Projet2:Mise en page 1 11/06/2012 14:10 Page 1

JDLi
4,50€
Le Journal Des Loisirs Interactifs
www.jdli.com
N°220 / 15 juin 2012

Anyway you want to play*

Découvrez les hits de cette fin d'année

*Jouez comme vous voulez

Les 4 titres qui vont

FIFA 13

Le meilleur jeu de foot de tous les temps retranscrira toute l'intensité de ce sport avec une perfection encore jamais atteinte !

Genre : Sport
Supports :
PS3, PSP, Vita, PS2, X360, Wii, 3DS et PC
Jeu en ligne : Oui
Date de sortie :
27 septembre 2012

DES DRIBBLES PLUS EFFICACES

Changez de rythme pour troubler l'adversaire, tricotez pour le provoquer… Les nouveaux dribbles ont été inspirés par Messi, le nouveau parrain du jeu.

DES CONTRÔLES PLUS PRÉCIS

Laissez-vous bluffer par le réalisme des collisions (coup d'épaule, obstruction…) et des contrôles (leur qualité dépendant du joueur, du contexte…).

DES MODES PLUS COMPLETS

Outre un mode Carrière remanié, retrouvez une foule de nouveautés pour l'EA SPORTS Football Club mais aussi pour les populaires Saisons Face-à-face.

© 2012 Electronic Arts Inc. Tous droits réservés. Toutes les marques commerciales appartiennent à leurs propriétaires respectifs.
Produit officiel sous licence de la FIFA." © Le logo FIFA Brand OLP est un copyright et une marque commerciale de la FIFA. Tous droits réservés."
Fabriqué sous licence par Electronic Arts Inc. *CONNEXION INTERNET CONNECTION requise pour le jeu en ligne.

MEDAL OF HONOR WARFIGHTER

Ce nouvel épisode vous fera vivre la guerre sous plusieurs angles, celui des soldats, au cœur de l'action, et celui de leur famille, loin du front.

Genre : FPS
Supports :
PS3, Xbox 360 et PC
Jeu en ligne : Oui
Date de sortie :
25 octobre 2012

DU MONDE RÉEL AU VIRTUEL

Intégrez le Tier 1 lors d'une traque qui vous emmènera sur des conflits réels (otages aux Philippines, pirate en Somalie…) et loin du front, au milieu des civils !

ESPRIT DE CORPS… ET D'ÉQUIPE !

Pour la première fois, découvrez un jeu d'équipe avec des unités issues de plusieurs pays, comme les SAS britanniques, les KSK allemands, le GROM polonais…

INTENSITÉ ET AUTHENTICITÉ

Grâce au moteur Frostbite 2, vivez une expérience authentique dans les rangers de soldats d'élite, avec un armement high-tech pour le moins explosif !

© 2012 Electronic Arts Inc. Tous droits réservés.
Toutes les marques appartiennent à leurs propriétaires respectifs.
*CONNEXION INTERNET CONNECTION requise pour le jeu en ligne.

Activez dès maintenant la mise via votre contact

booster vos ventes !

NEED FOR SPEED MOST WANTED

Semez les flics et dominez vos amis lors de rodéos aussi dangereux qu'excitants. Avec pour but de devenir l'ennemi public n°1 !

Genre : Course
Supports :
PS3, Xbox 360 et PC
Jeu en ligne : Oui
Date de sortie :
2 novembre 2012

UNE VILLE TOTALEMENT OUVERTE

Raccourcis cachés, changement de voiture, accès aux planques... Tout est bon pour semer la police, défendre votre liberté… et votre réputation !

LE MONDE EST À VOUS

Restez connecté avec vos amis grâce à l'Autolog 2 qui leur enverra en temps réel vos exploits, et grâce à un mode multijoueur accessible à tout moment !

AUSSI REALISTE QUE DEJANTE !

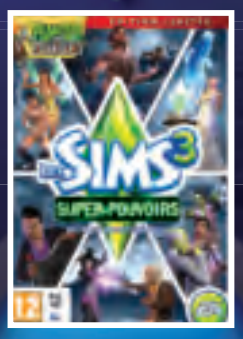
Ce nouvel épisode mêle à la fois le réalisme d'un NFS et l'agressivité du pilotage d'un Burnout. Quoi de plus logique puisque le studio n'est autre que Criterion !

