait une proposition très intéressante

Dans quelle mesure comptez-vous continuer à soutenir le titre dans les prochains mois ?

Nous allons continuer à travailler la franchise sur la durée. Il y a notamment un programme de contenus supplémentaires en téléchargement qui vont arriver prochainement et autour desquels nous allons communiquer. Nous comptons aussi être très présents auprès des acteurs du trade pour soutenir Skyrim tout au long de son cycle de vie et continuer à le faire exister auprès des Chefs de rayons et des consommateurs sur la durée. Nous n'excluons pas non plus une deuxième campagne de communication autour du jeu.

A combien évaluez-vous le potentiel lifetime d'un titre comme Skyrim ?

C'est un jeu qui aura une durée de vie particulièrement longue, comme tous les jeux de la série. Les ventes se maintiennent actuellement très bien et Skyrim est toujours dans le top 5. Il est donc important de lui donner la visibilité qu'il mérite. Plusieurs temps forts auront lieu cette année autour de la licence : des sorties de DLC, des promotions incluant les autres titres de la série, des opérations très ciblées, puis des baisses de prix en fin d'année très certainement. Dans l'immédiat, nous estimons pouvoir vendre sur 2012 au minimum 50 % du volume vendu l'année dernière, soit au moins 150 000 pièces du jeu. Traditionnellement, les titres du top 5 de fin d'année performant toujours très bien l'année suivante et notre objectif est que Skyrim apparaisse dans le top des ventes de 2012.

Avez-vous été confrontés au problème de respect de la date de sortie sur ce titre ?

Oui, d'autant plus que la date de sortie avait été avancée d'une journée (la date de sortie initiale était fixée au 11 novembre, ndlr). Le phénomène de non-respect de la date de sortie est loin d'être une nouveauté, j'y suis

Bethesda Softworks

L'éditeur américain Bethesda Softworks, fondé en 1986, appartient au groupe ZeniMax Media, spécialisé dans le domaine du jeu vidéo (développement, édition, distribution). Plusieurs acquisitions importantes ont eu lieu ces dernières années comme id Software en 2009 ou les Lyonnais d'Arkane Studios en 2010. Bethesda compte aujourd'hui quatre filiales sur le marché européen : en Allemagne, au Benelux, en France et en Angleterre, premier bureau ouvert sur le Vieux Continent. Aujourd'hui, la grande majorité des jeux publiés sont produits dans les propres studios du groupe.

confrontées depuis que je travaille dans l'industrie du jeu vidéo. Difficile quoi qu'il en soit d'apporter une réelle dimension événementielle à une sortie de jeu importante si l'on ne peut pas s'assurer une cohérence dans la commercialisation du produit. Ne pas respecter le day-one c'est donc aussi se tirer une balle dans pied, en mettant à mal l'aspect événementiel des sorties de jeux. Ce manque de maturité de notre industrie sur ce sujet est donc vraiment préjudiciable.

Outre Skyrim et Rage, comment le reste du catalogue s'est-il comporté ?

Brink, qui a été le premier lancement de la filiale française, a reçu un accueil critique plutôt divisé, et c'est aussi un jeu qui a fait parler de lui au sein des communautés de joueurs qui se sont étripées sur le titre. Brink on l'adore ou on le déteste ! Sur la durée, il s'est vendu à 80 000 exemplaires sur les trois plates-formes, ce qui est un score satisfaisant pour ce type de jeu. Hunted : The Demon's Forge, sorti en juin dernier, était un jeu très orienté gamers qui s'est vendu à environ 20 000 pièces.

Quelle part le marché français représente-t-il pour Bethesda en Europe ?

Nous représentons aujourd'hui environ 20 % des sorties caisses en Europe pour la plupart des titres de notre catalogue, à l'exception du cas particulier de Skyrim. Si le jeu fonctionne très bien dans tous les pays, il rencontre un succès vraiment phénoménal en Angleterre, en Allemagne et dans les pays nordiques. La filiale anglaise pèse très fort en Europe également parce qu'elle gère l'intégralité du fond de catalogue. Notre objectif est évidemment de continuer à progresser et de peser toujours plus lourd en Europe.

Quels seront les temps forts de 2012 pour Bethesda ?

Sur 2012, Bethesda annonce la sortie de Dishonored, un jeu d'action/infiltration fantastique signé par le studio lyonnais Arkane Studios (racheté par le groupe Zenimax en 2010 ndlr), bien connu des joueurs puisqu'on lui doit des titres comme Arx Fatalis ou Dark Messiah of Might and Magic. Présenté pour la première fois à la Gamescom l'année dernière, le jeu a fait son effet. Nous avons beaucoup d'ambitions pour ce titre qui est régulièrement cité parmi les jeux les plus attendus de l'année. Nous lancerons également en 2012 Prey 2, suite d'un jeu d'action en vue subjective qui repose sur le moteur id Tech d'id Software. D'ici la fin 2012, nous aurons par ailleurs repris la commercialisation de l'ensemble du catalogue Bethesda, dont plusieurs titres du fond de catalogue sont encore à l'heure actuelle en distribution chez des éditeurs tiers. Oblivion ressort dans une édition anniversaire enrichie, nous ressortons Fallout 3 GOTY Edition... Disposer du fond de catalogue va nous permettre de le dynamiser, de monter des opérations en magasins.





Thrustmaster emballe déjà la Vita

■ A peine arrivé dans les rayons, la PlayStation Vita est déjà dotée d'accessoires. Thrustmaster ouvre le feu avec une série d'étuis de protection. Le premier est le V.I.P Case, reprenant globalement les formes d'un étui à lunettes. Il sera vendu **19,99 euros**. Le S.P.F Case adopte lui un design plus militaire et offre une protection supérieure grâce à une mousse haute densité qui maintient la console et les jeux en place. Ce modèle sera vendu **24,99 euros**. A noter qu'une version spéciale Uncharted nommée Shock Resistant Case est aussi proposée à **29,99 euros**. Tous ces produits seront disponibles dès le 22 février prochain.



Nikon La photo en grand

■ Le nouveau reflex D800 est surtout destiné aux amateurs très éclairés et aux professionnels de la photo. Il embarque un capteur de 36,3 Mpixels et affiche une sensibilité qui s'étend de 100 à 6 400 ISO. Il propose également un filtre anti-moiré qui limite les aberrations chromatiques. Du côté vidéo, le Full-HD 1080p est bien entendu de mise avec la possibilité d'enregistrer à 30, 25 ou 24 images par seconde. Si l'enregistrement est limité à 30 min sur une carte mémoire, Nikon précise qu'il est possible de lever cette limite en passant par un enregistreur externe connecté à la prise HDMI. A noter aussi que le viseur dispose de 11 collimateurs ce qui améliore la détection des sujets. Le boîtier résiste aux projections d'eau et il est étanche à la poussière. Deux compartiments mémoire sont disponibles (Compact Flash et SDXC). Le Nikon D800 sera disponible le 22 mars au prix de **2 899 euros**.

PDP



Le culte du héros

■ Spécialiste américain de l'accessoire de jeu, PDP s'implante en France. La gamme couvre tout le marché de la console, qu'elle soit de salon ou nomade. Si PDP commercialise des périphériques sous sa marque Afterglow, notamment des manettes milieu de gamme, le fabricant se distingue surtout par des produits sous licence officielle. Ainsi, les périphériques et accessoires sont vendus sous les marques de consoles et ne se distinguent pas des produits d'origine. C'est évidemment un atout en rayon car le consommateur associe la qualité à la marque d'origine. Il y a notamment une série de housses et stylets à l'effigie des héros de la marque Nintendo comme Mario

Kart. PDP commercialise aussi des périphériques de jeux sous licence des jeux blockbuster, avec par exemple des manettes Call Of Duty Modern Warfare 3 pour Xbox 360 et PS3. Pour l'alimentation, c'est sous la marque réputée Energizer que PDP commercialise des accessoires comme par exemple un système de recharge pour deux manettes Xbox 360. PDP s'est également lancé dans l'accessoire pour smartphones et tablettes avec notamment une série de coques qui là encore misent sur des licences très fortes. La plus emblématique est sans doute celle de Marvel avec des coques soft-touch iPhone très réussies qui affichent un aspect vieilli vintage et sont à l'effigie de héros aussi emblématiques que Spider-Man.



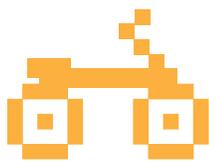
Samsung Une nouvelle Galaxy

■ Samsung vient d'officialiser son prochain Galaxy S Advance, un smartphone milieu de gamme. Il est équipé d'un écran Super AMOLED de quatre pouces (800 x 400), d'un processeur double cœur à 1 GHz avec 768 Mo de mémoire et d'un capteur photo de 5 Mpixels avec vidéo 720p. Il propose aussi entre 8 et 16 Go d'espace de stockage, un lecteur de carte micro-SD, le Bluetooth 3.0, le tout sous Android 2.3 seulement. En revanche côté matériel, il y a une réelle volonté de proposer la performance et le meilleur affichage possible à un niveau de gamme plus abordable, ce qui devrait notamment séduire ceux qui optent désormais pour des abonnements non subventionnés. Pour l'heure, aucun prix n'est annoncé, tandis que la sortie est attendue pour le printemps.



Mio

va faire du vélo



Mio vient d'annoncer le lancement pour le mois d'avril de systèmes de navigation dédiés aux cyclistes. Aussi bien pour les amateurs que pour les sportifs avertis, la gamme Cyclo proposera deux modèles : le 300 et le 305. « Le cyclisme gagne en popularité. Pour les loisirs, de plus en plus de personnes constatent le caractère sain et relaxant de ce sport. Les familles se promènent à vélo le week-end avec leurs enfants et profitent avec eux du plein air et de la nature. Le cyclotourisme connaît lui aussi une forte croissance. Cette tendance aide au développement des vélos à assistance électrique qui offrent l'opportunité aux personnes moins sportives de pédaler facilement sur de plus longues distances et dans des régions montagneuses. Ils bénéficieront des appareils Mio Cyclo simples à utiliser et qui donne des instructions claires, de sorte que le

cycliste puisse profiter de leur environnement », déclare Iwan Van Hende, Directeur Produit Outdoor & Fitness. Les GPS embarquent des cartes Open Street Map et TeleAtlas. Les GPS Cyclo disposeront également d'une fonctionnalité inédite Surprise Me. L'appareil proposera un itinéraire surprenant, selon la distance et le temps indiqués, quel que soit le lieu où l'on se trouve. Idéal et facile pour les cyclistes connaissant toutes les routes autour de chez eux et ceux qui souhaitent se laisser surprendre dans une région inconnue. Le 305 se distingue du 300 par l'ajout d'un capteur qui permet notamment de connecter un moniteur cardiaque. Les tarifs de la gamme Mio Cyclo s'établissent selon trois offres, le Cyclo 300 cartes France (299,99 euros), le Cyclo 300 cartes Europe (349,99 euros) et le Cyclo 305 carte Europe (399,99 euros).



Canon

Tout en finesse

Canon élargit sa gamme Ixus avec deux nouveaux modèles à écran tactile : les Ixus 510 HS et Ixus 240 HS. Le premier est doté d'un puissant zoom 12x grand angle 28 mm qui se rétracte dans un boîtier de 19,8 millimètres d'épaisseur seulement. Le zoom 5x ultra grand angle 24 mm du 240 HS se loge aussi dans un luxueux boîtier ultra-plat. Les écrans tactiles de 3,2 pouces permettent d'accéder aux fonctions principales pour faire la mise au point et prendre la photo. Les deux sont équipés du stabilisateur d'image intelligent (IS) qui analyse rapidement la scène à photographier et paramètre automatiquement l'appareil photo. Il est également possible de partager les photos grâce à la connectivité WiFi. L'enregistrement des vidéos se fait en Full-HD (1080p) et il est possible de les diffuser sur un téléviseur via la prise HDMI intégrée. L'Ixus 240 HS sera proposé en mars au prix de 279 euros, tandis que le 510 HS arrivera en avril au prix de 349 euros.



T'nB

Tendance Street



T'nB présente le Street, un nouveau casque audio tendance. Il dispose de larges oreillettes tout en rondour qui englobent parfaitement l'oreille pour limiter les bruits externes. Les coussinets assurent un confort agréable. De plus, il est doté d'un large arceau recouvert d'un bandeau en similicuir pour peaufiner son style street-wear. Muni également d'un kit piéton, il est possible de répondre à tous les appels à l'aide de petites commandes reliées au casque. Le Street convient aussi bien aux iPhones qu'aux autres smartphones grâce à un adaptateur jack livré dans le pack. La longueur du cordon de 1,5 mètre assure une bonne liberté d'utilisation. Le casque Street est vendu au prix de 49,90 euros. T'nB propose également une souris multi-touch. Par de petits mouvements du doigt sur sa surface, elle permet d'exécuter des actions comme monter, descendre, agrandir, réduire. Le pilote permet de configurer jusqu'à 100 fonctions différentes sur huit mouvements du doigt. Elle se connecte à l'ordinateur sans fil par la technologie Bluetooth. La Touch est disponible au prix de 34,90 euros.



Gear4

AirPlay simplifié

L'AirZone Series 1 est une station d'accueil pour iPhone intégrant la technologie AirPlay d'Apple. Elle permet d'écouter la musique stockée dans un appareil Apple ou sur iTunes sans fil et ce simplement grâce au réseau WiFi domestique. Grâce à l'écran LCD intégré, l'AirZone résout élégamment le problème du paramétrage réseau. Une fois connecté, il suffit de toucher l'écran de l'iPhone pour déclencher la lecture de la musique. Mais on peut également poser le terminal sur l'embase située sur la façade de l'AirZone et contrôler l'ensemble à partir d'une télécommande comme une station d'accueil plus traditionnelle. L'AirZone autorise aussi le rechargement des appareils de la marque à la pomme comme les iPod et les iPad. A noter qu'une fonction radio FM est intégrée. L'AirZone Series 1 est disponible au prix de 249 euros.

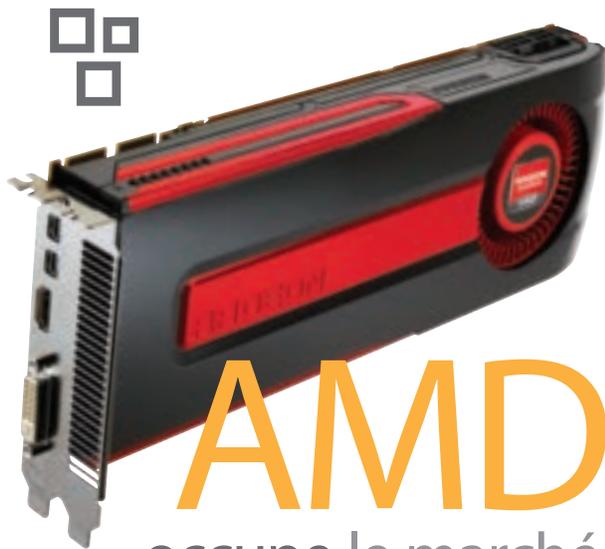




Urban Factory

Eplucher la pomme

Les appareils d'Apple ayant une connectique pour le moins limitée, ils font la part belle aux accessoires et Urban Factory en propose un très complet avec son Connexion Kit 5-en-1. Il est destiné à ceux qui veulent accéder à de multiples appareils via leur sacro-sainte iMachine. Ainsi, le Connexion Kit 5-en-1 permet de lire les cartes SD et Micro SD. Il dispose aussi de ports HDMI, USB et mini USB. Cela permet d'échanger directement des données et d'afficher le contenu sur un grand écran. L'Urban Connexion Kit est disponible au prix de **99 euros**.



AMD occupe le marché

Après avoir lancé son processeur graphique Radeon HD 7970 fin décembre 2011, AMD décline déjà son nouvel haut de gamme avec le Radeon HD 7950. Comme il est de coutume dans le monde de la puce graphique, cette nouvelle mouture se voit amputée de quelques unités de calcul pour un nivellement vers le bas. Pour le reste, on retrouve la nouvelle architecture initiées par sa grande sœur, à savoir le Graphic Core Next et d'autres nouveautés comme la compatibilité DirectX 11.1, la prise en charge du PCI-Express 3.0 et la présence d'un encodeur vidéo matériel. Les premiers tests indiquent des performances équivalentes à la GeForce GTX 580 de Nvidia et évidemment en baisse d'environ 10% face à sa grande sœur la Radeon HD 7970. Les cartes à base de Radeon HD 7950 seront disponibles dans le courant du mois au prix public conseillé de **429 euros**.

Panasonic Zoomer à l'infini



Panasonic propose dans la gamme Lumix deux nouveaux modèles : le SZ7 et le TZ30. Le SZ7 est un compact qui ne mesure pas plus de 21 mm une fois l'objectif replié. Il combine un capteur 14 Mpixels, un zoom optique 10x et un objectif grand angle de 25 mm. Il est compatible 3D et permet surtout de réaliser des photos panoramiques à la fois verticales et horizontales. On trouve également un mode dit miniature qui donne aux photos un air de maquette ou de jouet en plastique. Le DMC-SZ7 est disponible en trois coloris (blanc, chocolat et noir) au prix de 249 euros. Le TZ30 est un compact un peu plus haut de gamme disposant également d'un capteur 14 Mpixels mais avec zoom 20x et grand angle 24 mm stabilisé. Il filme en Full-HD et intègre un GPS pour géo-localiser les

photos réalisées. Il peut aussi prendre une série de photos en rafales à 10 images par secondes. On y retrouve également le mode miniature. Le TZ30 sera disponible dans les coloris noir, chocolat, rouge et blanc en mars au prix de **369 euros**.



Philips Un moniteur à la mode

Récemment récompensé du prestigieux IF Design Award 2012, le moniteur Moda arbore un look très tendance en 24 pouces. En complément de la finition brillante double teinte, noire devant et blanc derrière, le 248C3 est désormais disponible en blanc intégral. Il

est équipé d'une dalle LCD à rétro-éclairage LED capable d'afficher une résolution Full-HD (1920 x 1080) avec un temps de réponse de 2 ms. Le moniteur dispose également de deux ports HDMI et d'un connecteur audio jack. Le Moda 248C3 est disponible au prix de **259 euros**.

Navteq La navigation photo

Navteq, l'un des principaux fournisseurs mondiaux de cartographie pour les systèmes GPS, fournit ses données de navigation à la gamme d'appareil photo Coolpix AW de Nikon. Développés pour un usage tout-terrain, ces compacts sont résistants aux chocs, au froid et disposent d'un GPS comme d'une boussole électronique. Le modèle AW100 permet aux utilisateurs de visualiser leur position exacte sur la carte pré-chargée dans les appareils. Ils peuvent alors



avoir accès aux images géo-localisées à l'aide des points d'intérêt (POI) de la carte Navteq. Cette carte contient actuellement des millions de POI organisés en plus de 50 catégories « Face au nombre croissant d'utilisateurs qui souhaitent intégrer la géo-localisation à leur quotidien, notre couverture cartographique mondiale complète offre désormais aux clients Nikon la possibilité d'associer leur connaissance de l'image à la géo-localisation », déclare Kirk Mitchell, Vice-président des ventes de la zone Asie-Pacifique.

gear4

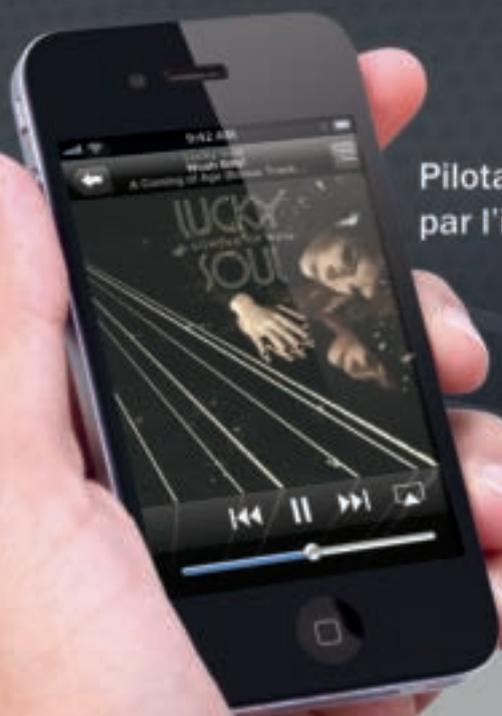
Airzone 1

La musique libérée



Des décibels **sans fil**
partout dans la maison

Pilotable à distance
par l'iPhone



Pour iPhone, iPad, iPod**
et tous les ordinateurs***

- Technologie AirPlay
- Station d'accueil
- Radio FM
- Configuration simplifiée
- Afficheur LCD



249,90 €*

Conçu pour
iPod iPhone iPad

*prix public conseillé **nécessite un réseau WiFi ***nécessite iTunes

Contact : carl.ollivier@gear.com

gear4.com



Hercules & Thru

Le succès par la

Entretien avec

Claude Guillemot,
Président directeur général
Guillemot Corporation



Société française spécialisée dans le **périphérique et l'accessoire de jeu**, Guillemot continue sa croissance en **misant sur la valeur ajoutée**. Les Bretons défrichent des segments encore vierges, apportent de l'originalité sur ceux existants et tentent toujours **d'apporter de la valeur par l'innovation, la technologie et l'adéquation aux usages comme aux tendances**. *Par Stéphane Kauffmann*

JDLI : Pouvez-vous nous faire un point sur vos résultats de l'an passé ?

Claude Guillemot : 2011 aura été une année contrastée avec un premier semestre positif, un troisième trimestre plus difficile et finalement un bon quatrième trimestre. Hercules et Thrustmaster ont affiché une bonne dynamique en fin d'année, ce qui a permis de finir en légère

croissance au global. Ce résultat est dû en partie à nos efforts sur l'internationalisation de nos activités avec une distribution désormais ouverte sur plus de cinquante pays. Etre fabricant et pouvoir chercher la valeur ajoutée nous a permis d'avoir des positionnements plus originaux. Ainsi, nous avons pu ouvrir des territoires grâce à des produits plus exclusifs comme nos volants de simulation haut de



Claude Guillemot entouré de Fernando Alonso et Felipe Massa

HARDWARE
 INTERVIEW 35
 CLAUDE GUILLEMOT

ustmaster

la valeur ajoutée

gamme. Cela fut un bon moteur de croissance qui nous a permis d'équilibrer l'année alors que l'Europe est au global en léger retrait.

Vous avez créé le DJing grand public, comment cela évolue-t-il ?

Ce marché est en pleine croissance et s'élargit vraiment au grand public. Il est vrai que nous avons été les précurseurs de cette évolution avec la première platine de mixage MP3 et nous sommes depuis montés en gamme jusqu'au semi-professionnel. La démocratisation a été amplifiée par un engouement très fort pour le concept même du DJing, ce qui nous a permis d'élargir nos gammes présentes en grande distribution avec des prix qui vont de 99 à 249 euros et par exemple la toute nouvelle DJ Control Air à 149 euros qui permet de mixer sans contact des mains. Le phénomène David Guetta et la « French Touch » du DJ a mis tout le secteur à la mode et plusieurs grandes enseignes ont joué le jeu en proposant notre gamme DJ loisir dans un vrai rayon. Il semble aussi que ce soit un phénomène de fond durable et

que l'envie de devenir DJ devrait encore accélérer la croissance en 2012.

Est-ce que vos enceintes et casques s'orientent désormais aussi dans ce sens ?

Nous avons effectivement créé une ligne DJ avec des enceintes et des casques de monitoring qui au-delà de leur usage premier plaisent aussi à ceux qui trouvent cette culture inspirante. Nous essayons également d'apporter une forte valeur ajoutée par la qualité sonore qui permet une montée en gamme significative. Combiner le son au design est d'ailleurs notre axe principal pour les enceintes multimédia en général. Ainsi, nous avons proposé du haut de gamme à 199 euros et nous déclinons le concept à des prix intermédiaires, toujours dans l'esprit de créer de la valeur pour le magasin sur un marché audio qui est en croissance sur le qualitatif.

Quelles sont vos ressources pour le développement audio ?

Nous développons toutes nos enceintes en interne avec notre propre signature sonore. Pour cela, nous



« Nous sommes optimistes pour 2012 même si le marché se resserre encore car nous pensons qu'il est toujours possible de se différencier par la qualité, les usages et le design. »





« Notre axe de développement mise sur la création de valeur avec de l'innovation et des produits originaux qui sortent des sentiers battus. »



pouvons compter sur nos ingénieurs audio qui disposent d'une expérience de longue date par notre passé dans le studio multipiste. Nous nous sommes également dotés d'une chambre anéchoïque ce qui nous permet de régler finement l'acoustique de nos produits en travaillant notamment sur les réponses en fréquence et le rapport signal/bruit.

Allez-vous saisir l'opportunité de l'audio sans fil ?

Nous avons montré lors du CES un premier modèle d'enceinte sans fil qui affiche un design original et ne fait aucun compromis sur la qualité sonore. L'audio sans fil incarne la liberté et nous avons donc veillé à ce que notre produit soit très autonome, avec une batterie qui devrait permettre plus de 25 heures d'écoute sur une seule charge. Ce premier modèle mise aussi sur un protocole de transmission à très faible latence qui garantit une qualité sonore maximale. Nous allons ensuite créer toute une gamme qui se destine aux différentes sources comme l'ordinateur, le smartphone ou la tablette et qui puisse satisfaire les différents usages avec de la puissance ou plus de nomadisme.

Plus généralement, comment voyez-vous évoluer les marchés de l'audio nomade et du multimédia ?

La tendance de l'audio sans entrave devrait s'amplifier rapidement car les sources sont de plus en plus nomades, notamment grâce au succès du smartphone. La liberté apportée par le sans-fil est en train de révolutionner l'audio, un peu comme la tablette par rapport à l'ordinateur.

Comment survivre sur le marché de la webcam ?

C'est un marché atypique car le consommateur en dispose théoriquement dès qu'il achète un ordinateur portable. Pour autant, ceux qui s'adonnent réellement au chat vidéo sont très sensibles à la qualité or les capteurs de nos webcam permettent une image sans comparaison avec ce qu'offre un modèle intégré. Il y a donc toujours une



bonne dynamique pour l'innovation technologique et le fait d'avoir doté de la HD toute notre gamme a eu pour effet de maintenir notre volume de vente sur un marché en forte décroissance. Nous pensons aussi qu'il faut sortir des conventions avec des webcams identiques et qu'une place existe pour la différence. Nous allons lancer sous peu la Twist qui va apporter du fun et des couleurs, ce qui est très tendance actuellement. Un prix modique, une bonne qualité HD et un design en adéquation avec notre époque sont des atouts qui feront de la Twist un best-seller.

Vous avez fait une entrée remarquée sur le CPL, comment se portent les activités réseau en général et vers où va la tendance ?