© 2012 Electronic Arts Inc. Tous droits réservés. Toutes les marques commerciales appartiennent à leurs propriétaires respectifs.
Need for Speed et le logo en «N» sont des marques commerciales ou des marques déposées d'Electronic Arts Inc. aux États-Unis et/ou dans d'autres pays.
*CONNEXION INTERNET CONNECTION requise pour le jeu en ligne.

Les SIMS 3 SUPER-POUVOIRS

DISQUE ADDITIONNEL*

Donnez à votre vie un tout autre sens ! Un sixième sens même, avec ce disque additionnel* mêlant magie et mystère et opposant le Bien et le Mal. Non sans humour !



Genre : Simulation
Supports :
PC et Mac
Jeu en ligne : Oui
Date de sortie :
6 septembre 2012

ZOMBIE, VOUS AVEZ DIT ZOMBIE ?

Histoire de coller avec le style gothique de ce disque additionnel, concoctez un élixir spécial pour transformer en zombie vos amis et ennemis !

L'INFLUENCE DE LA PLEINE LUNE

Les nuits de pleine lune, découvrez des aptitudes inédites et, en étant sensible à cet astre, profitez de vos super-pouvoirs pour connaître le succès !

DES SIMS HORS DU COMMUN

Magicien, sorcière, fée, vampire, loup-garou… Avec un voisinage aussi délirant, le train-train quotidien risque fort de dérailler à Moonlight Falls.

en place des pré-réservations commercial habituel !

© 2012 Electronic Arts Inc. Electronic Arts, EA et le logo EA, Les Sims, le logo Les Sims 3 et le prisme Les Sims sont des marques commerciales ou des marques déposées d'Electronic Arts Inc. aux Etats-Unis et/ou dans d'autres pays. Tous droits réservés. Toutes les autres marques commerciales appartiennent à leurs propriétaires respectifs. Tous droits réservés. *JEU DE BASE LES SIMS 3 requis pour profiter du disque additionnel.

EA_2012_2p_JDU.indd 3 11/06/2012 14:48:01

JDLI220-P04-Une-BAT:JDLI 11/06/2012 16:34 Page 4

La PS Vita
moins chère pour les vacances

A compter du 1er juin, la dernière-née des consoles portables de Sony profite d'une offre de remboursement de 50 euros. Cette offre de remise, qui concerne les deux modèles « nus » (donc hors packs avec des jeux ou accessoires) de la machine (WiFi et WiFi/3G) aura cours jusqu'au 15 juillet prochain. L'objectif affiché par le constructeur est bien évidemment de profiter de la « période clé de départ en vacances », particulièrement porteur pour le secteur des consoles portables. « *Plus de 1,8 million (de consoles) ont été commercialisées dans le monde depuis son lancement* », souligne Philippe Cardon, Vice-Président de SCE Europe. « *Avec cette offre, nous souhaitons la rendre encore plus accessible au plus grand nombre à l'approche des grandes vacances* ».
Le fabricant souligne que la console affiche actuellement un catalogue de « plus d'une cinquantaine de jeux » dont deux nouveautés prévues sur la période (Resistance : Burning Skies le 1er juin et Gravity Rush le 13 juin).

Biens d'équipement : mauvais début d'année

Le marché des biens d'équipement ne peut pas se targuer d'être une exception en cette première partie de l'année 2012. A l'instar du marché automobile ou même de l'immobilier, il connait un début d'année difficile, avec un recul de son chiffre d'affaires de 7,5 % au premier trimestre. Dans le détail, la situation est même franchement mauvaise pour l'EGP, la photo et la micro-informatique.

La domotique via SMS

Avec MyPlug, Orange veut lancer une nouvelle prise électrique capable de contrôler l'appareil sur laquelle elle est branchée. Baptisée My Plug, celle-ci vous permet via un échange de SMS d'allumer ou d'éteindre un appareil, de constater son état d'utilisation (et donc de vérifier si quelqu'un chez vous allume la lumière en le branchant sur une lampe). Vous pouvez aussi y appairer un porte-clé pour piloter la prise chez vous. Le tout ne coûte que… 79,99 euros pour une prise, un porte-clé et trois ans de SMS illimités vers celle-ci.