Nous sommes très contents du marché CPL et de son évolution. Comme la différenciation par la technologie est difficile, nous avons misé sur le design et l'intégration avec succès. Nos gammes mini ont rencontré un grand succès et nous poursuivons dans cette

voie avec un élargissement à tous les niveaux de performance. Nous avons été pionniers dans le domaine de la miniaturisation et nous gardons une longueur d'avance, tout comme notre design tranche avec des formes rondes qui sont mieux perçues dans un salon. Le WiFi est un marché stable pour nous avec un consommateur qui continue à s'équiper, notamment pour étendre son réseau. Que ce soit en WiFi ou en CPL, on est passés d'une phase de mise en réseau pour naviguer sur le Web à un besoin d'échange de contenus entre plusieurs appareils et partout dans la maison. Avec une dématérialisation croissante et l'arrivée du Cloud, cela devrait encore s'amplifier.





HARDWARE

INTERVIEW 37

CLAUDE GUILLEMOT



Le phénomène DJing

Pionnier sur ce marché avec le lancement de sa première table de mixage audio numérique en 2003, Hercules a été la première marque à rendre le DJing accessible au plus grand nombre, et permettre aux débutants et novices de pratiquer le mix. Près de 10 ans plus tard, Hercules est le leader mondial des platines de mixage numériques nomades pour PC et Mac.

Désormais, on peut parler de phénomène DJing avec des artistes à part entière et des DJs français qui connaissent un succès important à l'international. Auparavant cantonné aux magasins de musique et destiné à un public exigeant et expert, les solutions de DJing se démocratisent et prennent une part grandissante dans les linéaires de la grande distribution. En 2012, le phénomène s'amplifie et Hercules accompagne la distribution pour qu'elle bénéficie et profite encore plus de la performance de ce segment. On peut citer des communications fréquentes dans les catalogues des enseignes avec des pages entières consacrées aux DJing, y compris en grande distribution. Cela s'accompagne aussi d'un merchandising dédié pour accompagner les magasins dans l'optimisation de leur linéaire avec notamment du mobilier et des habillages linéaires. En parallèle, Hercules organise des événements de promotion avec une tournée d'hiver dans les stations de ski, des animations en magasins, l'organisation de master class DJ et la participation au salon DJ Mix Move 2012.

Qu'en est-il de vos netbooks e-Café ? Y a-t-il un avenir sur ce marché ?

Là encore, nous avons anticipé les usages et les besoins avec un ordinateur ultra-nomade doté d'une grande autonomie et disponible immédiatement. C'est ce concept qui est à la base de l'ultrabook. De même, nous nous étions affranchis du disque dur et cela nous a permis de ne pas subir les problèmes dus aux événements en Thaïlande. Nous continuons à commercialiser nos produits existants avec l'argument d'un prix sous les 200 euros.

Comment se porte l'accessoire de jeu Thrustmaster ?

L'accessoire de jeu a été en léger retrait cette année avec un marché du jeu sur la même tendance. Là encore, notre axe stratégique a été de travailler sur la valeur ajoutée, notamment par la technologie de pointe pour les joueurs enthousiastes et par la licence. Cela nous a plutôt bien réussi puisque Thrustmaster affiche une croissance supérieure à 33 % en 2011. Nous avons également travaillé en lien étroit avec les éditeurs et ce en amont du produit pour qu'il soit intégré au lancement. Ce fut notamment une grande année pour la simulation automobile. On peut citer F1 2011 et notre volant F1 Ferrari Intégral, Gran Turismo 5

et le T500 ou encore Forza 4 et le volant Ferrari 458 pour Xbox 360. En couplant un produit à forte valeur ajoutée à la sortie d'un jeu événement, nous favorisons grandement la vente associée qui représente une bonne plus-value pour le magasin. Pour les accessoires plus grand public, il faut se différencier par la valeur qu'apporte la qualité mais aussi par des licences fortes. Nos manettes Disney et Ferrari nous ont permis de rester en croissance sur ce segment difficile.

Y a-t-il encore un marché intéressant sur la console ?

Oui, à condition là encore d'avoir une offre différenciante. Ainsi, nous lançons une série de cases pour la PS Vita avec la licence officielle Sony et Uncharted. Sur ce marché, les clefs sont des licences fortes et une bonne qualité ce qui permet de garder la valeur et l'intérêt du consommateur.





3D sans lunettes et très haute résolution Toshiba



Toshiba s'apprête à lancer le **premier téléviseur** de grande taille qui soit capable de reproduire la **3D sans nécessiter le port de lunettes**. De plus, il est équipé d'une **dalle très haute résolution** en 4k ou Quad-HD. Ce modèle montre dès aujourd'hui de quoi sera fait le **futur de la télévision**. Par **Stéphane Kauffmann et Benoit Dupont**

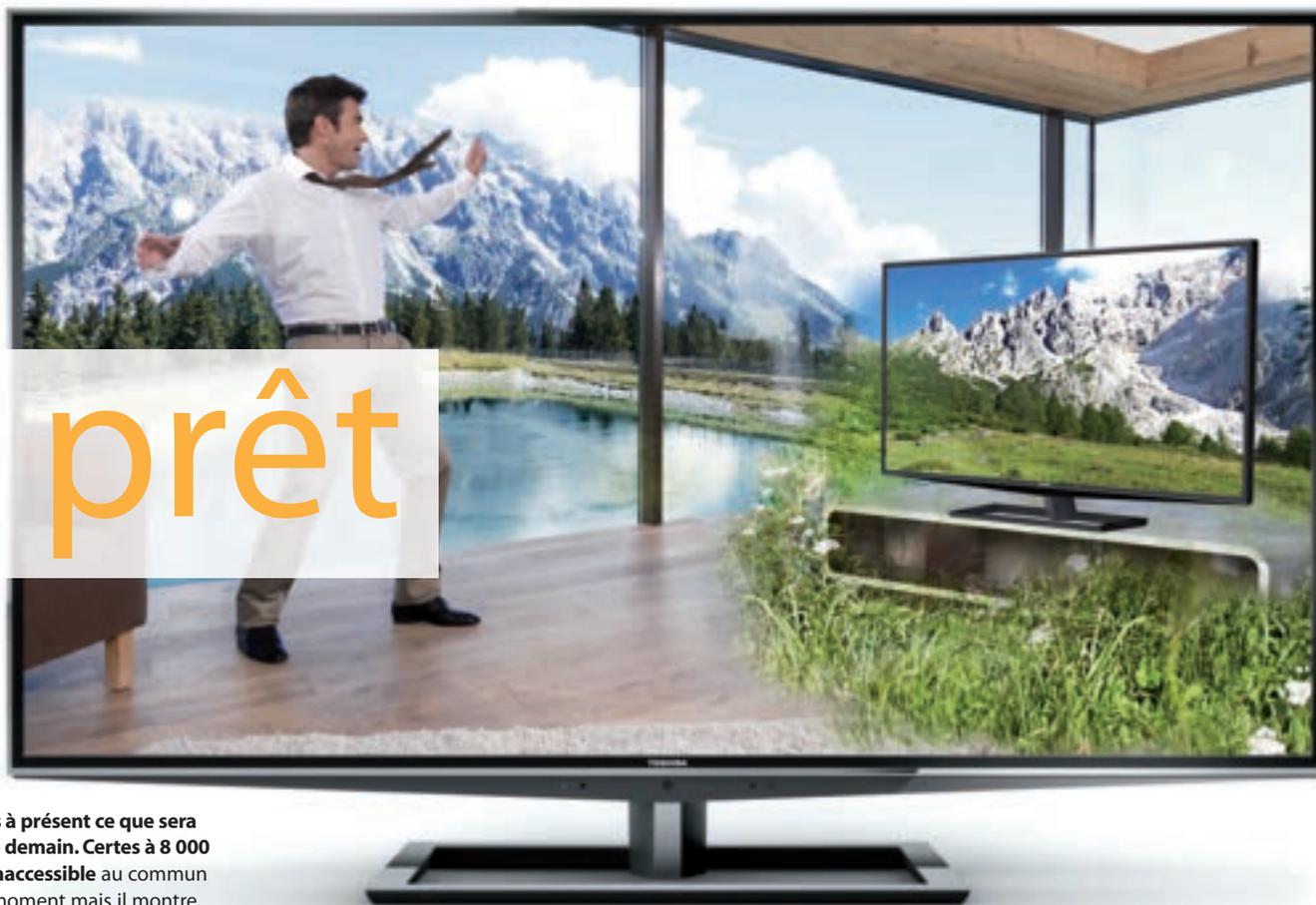




HARDWARE

FOCUS 39

Il est prêt



Toshiba commercialise dès à présent ce que sera sans doute le téléviseur de demain. Certes à 8 000 euros aujourd'hui, il sera inaccessible au commun des mortels avant un bon moment mais il montre l'avance du constructeur japonais en termes d'innovation. Si pour Toshiba, il s'agit d'un produit d'image qui donne confiance dans la marque et fait rêver le consommateur, pour nous c'est aussi l'occasion de faire des paris sur l'avenir et de se rassurer sur le dynamisme d'un marché du téléviseur un peu ébranlé ces derniers temps. Le 55ZL2, c'est son petit nom, innove doublement en étant le premier écran commercialisé qui se passe de lunettes en 3D et qui intègre une dalle très haute résolution ou 4k. Si la 3D est de moins en moins au cœur de la stratégie des constructeurs, c'est déjà en premier lieu qu'elle manque cruellement de contenu. A l'heure où même le cinéma se pose des questions sur son avenir, les recettes des salles équipées aux Etats-Unis n'étant pas à la hauteur des attentes, il est clair que celui de l'édition vidéo en relief est encore plus incertain. Si ces évolutions échappent au contrôle du hi-tech, il est évident que le port de lunettes pour le spectacle familial du salon n'aide pas vraiment non plus. La 3D sans lunettes est donc seule à même de faire adopter le relief au grand public. Ceci étant, il est vrai aussi que l'expérience sur des écrans de petite taille n'est pas totalement concluante et que Nintendo, après avoir axé le lancement de sa consoles 3DS sur la 3D, revient à ses fondamentaux, c'est-à-dire la promotion des grandes licences. Il semblerait que beaucoup d'utilisateurs préfèrent d'ailleurs utiliser leur Nintendo 3DS en 2D en raison de la fatigue visuelle engendrée. Pour autant s'il y a un avenir à la vidéo et au jeu en 3D, cela passera par une solution sans lunettes.

■ En relief sur plus d'un mètre

Le téléviseur de Toshiba est donc le premier à

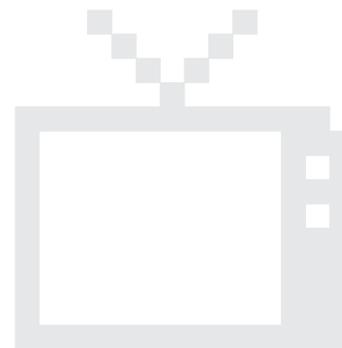
proposer cela dans une grande taille, 55 pouces ou 140 cm pour être précis, et nous avons pu l'essayer à la rédaction pendant quelques jours. Le fabricant japonais a dû faire appel à une technologie extrêmement sophistiquée pour qu'il soit possible de voir la 3D à plusieurs dans le salon (voir encadré sur le sujet). Avec neuf points de vue possibles, le téléviseur peut gérer jusqu'à cinq personnes assises à des endroits différents. Dans la mesure du possible, il vaut mieux qu'elles soient toutes à peu près à la même distance et à la même hauteur d'yeux. L'angle possible est d'au moins 30 degrés selon nos essais et la distance idéale est d'environ 3,5 mètres. Il est donc possible d'être par exemple à trois sur un canapé et deux autres spectateurs peuvent être assis sur des fauteuils attenants. Une fois tout ce petit monde installé, on appuie sur un bouton de la télécommande et la caméra intégrée analyse les positions pour adapter la diffusion. En haut de l'image apparaissent trois ronds. Celui du centre doit être double et les deux sur les côtés, simples. Si c'est ce que l'on voit, on est bien placé. Si on ne voit pas bien les cercles mais des flèches, il faut se déplacer légèrement de quelques centimètres jusqu'à ce que ce soit bon. Nous avons essayé avec des films Blu-ray 3D, en l'occurrence l'incontournable Avatar et un dessin animé (Monstres vs Aliens). A condition d'être bien placé, l'image est nette et il n'y a pas de dédoublement. En revanche dès que l'on s'écarte un peu, on ne perd pas la 3D mais les bords de l'image peuvent devenir flous, voire se dédoubler. S'il n'y a donc plus la contrainte des lunettes, celle de demeurer à peu près immobile persiste, ou du moins de réajuster la position de sa tête au cas où. Cela se fait cependant assez aisément et devient naturel avec le temps.

Dans Avatar, nous avons été agréablement surpris. Il y a un réel effet de profondeur et plusieurs plans distincts, même si on n'est pas au niveau de ce que l'on ressent avec des lunettes. De même, les jaillissements ne sont guère spectaculaires, particulièrement dans le dessin animé qui s'en sert massivement. Comme l'image en 3D n'est que HD-Ready en 720p, on aurait pu craindre une perte de détails et de finesse. Or à trois mètres de distance, il n'en est rien et on ne voit pas non plus le tramage. Au final, le système fonctionne donc parfaitement et il y a un réel effet 3D mais aussi des contraintes de placement et un relief moins spectaculaire qu'avec des lunettes. Mais quand on se souvient aux problèmes d'images fantôme sur les premiers écrans à lunettes actives, on peut se dire que pour une première, c'est vraiment réussi. Nous avons regardé une bonne heure d'affilé sans trop de soucis mais des sensations d'étourdissement apparaissent au bout de la projection.

■ La vidéo en très haute résolution

L'innovation ne s'arrête pas là sur ce téléviseur et on est presque tenté de dire que la dalle très haute résolution est plus prometteuse que la 3D. On l'a vu au CES de cette année, la 4k commence à être un sujet et plusieurs constructeurs de renom présentaient un prototype de téléviseur Quad-HD. On ne sait pas si c'est l'appellation 4k du cinéma ou Quad-HD par analogie au Full-HD qui s'imposera en tant que logo officiel, mais toujours est-il que la résolution de la dalle passe à 3840 x 2160 pixels. Pour que cela soit plus parlant et permette de mesurer le progrès accompli, il faut savoir que l'on





Toshiba montre, il est clair que c'est une des pistes d'avenir pour le téléviseur en général. Il existe d'ailleurs déjà un peu de contenu 4k accessible au public là où on ne l'attendait pas. YouTube propose déjà une telle qualité si on dispose d'une connexion rapide et d'un ordinateur muni d'un moniteur qui dépasse le Full-HD, ce qui est encore très rare. Il y a ainsi quelques vidéos disponibles en 2160p.

■ Une fenêtre sur le monde

Le 55ZL2 de Toshiba dispose donc d'une dalle 4k ou Quad-HD. Nous avons utilisé un générateur d'images à brancher en direct sur le téléviseur par un port spécial. Il contenait de nombreuses vidéos en 4k qui alternent gros plans et plans larges ainsi que différents sujets. Et la démonstration est vraiment impressionnante. La netteté donne l'impression de regarder la réalité à travers une fenêtre. Tout n'est pas parfait avec parfois un peu de grain résiduel sur les arrière-plans mais dans l'ensemble on est vraiment bluffé. Avant d'avoir eu ce téléviseur à l'essai, on avait déjà vu sur les salons de nombreuses démonstrations en 4k mais cela ne permet jamais de se faire une opinion. Ayant désormais vu la 4k dans des conditions réelles, on ne peut être qu'enthousiastes. C'est vraiment magnifique et apporte beaucoup à l'image. Ce n'est pas clinique pour autant, au contraire il y a plus de vie. C'est particulièrement vrai dans les plans larges avec beaucoup de détails. Sur les vidéos de démonstration, il y a par exemple une scène avec une cascade dans la jungle qui semble réelle tant les détails - des feuilles et de l'eau qui jaillit - sont restitués à la perfection. De même, la définition apporte du relief et même en 2D, on a l'impression d'avoir ajouté une dimension. En fait, c'est une toute nouvelle expérience bien plus immersive que ce que l'on a pu voir jusque-là. Il est évident que les films, les documentaires, les retransmissions sportives et même les spectacles y gagnent considérablement. Au-delà de la richesse des détails, on a l'impression de faire partie de l'image, d'être dans l'évènement.

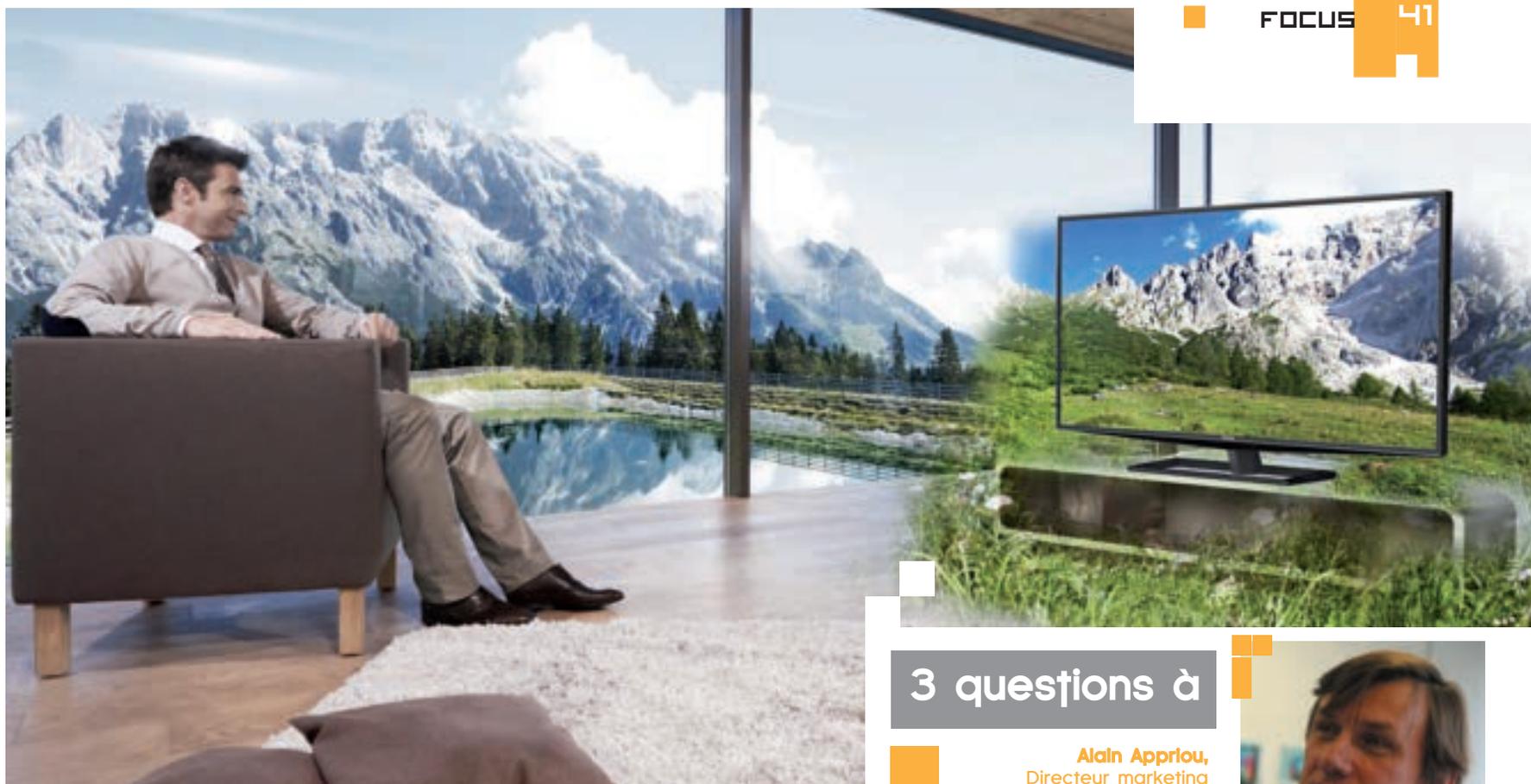
passé de deux millions de pixels pour une dalle Full-HD à huit millions sur du Quad-HD, soit effectivement quatre fois plus. C'est donc un gigantesque pas en avant pour la finesse et la richesse des détails. Bien entendu, c'est tout un processus qui s'amorce et on en est au même point que lorsque la HD a fait son apparition sur les salons hi-tech. Il n'y a pas de contenu ou du moins très peu et surtout aucun support pour diffuser des vidéos à une telle résolution. Pour autant, la position de départ est peut-être moins problématique que lors du passage à la HD. Si on part de la source, les films actuels sont déjà tournés en 4k lorsqu'ils sont numériques et sont de toute manière transférés sur un support 4k. Celui-ci est communément utilisé au cinéma aujourd'hui puisque c'est ainsi que sont équipés les cinémas numériques de dernière génération. En revanche pour la télévision, ce sera très long. Déjà que les chaînes n'ont même pas encore achevé le passage à la HD, il faudra compter dix ans avant de passer à la Quad-HD. Pour autant et comme pour la HD en son temps, il y aura des chaînes pionnières qui dépendent de la qualité d'image comme Discovery et National Geo. De même, les chaînes de cinéma pourront y passer plus vite car la matière est là. Vient ensuite le problème de la diffusion. En vidéo, il faut savoir que le HDMI actuel en 1.4 peut faire passer la Quad-HD, c'est déjà cela. De même, les formats existent. Le MKV du PC peut déjà monter au 4k. Le problème réside plutôt dans le stockage. Un lecteur optique Blu-ray

classique ne suffit apparemment pas. Il faudrait donc introduire un nouveau standard. Or à l'heure du passage au dématérialisé, il n'est pas sûr que cela fasse sens. On pourrait aussi imaginer le film sur une carte mémoire mais ce serait onéreux car il faut compter 25 Go au moins. Le plus probable sera donc la vidéo à la demande en direct ou en téléchargement. Cela oblige à son tour à installer de nouvelles infrastructures et surtout une liaison très haut débit. Ce dernier point est en marche dans notre pays puisque le déploiement de la fibre y est particulièrement rapide. On le voit, il reste du chemin à parcourir mais avec ce que l'écran de

■ Une technologie de pointe

Afin d'afficher du contenu 3D sans lunettes, il faut utiliser un réseau lenticulaire, qui permet d'afficher deux images légèrement décalées, une pour l'œil droit et une pour l'œil gauche ce qui génère la sensation 3D à l'écran. Le génie de Toshiba consiste à rendre ce réseau lenticulaire programmable grâce à deux matrices LCD, une pour l'image en 4k, l'autre pour rediriger son contenu selon neuf angles différents. Cela permet à cinq personnes de regarder en même temps. Afin d'améliorer les choses, une caméra observe le téléspectateur, en déduit sa distance à l'écran et adapte le réseau lenticulaire en temps réel pour que l'image lui parvienne dans les meilleures conditions et en 3D ! On peut donc se placer à neuf endroits différents dans la pièce, à condition d'être plus ou moins à la même distance du téléviseur. C'est la limitation du système. Alors que la 3D à réseau lenticulaire offre souvent une résolution limitée, le téléviseur Toshiba exploite une dalle 4k à l'origine qui permet de profiter du 720p en relief. Et en 2D, il est possible de visionner films et photos en 4k !





■ La photo ressuscitée

Il y a une autre application de la dalle 4k qui est plus immédiate et qui peut être appréciée dès maintenant, c'est la photo. En effet, c'est à ce jour la seule et unique solution pour voir ses photos dans une résolution supérieure à 2 Mpixels. Peu de gens s'en rendent compte, mais on gâche 80 % de la résolution de son appareil photo. Alors que tout le monde dispose d'un appareil 10 ou 12 Mpixels, ceux-ci ne servent à rien. Si on imprime ses clichés en 10x15 cm, au mieux la résolution à l'œil nu atteint 3 Mpixels. Si on utilise un téléviseur conventionnel ou un écran d'ordinateur, la résolution Full-HD offre au mieux du deux Mpixels. Les heureux possesseurs d'un iMac 27 pouces ont un peu plus de chance puisque la dalle 2560 x 1440 pixels permet d'afficher des clichés de 3,6 Mpixels. Sur l'écran 4k du Toshiba 55ZL2, les photos atteignent une définition effective de 8,2 Mpixels ! On découvre de nouveaux détails et le travail fait sur la profondeur de champ prend tout son sens. Là encore, la photo donne une impression de relief et de profondeur réelle. On a envie de toucher, tant les détails sont présents. Et que dire des couleurs ? La visionneuse photo offre un rendu saturé, très flatteur. C'est vraiment magnifique. Et ne croyez pas que nous exagérons sous l'effet de l'enthousiasme. Nous avons projeté des photos personnelles et tout le monde a été vraiment impressionné. En attendant l'arrivée de contenus vidéo en 4k, la photo reste donc la bonne surprise de ce téléviseur. Certes, c'est très cher pour un cadre photo géant mais le résultat est somptueux. De plus, il est très facile de transférer ses photos puisqu'il suffit de les mettre sur une clef USB qui se connecte à son tour sur le téléviseur.

■ Même en simple HD

En l'absence de contenu vidéo 4k, il y a aussi la solution de passer des Blu-ray en 2D et en Full-HD

que le téléviseur se charge de les mettre à l'échelle. Le résultat est très convaincant et le processeur Cevo fait des miracles. On n'a pas franchement l'impression d'être en face d'un film remis à l'échelle, même quand il s'agit d'Avatar. Au contraire, on gagne en netteté subjectivement, on a vraiment l'impression d'une meilleure qualité que sur un téléviseur Full-HD. Pour le jeu vidéo, le 1080p passe vraiment bien aussi même si l'image est un peu plus douce. L'écran ne semble pas forcément fait pour le jeu car la latence est élevée. Pour autant, on peut s'en contenter et la saturation des couleurs est vraiment belle. Pour la définition standard, en revanche, il ne faut pas en attendre des miracles. L'image est propre mais le bruit vidéo sur les arrière-plans est amplifié. La colorimétrie est en tous les cas parfaitement respectée. Plus généralement, ce téléviseur est bien réglé même si les couleurs ne sont pas toujours parfaitement justes. Le contraste est bon sans être exceptionnel mais la luminosité est élevée. L'image qui en résulte est flatteuse, un peu trop parfois. On n'est pas au niveau du ZL1 Cevo mais c'est tout de même très beau. Au final, ce téléviseur tient toutes ses promesses. A l'heure où l'avenir de la 3D est en question, même au cinéma, cet écran nous a surtout bluffés par sa résolution d'image tout à fait saisissante. Le passage du Full-HD au 4k est clairement plus impressionnant que celui du DVD au Full-HD. Nous sommes désormais convaincus de l'intérêt de la très haute résolution. Il ne reste plus qu'à attendre le contenu mais c'est très probablement l'avenir de la TV et de la vidéo. Et quant à la 3D, elle est confortable mais pas saisissante. C'est une première, ça fonctionne et c'est déjà un exploit.

3 questions à

Alain Appriou,
Directeur marketing
Toshiba Division DS



JDLI : Le 55ZL2 est au-delà du haut de gamme. Y a-t-il vraiment un marché pour ce type de produits, ou s'agit-il de montrer son savoir-faire et d'acquiescer une image prestigieuse ?

Alain Appriou : De par la technologie employée, le produit est positionné à un prix élevé ce qui est tout à fait habituel. Regardez les futures grandes tailles en OLED qui arriveront aussi aux alentours de 8 000 euros et rappelez-vous le prix des premiers plasmas ! Ils atteignaient 120 000 francs soit 20 000 euros. Il y a toujours une première typologie de clients pour ces produits : les fameux early adopters, les cadres supérieurs très aisés, les people... qui attachent beaucoup d'importance à posséder des produits qui les identifient socialement. Cette catégorie permet de valider l'intérêt du produit, du concept ou de la technologie et après avec la baisse des coûts, les prix baissent et les produits se démocratisent progressivement.

Quad-HD ou 3D sans lunettes. Quel est le meilleur axe de communication pour l'immédiat et pour l'image de marque ?

Ce sont deux technologies qui assurent au téléviseur Toshiba 55ZL2 une avance indéniable sur l'ensemble de la concurrence, et nous voulons mettre les deux en avant. La 3D sans lunettes pour le côté largement différenciant et avant tout le monde ; la Quad Full-HD pour le côté exceptionnel de la qualité d'image en 2D qui bouscule les standards actuels de la haute définition.

La 3D sans lunettes pour tous, c'est envisageable quand ?

Il est trop tôt pour statuer sur le sujet, comme toujours à ce stade de la vie d'une technologie, mais rien n'est inscrit dans marbre.





Les tablettes se démocratisent



Les tablettes ont convaincu, c'est certain. Avec trois millions d'unités prévues en 2012, c'est désormais un marché de volume sur lequel il faudra préserver la valeur tout en ayant une offre complète. L'enjeu d'une entrée de gamme qualitative est donc particulièrement importante. Par Stéphane Kauffmann et François Arias

Si l'IT a tiré son épingle du jeu en 2011, c'est en partie grâce aux tablettes. C'est devenu un marché de masse avec 500 000 ventes au mois de décembre dernier, soit plus que sur toute l'année 2010. Sur l'année, on aura écoulé 1,5 million de tablettes et GfK en prévoit trois millions en 2012. C'est donc un marché particulièrement prometteur et sur lequel aucun acteur majeur ne peut se permettre de faire l'impasse. Si



Acer Iconia Tab A200 Sans compromis

Avec l'A500 puis l'A100, Acer avait déjà proposé des tablettes offrant un bon rapport qualité/prix. Le constructeur taiwanais continue dans cette veine avec la A200, une vraie tablette Tegra 2 commercialisée à un prix serré. Pour passer sous la barre des 350 euros, Acer a bien dû économiser quelque part. Ainsi, la finition est plus plastique. Les matériaux restent toutefois de bonne qualité et l'assemblage est parfait. La prise en main est bonne, même si cette tablette est loin d'être la plus fine ou la plus légère. Cet embonpoint n'est pas entièrement négatif puisqu'il permet de caser une connectique fournie. On trouve ainsi un port USB host et un lecteur de cartes mémoires. Par contre, le HDMI a fait les frais des économies. L'écran de 10,1 pouces adopte la même résolution de 1280 x 800 points que la plupart des autres modèles de cette taille. L'image affichée est de qualité, avec notamment des angles de vision larges. Avec un Tegra 2 et 1 Go de mémoire vive, nous sommes en terrain connu. Les performances sont donc plus que correctes et il existe désormais un nombre décent de jeux capables d'exploiter le processeur. La A200 est équipée en Android 4.0 (Ice Cream Sandwich), soit la dernière version. Elle est donc de ce point de vue au niveau des meilleures. L'Acer A200 est le parfait exemple d'une tablette entrée de gamme qui ne fait aucun compromis sur la qualité, sur les performances et sur l'ergonomie. L'économie se fait par le recours à une technologie déjà éprouvée et par une finition moins élitiste.

- OS : Android 4.0
- Écran : 10,1 pouces 1280 x 800
- Processeur : Tegra 2 1 GHz
- Mémoire : 8 Go interne
- Connectivité : WiFi, micro-USB, prise casque, USB Host
- Dimensions / Poids : 260 x 175 x 12,4 mm / 720 grammes
- Autonomie : 8 heures

329 €



Motorola Xoom 2 Media Edition Retour gagnant

La Xoom première du nom avait été la première tablette Android 3.0 et elle bénéficiait d'une très bonne qualité de fabrication. Elle manquait toutefois d'intérêt à cause de son tarif élevé. Avec la Xoom 2, Motorola revoit notamment ce point. Pour autant, la finition est parfaite mêlant avec brio métal et plastique soft touch. C'est joli et très agréable à prendre en main, surtout vu la taille de l'écran (8,2 pouces) qui permet d'obtenir une tablette très légère (386 grammes). La dalle IPS offre une très bonne qualité d'image, avec un contraste très élevé et des couleurs plutôt justes pour une tablette. Les performances sont bonnes aussi avec un processeur double cœur cadencé à 1,2 GHz et 1 Go de mémoire vive. Le stockage se limitera aux 16 Go internes, aucun lecteur micro-SD n'étant présent. On retrouve une version trois d'Android qui se comporte bien. A noter que la mise à jour vers Android 4.0 a été annoncée. La Xoom 2 Media Edition est une tablette aux performances suffisantes qui se distingue par un poids réduit et un prix attractif au regard de la capacité.

- OS : Android 3.2
- Écran : 8,2 pouces 1280 x 800
- Processeur : Texas Instruments double cœur 1,2 GHz
- Mémoire : 16 Go interne
- Connectivité : WiFi, mini-HDMI, micro-USB, prise casque
- Dimensions / Poids : 216 x 139 x 8,9 mm / 386 grammes
- Autonomie : 6 heures

379 €



pour l'essentiel la valeur a été préservée jusqu'alors, il est évident qu'avec de tels chiffres l'offre va s'élargir et des tarifs plus abordables vont coexister avec le haut de gamme technologique. Pour autant, il faut absolument préserver la valeur en évitant à tout prix deux dérives bien connues du hi-tech : la dévalorisation de la technologie et une guerre des prix stérile qui au final dessert tous les acteurs. Pour cela,

l'entrée de gamme doit être qualitative sans intégrer les dernières technologies qui doivent maintenir la valeur. Et cela commence déjà par éviter les offres peu crédibles qui décevront le public tout en l'habituant à des prix qu'il ne sera pas possible de remonter. Si pour l'heure, les grands acteurs de la tablette ne semblent pas vouloir suivre ce chemin, un marché si juteux en apparence suscite évidemment des vocations, particulièrement chez ceux qui ont des habitudes de sourcing opportunistes.

Résister à l'appel du prix
Leur accorder de la place en linéaire est une erreur qui au final desservira tout le monde et en premier la distribution elle-même. Vendre sous sa marque une tablette inutilisable à un prix sacrifié, c'est se tirer une balle dans le pied ! De même, il faut éviter de céder à la tentation de référencer un prix seulement parce qu'il est bas. Il y a un seuil en-dessous duquel il ne faut pas aller, à la fois pour préserver la valeur, la technicité du produit, son aptitude à faire rêver et surtout éviter

la déception du consommateur. Ainsi, il faut bannir les écrans résistifs, ceux sur lesquels il faut appuyer pour valider l'action. C'est inutilisable dans les faits dès lors que la tablette sert à la consultation ce qui est un de ses usages fondamentaux. De même, un processeur simple cœur et dont la fréquence est basse (autour de 600 Mhz) sera à la peine dès qu'il s'agit de naviguer avec plusieurs onglets ouverts ou de lire une vidéo HD. Le jeu sera bien évidemment exclu. La configuration type d'une tablette entrée de gamme mais qualitative intègre un processeur suffisamment performant, de préférence double cœur et avec une fréquence de 1 GHz. Depuis que Nvidia a lancé son quadruple-cœur Tegra 3, le bon choix sera typiquement d'avoir recours au Tegra 2 qui suffit à la majorité des applications, sauf certaines vidéos en Full-HD. Ce sera également parfait pour le jeu. L'écran devra être capacitif et offrir une qualité d'image décente soit des couleurs à peu près justes et une bonne luminosité. Il s'agit typiquement d'une tablette dont le prix pourra se situer un peu sous



Acer Iconia Tab A100 Plus nomade

Une autre solution pour obtenir un prix moins élevé est de réduire la taille d'écran pour une tablette plus nomade. C'est ce que propose l'A100 d'Acer avec son écran de sept pouces. Techniquement pas de révolution, on retrouve le processeur Nvidia Tegra 2 accompagné par 512 Mo de mémoire vive. La capacité de stockage est de 8 Go mais un port micro-SD permet d'ajouter aisément de la capacité. La finition est irréprochable. La tablette adopte une couleur bleue agréable et elle est décorée de fins traits dorés. Elle est juste un peu lourde pour sa taille. Format plus compact oblige, on perd un peu de connectique par rapport à une 10 pouces. Restent en plus de la sortie audio un connecteur mini-HDMI et du micro-USB. Les performances sont logiquement dans la norme des tablettes Tegra 2, c'est à dire très correctes et vraiment bonnes pour les jeux. Petite taille oblige, la prise en main est excellente. Plus précisément, si les tablettes classiques de 10 pouces sont parfaites pour surfer au fond du canapé, elles sont peu pratiques en situation de mobilité. Des tablettes plus compactes comme celle-ci sont bien plus agréables à utiliser dans les transports. Leur taille et leur poids réduits font qu'elles sont manipulables aisément d'une seule main. L'A100 est une tablette plus nomade et moins chère que ses grandes sœurs, sans pour autant économiser sur l'essentiel avec des performances correctes et une bonne ergonomie.

- OS : Android 3.2
- Écran : 7 pouces 1280 x 800
- Processeur : Tegra 2 1 GHz
- Mémoire : 8 Go interne, lecteur micro-SD
- Connectivité : WiFi, micro-HDMI, micro-USB, prise casque
- Dimensions / Poids : 195 x 117 x 13,1 mm / 450 grammes
- Autonomie : 6 heures

239 €



Archos 101 G9 Turbo Performante

Contrairement à la grande majorité des fabricants de tablettes Android, le Français Archos n'a pas choisi d'aller se battre frontalement contre l'iPad d'Apple. Au contraire, la marque tente de proposer une entrée de gamme crédible. Annoncée initialement comme équipée d'un processeur à 1,5 GHz, la première G9 était sortie à 1 GHz. Cette version Turbo fait mieux avec 1,2 GHz mais la situation en devient un peu confuse. La puce double cœur est épaulée par 512 Mo de mémoire vive et 16 Go d'espace de stockage. A l'usage, la puissance n'est pas à remettre en question puisque l'Android 3.2 embarqué est fluide et agréable à utiliser. La prise en charge de la vidéo est d'ailleurs particulièrement bonne puisque tous les formats importants sont lus sans problème. Le design est plutôt quelconque et la finition passable. On remarque par exemple que les boutons ne sont pas toujours bien ajustés. La prise en main est bonne et le poids se situe dans la moyenne du format. L'écran affiche une luminosité trop faible et des angles de vision étroits. Les reflets sont particulièrement gênants dès qu'il y a une source lumineuse à proximité. C'est donc clairement là que le constructeur a fait des économies. Les connexions sont plus nombreuses que sur la plupart des tablettes concurrentes avec l'USB Host, le HDMI et un lecteur de cartes. La G9 Turbo ne manque pas d'arguments mais son écran en retrait représente une économie discutable.

- OS : Android 3.2
- Écran : 10,1 pouces, 1280 x 800 pixels
- Processeur : Texas Instruments double cœur 1,2 GHz
- Mémoire : 16 Go
- Connectivité : lecteur micro-SD, WiFi, micro-HDMI, micro-USB, gyroscope, accéléromètre
- Dimensions / Poids : 276 x 167 x 12,6 mm / 646 grammes
- Autonomie : 7 heures

349 €





■ ■ ■ les 300 euros mais pas en-dessous de 200. Pour descendre encore, les sacrifices à faire iront souvent au-delà du raisonnable. Si on peut baisser la capacité mémoire compensée par la présence d'un lecteur de cartes, la qualité d'écran et la puissance du processeur sont essentielles.

Des compromis

Reste le problème du système d'exploitation. En entrée de gamme, ce sera de l'Android, Apple n'ayant pas pour habitude de brader ses produits. Malheureusement, on trouve souvent encore de

l'Android 2 qui n'est pas du tout adapté à la tablette. Il sera difficile de l'éviter mais il faudra au moins qu'il y ait une surcouche qui rende la navigation plus ergonomique et que l'absence de marché applicatif officiel soit compensée. Pour autant, le magasin qui aura à cœur de satisfaire le client et d'éviter qu'il soit déçu par son achat ne proposera en entrée de gamme que de l'Android 3, première version dédiée aux tablettes et qui est équipée du marché applicatif officiel. Avec la version 4 qui va se généraliser en haut de gamme, il sera d'autant plus facile d'avoir du 3 en entrée de gamme. Au final, il y a deux solutions pour

démocratiser la tablette intelligemment et ne pas sacrifier la valeur. Les tablettes précédemment haut de gamme mais désormais dépassées par des composants plus performants peuvent être proposées à un prix plus attractif, d'autant plus que leur coût de développement a été amorti lors de la vente à prix premium. L'autre option est de créer une tablette prévue pour l'entrée de gamme en réalisant des économies sur les composants ou en réutilisant un châssis existant. Les deux solutions sont viables et devraient satisfaire le consommateur comme le magasin car la marge peut être préservée.

Les tablettes



Memup Slidepad 116c De l'espace à bas prix

■ Memup a fait le choix d'une tablette très abordable mais grand format. La finition est correcte mais sans plus. La tablette n'est pas la plus fine (15,6 mm) mais conserve un poids (680 grammes) raisonnable pour une 10 pouces. L'écran de 10,1 pouces (1024 x 600) manque de luminosité mais n'est pas trop sujet aux reflets. Les composants embarqués sont logiquement moins performants avec un processeur simple cœur à 1 GHz et accompagné par 512 Mo de mémoire vive. Par contre, la tablette est bien dotée d'un point de vue stockage avec 16 Go (8 interne et 8 sur une carte micro-SD fournie). La version d'Android choisie est la 2.3. Ce sera évidemment la principale faiblesse de cette tablette car elle n'est pas vraiment adaptée aux tablettes et il n'y a pas de marché applicatif, ce qui enlève une bonne partie de l'intérêt d'une tablette. Les performances sont correctes pour des applications basiques (mail, navigation...) mais s'effondrent dès que l'on aborde quelque chose de plus gourmand (jeu 3D, vidéo HD). L'autonomie est limitée aussi avec cinq heures sur une charge. Il n'y a donc pas de miracle. Dès que l'on flirte avec les 200 euros, il devient difficile de proposer une tablette qui satisfasse aux exigences minimales. Reste que pour un usage basique, l'ergonomie ne devrait pas décevoir ce qui fait qu'elle est utilisable au quotidien.

- OS : Android 2.3
- Écran : 10,1 pouces 1024 x 600
- Processeur : Cortex A8 1 GHz
- Mémoire : 8 Go interne, 8 Go dans le lecteur micro-SD
- Connectivité : WiFi, mini-HDMI, mini-USB, prise casque
- Dimensions / Poids : 266 x 164 x 15,6 mm / 680 grammes
- Autonomie : 5 heures

229 €



Viewsonic Viewpad 10 e Un parti pris

■ Plutôt connu pour ses écrans, Viewsonic fait une petite incursion dans le domaine des tablettes. Proposée à un prix abordable, elle n'est pas dénuée de qualités. La Viewpad est très fine (9,1 mm) et la finition est nettement au-dessus de ce que l'on trouve habituellement à ce prix. L'écran de 9,7 pouces (1024 x 768) est au même format 4/3 que l'iPad et la dalle IPS est de bonne qualité. Elle offre des images lumineuses et de bons angles de vision. Le processeur est un Cortex A8 simple cœur cadencé à 1 GHz qui accuse sérieusement son âge et montre rapidement ses limites. Pour la mémoire, on trouve 512 Mo mémoire vive et 4 Go pour le stockage. La Viewpad est aussi dotée d'un Android 2.2 antédiluvien et surtout peu adapté aux tablettes. La surcouche ViewScene 3D limite les dégâts mais l'expérience reste décevante avec un processeur qui montre souvent ses limites. Et il n'y a pas le marché applicatif officiel, juste une petite boutique propriétaire qui manque de contenu. Les choses devraient s'améliorer avec une prochaine mise à jour vers la version quatre mais le marché sera toujours absent. Enfin, l'autonomie est vraiment limitée avec un peu plus de quatre heures sur une charge. Pour le prix, c'est donc une belle tablette fine et dotée d'un bon écran qui devrait plaire en rayon mais qui risque de décevoir l'utilisateur à l'usage.

- OS : Android 2.2
- Écran : 9,7 pouces 1024 x 768
- Processeur : Cortex A8 1 GHz
- Mémoire : 4 Go interne, lecteur micro-SD
- Connectivité : WiFi, mini-HDMI, micro-USB, prise casque
- Dimensions / Poids : 188 x 2417 x 9,1 mm / 620 grammes
- Autonomie : 4 heures

249 €

Achèteriez-

VOUS

un livre

sans

couverture?



Atlas : nm 1. Étui pour Kindle avec extérieur en tissu et doublure en microfibre. 2. Sangle intégrée pour utiliser l'appareil d'une seule main. 3. Design chic et professionnel pour une protection renforcée. 4. Toutes les fonctionnalités de votre appareil restent accessibles.



Jurni : nm 1. Étui pour Kindle avec extérieur en nylon durable et tissu avec doublure en microfibre pour plus de protection contre les rayures et les chocs. 2. Fermeture zippée pour plus de sécurité et de protection. 3. Sangle intégrée pour utiliser l'appareil d'une seule main. 4. Poche extérieure zippée pour le rangement d'effets personnels tels que carte d'identité, cartes bancaires et espèces.



EcoVue : nm 1. Étui pour Kindle type livre avec extérieur robuste et doublure en microfibre douce. 2. Sangle intégrée pour utiliser l'appareil d'une seule main. 3. Support horizontal pour Kindle. 4. Un élastique pratique maintient la couverture ouverte ou fermée.

Atlas, Jurni & EcoVue

conçus pour couvrir et protéger votre Kindle.

▶▶▶ www.xtrium.com ◀◀◀

XTRIUM DISTRIBUE AUSSI EN FRANCE EDIFIER Comply Innergie JAYS MARWARE PHONAK RAZER

MARWARE The Leading Wave of the Mobile Community™

Microshell Folio : Protection intégrale de votre iPad 2 !

Mise en veille automatique
Sortie de veille automatique



MARWARE The Leading Wave of the Mobile Community™

Membranes : La Membrane pour iPhone 4/4S offre une protection avec seulement 0.3 mm d'épaisseur.





Philips 241P4QPY

■ Moniteur

Ce 24 pouces dispose d'une dalle AMVA vraiment performante. Le taux de contraste est exceptionnellement élevé avec un rendu des couleurs très satisfaisant aussi. Cet écran sera donc adapté à la photo. D'une manière générale, son ergonomie est exceptionnelle, la dalle pouvant se régler en hauteur et en inclinaison. La base est rotative et le mode pivot fait également partie de la panoplie standard. Avec une orientation très pro, la connectique n'est pas en reste. Le HDMI n'a pas été retenu au profit du Display port qui accompagne les habituelles prises DVI et VGA. Luxe ultime, un Hub USB quatre ports est accessible sur la tranche du moniteur. Côté design, c'est plutôt professionnel également. La coque grise est relativement passepartout mais l'adoption d'un rétroéclairage LED affine la silhouette. L'écran brille aussi dans les vidéos. Leur rendu est excellent, avec des couleurs très naturelles et une absence totale de fourmillements dans les ombres. Les angles de vision larges et le contraste affolant font le reste. Dans les jeux vidéo, c'est un peu moins bien. Si le système d'accélération fonctionne bien, on atteint 14 ms de latence ce qui n'est pas suffisant pour le joueur passionné. À noter également que la fonction PowerSensor éteint le moniteur dès que l'on s'en éloigne.

■ CARACTÉRISTIQUES

Technologie AMVA/LED, 24 pouces, résolution 1920 x 1080, latence 5 ms, contraste 20 000 000:1, luminosité 250 cd/m2, connectiques VGA, DVI, DisplayPort, hub USB

- CATÉGORIE Milieu de gamme
- CONTACT Philips, tél.: 01 47 28 10 00
- PRIX **300€**



Panasonic GX1

■ APN hybride

L'hybride Panasonic GX1 représente une montée en gamme par rapport au GF3. Le boîtier est un peu plus lourd mais conçu en magnésium plus résistant. La construction en métal est rassurante et la prise en main bien meilleure. L'écran devient également tactile et le capteur passe de 12 à 16 Mpixels. Pour l'interface, Panasonic a fait les choses intelligemment. L'écran est tactile mais cette fonction reste limitée au choix de la zone de mise au point. Pour les autres réglages, Panasonic fait confiance à des boutons mécaniques toujours plus pratiques. Le GX1 reste un appareil classique construit autour d'un capteur micro-4/3. La mise au point est vraiment rapide et surtout, elle n'est jamais prise en défaut même dans les conditions d'éclairage difficiles. En mode rafale, on monte à 4,2 images par secondes ce qui est amplement suffisant. On apprécie l'excellente dynamique qui conserve suffisamment de définition dans les zones sombres. Les images sont de bonne tenue, avec une réelle impression de netteté mais tout dépend de l'objectif choisi. La montée en sensibilité se passe bien aussi. Le constructeur annonce des valeurs jusqu'à 12 800 ISO en démarrant à 160 ISO. Les images sont de qualité jusqu'à 800 ISO avec une dégradation très contenue ensuite. Le 1600 est encore acceptable mais au-delà, c'est plus du sauvetage. Le Panasonic GX1 est aussi particulièrement doué pour la vidéo. Il filme en Full-HD AVC-HD à 25 images par secondes. Le résultat est vraiment satisfaisant, surtout quand on le couple avec le zoom motorisé.

■ CARACTÉRISTIQUES

Type hybride micro 4/3, capteur 16 Mpixels, vidéo 1920 x 1080 à 25i/s, écran 3 pouces tactile, facteur de conversion : 2, mémoire SD/SDHC/SDXC, 116 x 68 x 39 mm, 318 grammes

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Panasonic, tél.: 08 92 35 05 05
- PRIX **800€** (avec kit 14-42 mm motorisé)



Maxell Air Voltage

■ Chargeur sans fil

Rien de plus agaçant que de se prendre les pieds dans le fil du chargeur de son téléphone mobile ! Maxell propose une solution sans fil avec l'Air Voltage Wireless Qi. Il s'agit en fait d'un chargeur qui prend la forme d'un plateau et d'une coque pour iPhone 4. La technologie d'induction transfère le courant sans fil, tout comme sur les broches à dents électriques. Maxell emploie la norme Qi. Elle est reconnue par le Wireless Power Consortium (WPC) et plusieurs autres marques en font également partie. Le plateau de recharge peut donc théoriquement accueillir des appareils photo, des lecteurs multimédia ou des smartphones à ce standard. Mais pour le moment, les appareils compatibles sont encore très rares. Maxell a donc développé une coque pour iPhone 4 qui rend le téléphone compatible. Elle n'est pas des plus discrète avec environ 15 mm d'épaisseur et un petit centimètre de plus en longueur. Une fois en place, il suffit de poser le téléphone sur le plateau pour que la charge débute. Un voyant bleu sur le plateau indique que le courant passe. Pour économiser de l'énergie, le chargeur arrête automatiquement la recharge lorsque le téléphone est plein. Si la solution est élégante, le prix est tout de même élevé et la coque ajoute un embonpoint certain au téléphone.

■ CARACTÉRISTIQUES

Recharge sans fil pour iPhone, norme Qi, technologie par induction, plateau : 118 x 113 x 15 mm, coque : 125 x 64 x 15 mm

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Maxell, Web : www.maxell.eu
- PRIX **80€** chargeur / **50€** coque



Devolo dLan 500 AVtriple+

■ Adaptateur CPL

Devolo propose dans sa gamme CPL une nouvelle solution très pratique. Le kit dLan 500 AVtriple est composé d'une prise CPL 500 Mbits classique et d'une autre qui dispose de trois prises réseau. Il s'agit en fait d'un switch intégré. C'est l'accessoire idéal dans le salon. Elle pourra ainsi relier directement une box, une console de jeu et un téléviseur. Son encombrement est logiquement plus important, elle est même très imposante. Devolo a donc pourvu sa prise de deux contacts terre pour une insertion à l'endroit ou à l'envers. Les prises sont également pourvues de filtres pour limiter la perte de performance. En fonctionnement, la prise chauffe normalement sans excès. Sans activité CPL, elle se met en veille pour économiser l'énergie. Avec le débit théorique de 500 Mbits/s, on pourra faire transiter sans souci un flux vidéo en Full-HD.

■ CARACTÉRISTIQUES

Débit 500 Mbits/s, cryptage 128 bits AES, Gigabit Ethernet, 198 grammes, 105 x 60 x 75 mm

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Devolo France, tél.: 01 45 29 18 32
- PRIX **169,90€**





HP Folio 13

Ordinateur portable

HP lance son premier ultrabook avec ce Folio 13. Il ne s'inscrit pas dans la lignée des productions concurrentes avec une finesse moindre et un poids un peu plus élevé. De même, son châssis est en plastique mais la finition est irréprochable et le revêtement métal lui confère une allure sobre et sérieuse. D'ailleurs, il semble bien plus solide que les autres ultrabooks, notamment au niveau de l'écran, un point rassurant. Le Folio 13 se distingue aussi un clavier particulièrement confortable et rétro-éclairé, le rencontré sur un ultrabook à ce jour. Les performances sont bonnes aussi, en particulier grâce au SSD de 128 Go embarqué. Le Folio 13 se distingue aussi sur le plan de l'autonomie puisque nous avons dépassé les 7h30 en lecture vidéo. L'écran de 13,3 pouces est de bonne facture mais souffre du traitement brillant. Cet ultrabook Folio 13 n'est pas le plus fin mais il offre des prestations de haut niveau à un tarif abordable. A noter qu'une version pro intègre Windows 7 professionnel, une puce d'encryptage TPM et la garantie sur site.

CARACTÉRISTIQUES

Processeur Intel Core i5-2467M, mémoire vive 4 Go, écran 13,3 pouces LED (1366x768), puce graphique Intel HD 3000, SSD 128 Go, WiFi n, Bluetooth 3.0, 220,2 x 318,5 x 18 mm, 1,5kg

CATÉGORIE Haut de gamme

CONTACT HP, tél : 0 820 211 211

PRIX 899€

Shure SRH940

Casque audio

Le SRH940 est le nouveau modèle phare des casques audio Shure. Il s'adresse avant tout aux professionnels du son mais devrait également séduire de nombreux audiophiles par ses performances hors du commun. Le SRH940 est un modèle à oreillettes closes circum-auriculaires, conçu pour une utilisation en studio. Il propose une restitution sonore extrêmement précise et neutre. Pesant plus de 300 grammes, il n'est pas fait pour un usage nomade. Cependant, le SRH940 peut se replier à plat et sur lui-même de manière à faciliter son transport. Malgré son poids important, le SRH940 est très confortable à porter. Ses oreillettes ont des coussinets moelleux, elles ne serrent pas trop fort la tête et leurs articulations intègrent un système de ressort qui leur permet d'épouser parfaitement la forme du crâne. De plus, l'isolation phonique est correcte et permet d'utiliser le SRH940 dans un lieu bruyant. À l'écoute, la restitution sonore est hyper dynamique et percutante. Le SRH940 délivre une réponse en fréquence extrêmement large et procure une impression de puissance ébouriffante. Il est d'une transparence et d'une précision quasiment chirurgicales et donne à entendre le moindre détail d'un enregistrement ou d'un mixage. Le registre grave est particulièrement propre et tendu, tandis que l'aigu est très incisif. Au final, l'esthétique sonore est claire, l'image stéréophonique vaste et aérée, mais aussi parfaitement focalisée et la définition est poussée à son paroxysme.

CARACTÉRISTIQUES

Type clos, circum-auriculaire, transducteurs électrodynamiques de 40 mm, impédance 42 Ohms, sensibilité 10 dB/mW, réponse en fréquence 5 Hz à 30 kHz, 320 grammes

CATÉGORIE Haut de gamme

CONTACT Shure, tél.: 02 40 18 37 08

PRIX 250€

Sony Xperia S

Smartphone

Le Xperia S est le premier smartphone du constructeur nippon depuis le rachat de la division Ericsson. Ce modèle rompt avec la génération précédente et offre des lignes bien plus carrées pour un téléphone assez épais. La prise en main qui en découle n'est pas des plus confortables. Par contre le design est original et la finition sans faille. L'écran LED de 4,3 pouces est doté une résolution de 1280 x 720 pixels qui offre une densité jamais vue sur un smartphone. L'affichage surpasse sans peine celui de l'iPhone 4S et n'est dépassé que par les dalles OLED. D'un point de vue technique, le Xperia S est bien doté avec un processeur double cœur cadencé à 1,5 GHz et surtout de 32 Go de mémoire vive. L'autonomie est juste correcte avec une bonne journée d'utilisation sur une charge. Le capteur de 12 Mpixels produit de très bons clichés, nets et bien saturés. Du côté logiciel, il est dommage de retrouver un Android 2.3.8 plutôt que la version 4.0 (une mise à jour est toutefois prévue pour avril). Le Xperia S est donc un superbe photophone qui a pour seul vrai défaut sa prise en main un peu particulière.

CARACTÉRISTIQUES

Écran 4,3 pouces LCD, processeur Qualcomm double-cœur 1,5 GHz, mémoire 32 Go, capteur photo 12 Mpixels, Android 2.3.8, micro-USB, micro HDMI 128 x 64 x 10,6 mm, 144 grammes

CATÉGORIE Haut de gamme

CONTACT Sony, tél : 08 25 38 33 83

PRIX 500€

Acer Iconia Tab A200

Tablette

Avec cette A200 l'objectif d'Acer est de proposer une tablette performante et bien finie à un prix abordable. Pour cela, le constructeur a abandonné le métal utilisé sur l'A500 au profit d'une construction plastique. Toutefois, les matériaux sont de bonne qualité et l'assemblage est parfait. L'A200 est même plus réussie que sa grande sœur sur ces points. Cette tablette est loin d'être la plus fine ou la plus légère de sa catégorie, mais la prise en main est bonne même si le poids peut se faire sentir en utilisation à une main. L'écran de 10,1 pouces affiche une image de qualité avec notamment des angles de vision très larges. On note toutefois que les couleurs tirent légèrement sur le bleu. Avec un Tegra 2 et 1 Go de mémoire vive, on est en terrain connu pour les composants. Les performances sont donc plus que correctes, en particulier pour le jeu. L'A200 embarque Android 4.0 (Ice Cream Sandwich), la dernière version qui améliore nettement le confort d'utilisation général du système. L'Iconia Tab A200 est donc une tablette dotée de bonnes performances, d'une belle finition et du dernier logiciel disponible, le tout à un tarif très attractif.

CARACTÉRISTIQUES

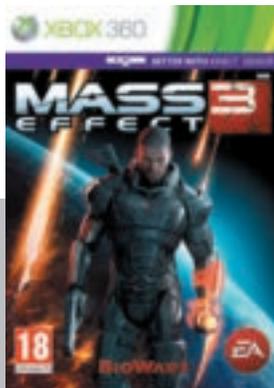
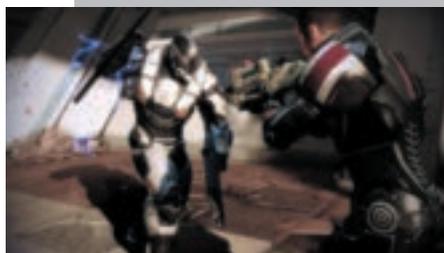
Écran 10,1 pouces, processeur Nvidia Tegra 2 double cœur 1 GHz, Mémoire 8 Go, WiFi n, micro-USB, micro-SD, 260 x 175 x 12,4 mm, 720 grammes

CATÉGORIE Milieu de gamme

CONTACT Acer, tél : 01 47 63 75 17

PRIX 329€

GUIDE
48 JEUX



Mass Effect 3

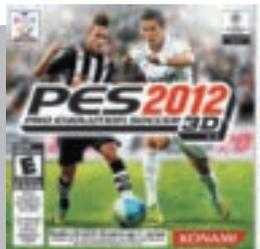
- **Action/rôle**
- **8 mars**

Après deux volets emblématiques, la saga spatiale de Bioware s'achève sur ce troisième opus qui voit l'action prendre place sur la planète Terre ! Le commandant Shepard et son équipe doivent en effet combattre la race des Moissonneurs qui s'attaquent à la planète bleue. Référence dans le domaine du jeu d'action/rôle, Mass Effect accueille avec ce dernier opus plusieurs nouveautés comme des fonctions multijoueurs ou encore de nouvelles possibilités de gameplay pour Shepard. A noter la compatibilité de la version Xbox 360 avec le capteur Kinect.

PLAN MARKETING

Electronic Arts annonce un dispositif massif incluant des spots TV (chaines hertziennes notamment) ainsi qu'une campagne en presse spécialisée. Des opérations sont également prévues sur Internet. Un partenariat a été passé avec Microsoft, avec des spots TV dédiés liés à la compatibilité Kinect. Des versions collector du jeu sont au programme.

- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Bioware
- **EDITEUR** Electronic Arts
- **DISTRIBUTEUR** Electronic Arts
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 4
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSTATÉ**
70€ (consoles)
50€ (PC) en versions standard



Kid Icarus Uprising

- **Action**
- **23 mars**

Apparu il y a bien longtemps sur NES, Kid Icarus fait son grand retour sur la console portable en 3D de Nintendo. Le titre se présente aujourd'hui comme un jeu d'action aérien dans lequel il s'agit de contrôler un ange surarmé luttant contre les armées successives de Medusa, reine de l'Au-delà à ses heures. Attendu comme l'un des titres les plus impressionnants de la console, le nouveau Kid Icarus sera compatible avec le Pad Circulaire Pro mais aussi avec un mini-support (fourni avec le jeu) permettant d'assurer un meilleur confort de jeu.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Project Sora
- **EDITEUR** Nintendo
- **DISTRIBUTEUR** Nintendo
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**
45€ environ



Pro Evolution Soccer 2012 3D

- **Simulation sportive**
- **8 mars**

La simulation footballistique de Konami revient sur Nintendo 3DS avec son lot de nouveautés comme une caméra de jeu inédite et surtout des contrôles possibles via l'écran tactile de la console (le Touch Control). Les amateurs de ballon rond retrouveront les différents modes de jeu de la série avec en tête de gondole la Champion's League et la Ligue des Masters. A noter que le titre est jouable à deux en local ainsi qu'en WiFi en ligne.

PLAN MARKETING

Outre les habituelles relations presse, des actions trade sont prévues (différentes mises en avant) ainsi de la communication sur Internet. De plus, des jeux concours seront aussi mis en place.

- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Konami
- **EDITEUR** Konami
- **DISTRIBUTEUR** Konami
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**
40€ environ



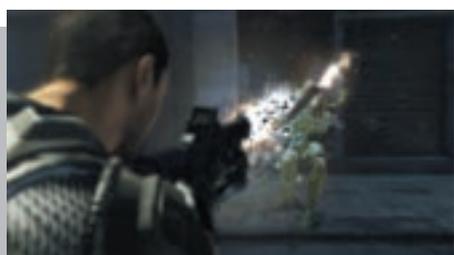
Binary Domain

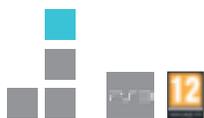
- **Action**
- **24 février**

2080. Alors que la Terre subit une invasion de robots, le joueur incarne Dan chargé de sauver la race humaine à l'aide de son escouade de « Soldats de la Liberté » et d'un arsenal qui s'annonce riche. Jeu d'action à la troisième personne, Binary Domain se distingue notamment par le fait de pouvoir donner des ordres à son unité par le biais de la reconnaissance vocale (avec un micro ou Kinect). Le jeu en équipe revêt donc ici une importance particulière, tout comme logiquement le multijoueurs.

PLAN MARKETING

- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Sega
- **EDITEUR** Sega
- **DISTRIBUTEUR** Sega
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**
NC





Saint Seiya

Les Chevaliers du Zodiaque :
La Bataille du Sanctuaire

■ **Combat**
■ **16 mars**

La fameuse licence des Chevaliers du Zodiaque débarque enfin sur une console actuelle. Comme son titre l'indique, le scénario prend place dans un lieu culte de la série : le Sanctuaire. Seiya et ses compagnons devront donc y affronter les Chevaliers d'Or des 12 maisons du Zodiaque dans un jeu de combat qui s'annonce spectaculaire. Deux éditions collector sortiront simultanément (voir news).

■ **PLAN MARKETING**

Misant sur la grande popularité de la série en France, Namco Bandai a présenté le titre au grand public dans trois salons parisiens (Paris Games Week, Japan Expo et Paris Manga & Sci-Fi Show). Côté média, deux partenariats avec les chaînes télé dédiées à l'anime japonais (Manga et Gong) sont prévus. Une campagne de pré-réservation a également été mise en place pour les différentes versions collector.

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Dimps

■ **EDITEUR** Namco Bandai

■ **DISTRIBUTEUR** Namco Bandai

■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** NC

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

60€ environ



The Darkness 2

■ **Action**
■ **Disponible**

Cinq ans un premier volet qui avait constitué une bonne surprise, 2K Games propose une suite à The Darkness. On reste dans le domaine du jeu d'action en vue subjective avec cette suite où l'on retrouve un héros possédé par la force ancienne du Darkness. Après avoir vengé la mort de sa petite amie dans le premier jeu, le personnage principal va devoir affronter la force qui sommeille en lui. Dans le domaine du FPS, The Darkness 2 se distingue par son gameplay où le joueur utilise des armes traditionnelles dans ses deux mains... et peut aussi avoir recours à des tentacules pour saisir et entailler ses adversaires. Basé sur un comics du même nom, le jeu met en scène un univers particulièrement sombre et violent.

■ **PLAN MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Digital Extremes

■ **EDITEUR** 2K Games

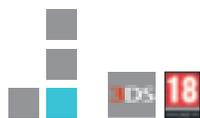
■ **DISTRIBUTEUR** Take Two Interactive

■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

65€ environ



Metal Gear Solid

Snake Eater 3D

■ **Action/Infiltration**
■ **8 mars**

Sorti initialement en 2005 sur PlayStation 2, l'épisode Snake Eater de la saga Metal Gear fait son retour en version relief sur Nintendo 3DS. Ce volet prend place en pleine Guerre Froide durant les années 60. Dans la jungle soviétique, il s'agira de libérer un scientifique prisonnier. Infiltration, dissimulation et combats rapprochés sont au menu. Cette version apporte quelques « plus » comme la gestion du gyroscope de la machine ou encore la possibilité de scanner de véritables objets pour créer des tenues de camouflage dans le jeu. Le titre est compatible avec l'accessoire Pad Circulaire Pro.

■ **PLAN MARKETING**

Konami annonce une campagne en presse spécialisée. En magasins, l'éditeur prévoit des actions trade, animations, un programme de réservation en catalogues, des outils de PLV... Des jeux concours sont notamment prévus sur Internet. Une démo jouable du jeu est disponible en téléchargement sur la boutique en ligne de Nintendo.

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Konami

■ **EDITEUR** Konami

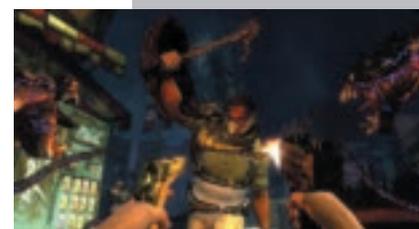
■ **DISTRIBUTEUR** Konami

■ **NOMBRE DE JOUEURS** 1

■ **JEU EN LIGNE** 1

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

40€ environ



Fifa Street

■ **Simulation sportive**
■ **15 mars**

La franchise leader de la simulation footballistique descend dans la rue avec cette déclinaison urbaine. Conçu chez EA Canada (comme Fifa 12 dont il a hérité du moteur graphique), Fifa Street présente un concentré de stars du ballon rond qui vont s'affronter à grand coups de gestes techniques (plus de 50 inédits) dans des lieux différents, depuis les rues d'Amsterdam jusqu'aux plages de Rio de Janeiro. A noter qu'EA va lancer simultanément à la sortie du jeu un réseau social

dédié, le Réseau Street, qui permettra aux joueurs de partager leurs vidéos et autres « tricks », ou encore suivre la progression des autres utilisateurs.

■ **PLAN MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** EA Canada

■ **EDITEUR** Electronic Arts

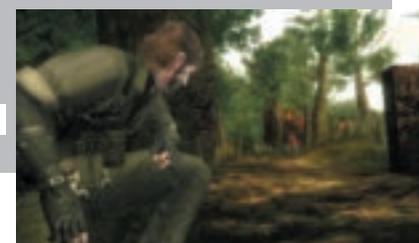
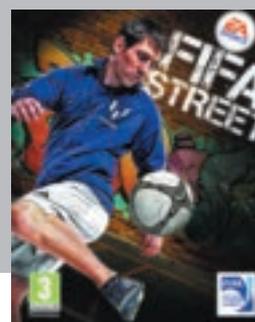
■ **DISTRIBUTEUR** Electronic Arts

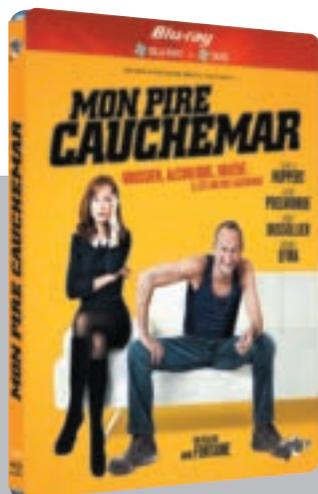
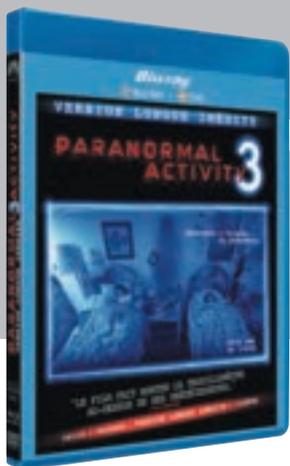
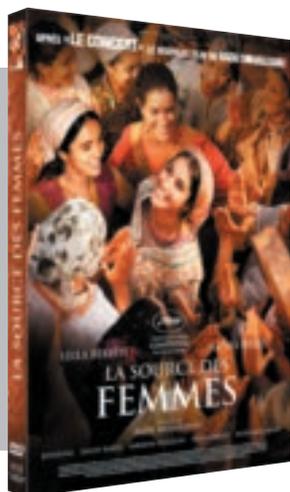
■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

70€ environ





Duo aux antipodes Mon Pire Cauchemar

■ Comédie
■ 14 mars

Réunissant Isabelle Huppert et Benoît Poelvoorde, le film a été repositionné par rapport à sa sortie en salles en retravaillant le visuel pour mettre plus avant le côté comédie populaire avec Poelvoorde qui fait son grand retour dans un personnage boute-en-train. L'éditeur veut également insister sur le côté politiquement incorrect et irrévérencieux du film avec une nouvelle accroche : « *Grossier, alcoolique, obsédé : il est son pire cauchemar* ». Ce film d'Anne Fontaine (Entre ses mains) a réalisé 767 000 entrées.

■ MISE EN PLACE
35 000 exemplaires (DVD), 5 000 exemplaires (Blu-ray)

■ PLAN MARKETING
Ciblant les 25-39 ans, amateurs de comédies, le film bénéficie de 150 000 euros en TV TNT (la semaine de la sortie) avec un partenariat avec NRJ12.

■ EDITEUR Pathé
■ DISTRIBUTEUR Fox Pathé Europa
■ PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray)

Plaidoyer féministe La Source des Femmes

■ Comédie dramatique
■ 7 mars

Reconnu pour Le Concert et Vas, Vis et Deviens, le réalisateur Radu Mihaileanu relate dans La Source des femmes la rébellion d'une jeune mariée contre la corvée d'eau qu'imposent les hommes à la gent féminine dans un petit village d'Afrique du Nord. Elle propose aux femmes de faire la grève de l'amour tant que les hommes n'apportent pas l'eau. Ce film, présenté au Festival de Cannes, marque la rencontre de deux espoirs féminins, Leïla Bekhti (Tout ce qui brille) et Hafsia Herzi (La Graine et le mulet). Il a totalisé 600 000 entrées en salles.

■ MISE EN PLACE
25 000 exemplaires.

■ PLAN MARKETING
Le film est soutenu par une campagne TV sur France Télévision, un partenariat avec Téva, un partenariat radio avec Chérie FM et un partenariat presse avec Questions de femmes.

■ EDITEUR France Télévisions Distribution
■ DISTRIBUTEUR Sony Pictures Home Entertainment
■ PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray)

Histoire de famille Les Adoptés

■ Drame
■ 27 mars

L'actrice Mélanie Laurent passe derrière la caméra tout en restant devant et réalise avec Les Adoptés un premier film personnel, sensible et attachant. Elle dépeint avec une justesse une famille de femmes bouleversée par l'accident qui plonge une des filles dans le coma. Clémentine Célerié et Marie Denarnaud complètent le casting de ce film qui n'a pas vraiment trouvé ses spectateurs en salles avec 174 000 entrées. La sortie vidéo est l'occasion de lui redonner une deuxième chance auprès du public. À découvrir !

■ MISE EN PLACE
8000 exemplaires (DVD), 2000 exemplaires (Blu-ray)

■ PLAN MARKETING
Des pages de pub et un partenariat dans 20 minutes ainsi qu'un partenariat avec Téva sont les atouts promotionnels du titre.

■ EDITEUR StudioCanal Vidéo
■ DISTRIBUTEUR Universal StudioCanal Vidéo
■ PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray)

Un étrange phénomène Paranormal Activity 3

■ Horreur
■ 7 mars

Avis aux amateurs de sensations fortes ! Ce nouveau volet est un prequel et revient sur les jeunes années de Katie et de sa sœur Kristie, victimes de phénomènes paranormaux. Cet épisode aux sources de l'angoisse révèle un secret de famille particulièrement troublant. Ce troisième long métrage renouvelle les sensations fortes, joue sur une atmosphère pesante et une tension permanente. Sorti en octobre dernier, le film a terrorisé 807 000 spectateurs.

■ MISE EN PLACE
Non communiquée

■ PLAN MARKETING
Plusieurs partenariats mettent en avant le titre : site de VOD de TF1, homepage de Excessif et de WAT, jeu concours sur Fun Radio. Par ailleurs, des sms sont envoyés aux abonnés de M6 mobile pour annoncer la sortie et un jeu concours.

■ EDITEUR Paramount Home Entertainment
■ DISTRIBUTEUR Paramount Home Entertainment
■ PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray)

Faites-le glisser,
il numérise.



Numérisez

Des livres, des magazines
N'importe quel document !

Convertissez, éditez et compressez

Des fichiers texte
Des fichiers au format PDF
A l'aide du compresseur d'images : iHQC™

DISTRIBUTEURS OFFICIELS

Apacabar • Computer Unlimited France • Ingram Micro France •
Noriak Distribution • Tech Data France
Réf. I.R.I.S. : 7650104573684



Vidéo



Catalogue

IRIScan™ Book 2

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

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

pour Windows® et Mac®



www.irislink.com/iriscanbook

J120220-1

HP recommande Windows® 7 Professionnel.



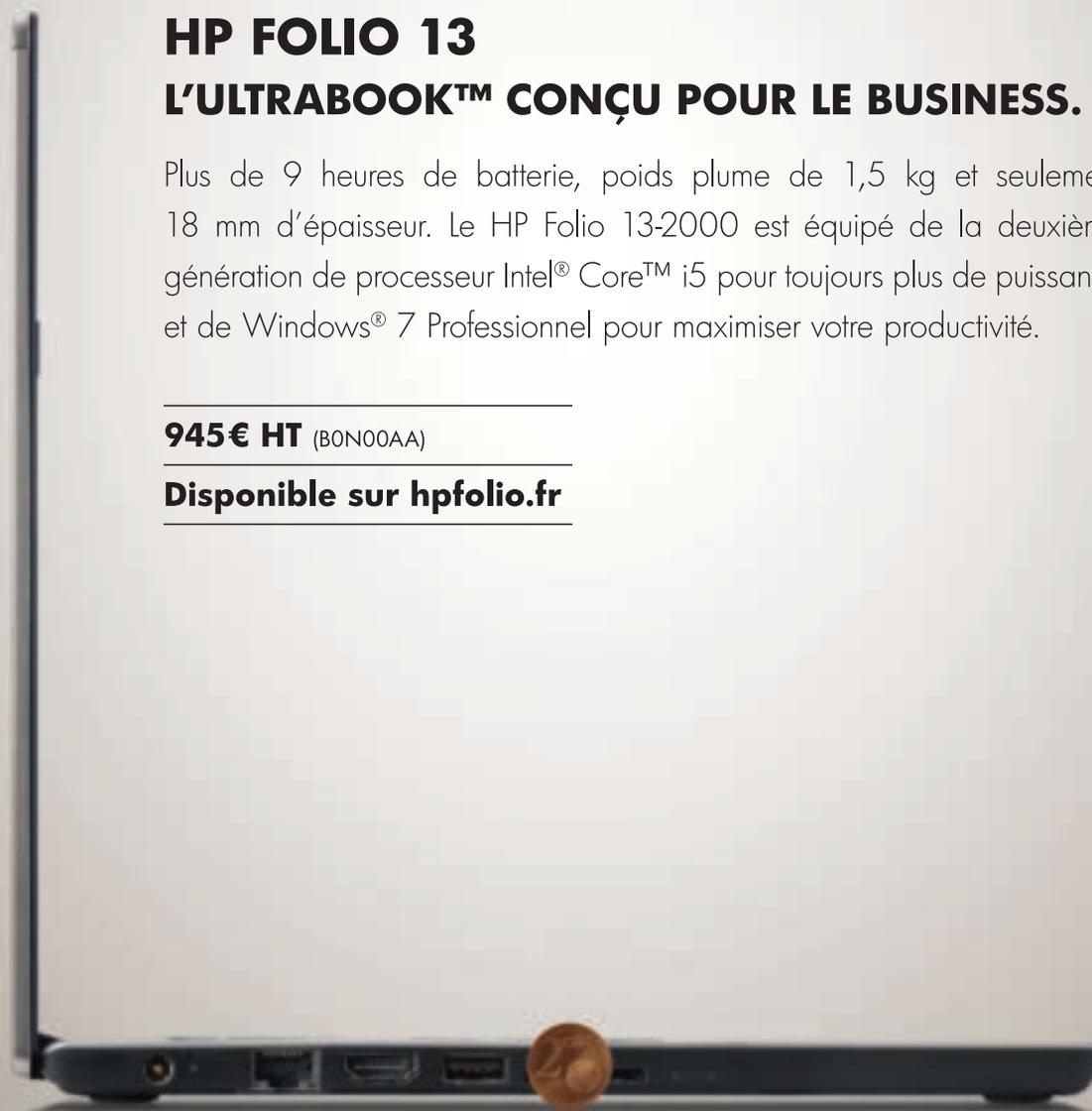
la meilleure
autonomie
de tous les Ultrabook™

HP FOLIO 13
L'ULTRABOOK™ CONÇU POUR LE BUSINESS.

Plus de 9 heures de batterie, poids plume de 1,5 kg et seulement 18 mm d'épaisseur. Le HP Folio 13-2000 est équipé de la deuxième génération de processeur Intel® Core™ i5 pour toujours plus de puissance et de Windows® 7 Professionnel pour maximiser votre productivité.

945€ HT (B0N00AA)

Disponible sur hpfolio.fr



Taille réelle

Everybody On* 

* Tout le monde maintenant. ©2012 Hewlett-Packard Development Company, L.P. Tous droits réservés. La durée de vie de la batterie varie en fonction du modèle, de la configuration, des applications utilisées, des caractéristiques, de l'usage, de l'utilisation du wi-fi et de la gestion de l'énergie. La capacité maximale de la batterie diminue naturellement avec le temps et l'usage. Consultez les références MobileMark07 sur www.bapco.com/products/mobilemark2007 pour plus de détails. Les informations contenues dans ce document sont sujettes à modifications sans préavis. Microsoft et Windows 7 sont des marques déposées du groupe d'entreprises Microsoft. Intel, le logo Intel, Intel Inside, Intel Core, Intel Core Inside et Ultrabook sont des marques déposées d'Intel Corporation aux Etats-Unis et/ou dans d'autres pays.