Internet : vers un embouteillage ?

D'après une étude de l'équipementier réseau Cisco, le trafic sur Internet va être multiplié par quatre d'ici à 2016, pour dépasser 1,3 zetta-octets (1 zetta-octets = 2^{70} octets…) de données échangées par an. Pourquoi un tel engouement ? Tout simplement parce que les appareils connectés au Web se sont multipliés. Après les ordinateurs et les téléphones, c'est désormais le tour des tablettes, des consoles de jeux, des télévisions, mais également d'autres objets : caméra de vidéo-surveillance, compteurs électriques, automates bancaires, etc… L'Internet des objets est plus discret que l'Internet humain, mais tout autant bavard.

Surcouf : Le bateau coule

Le groupe de distribution hi-tech Surcouf est désormais à vendre. Son propriétaire, Hugues Mulliez, un des nombreux membres de l'Association familiale Mulliez (AFM) qui contrôle des enseignes comme Auchan, Cultura ou Boulanger, espérait pouvoir céder trois des six magasins afin de faire rentrer des liquidités, mais il n'y est pas parvenu. « *Malgré de nombreux contacts et échanges avec de potentiels repreneurs, le délai court imparti et la complexité des cessions de baux n'ont pas permis de répondre à nos attentes notamment en terme de préservation d'emplois* », plaide-t'il. Il cherche donc désormais un repreneur pour l'ensemble, c'est-à-dire notamment six magasins physiques et un site marchand. En 2010, sur 160 millions d'euros de chiffre d'affaires, le groupe en a perdu 20.

PRÉSENTÉ PAR | Innergie | RAZER | JAYS | EDIFIER

COLLECTION

MedPi 2012

Spinnaker

Nous avons le plaisir de vous présenter les modèles ayant retenu votre attention lors de notre défilé 2012 tel que le Spinnaker, la nouvelle égérie sonore d'Edifier, le a-JAYS One+, casque nomade venu tout droit de Suède pour l'évènement ou encore la Naga Hex Wraith Red de Razer vêtue de sa nouvelle robe rubis prête à faire des ravages.
Et pour finir le PocketCell et son Magic Câble Trio d'Innergie, vous offrant son tout dernier modèle nup–tial...
Mais surtout un grand merci à tous nos partenaires et à toute l'équipe technique pour la chorégraphie, le son, les lumières, le timing...

À l'année prochaine !

Rejoignez-nous sur facebook pour suivre toute notre actualité : http://www.facebook.com/pages/XTRIUM/153839798012706

DISTRIBUÉ EN EXCLUSIVITÉ PAR

XTRIUM

www.xtrium.com

SOMMAIRE

6

JDLI 220

15 JUIN 2012

MARCHÉ

8 **News**

10 **Focus : Cloud Gaming**
Bouygues Telecom se lance

12 **Interview : La Semaine du Jeu Vidéo**
Jean-Pierre Abidal, Cofondateur de La Semaine du Jeu Vidéo

14 **Salon : MedPi 2012**
Innovation vs crise

SOFTWARE

34 **News**

38 **Focus : Fifa 13**
Plus réaliste et plus joueur

40 **Focus : Travian Games**
Travian Games déroule sa stratégie

HARDWARE

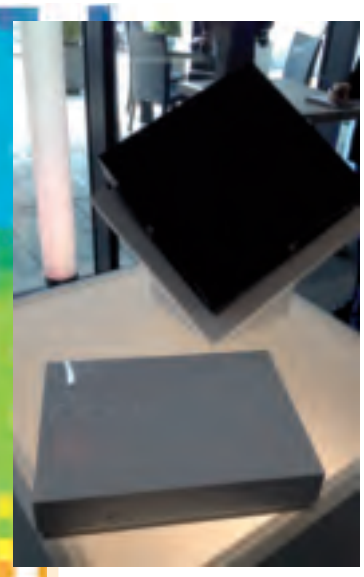
42 **Interview : SMS Audio**
Les casques de 50 Cent

44 **Panorama : Ultrabooks**
La maturité

GUIDES

48 **Jeux vidéo**

50 **DVD vidéo et Blu-ray**



10

Cloud Gaming : Bouygues Telecom se lance

Le 24 mai, Bouygues Telecom organisait une conférence dans ses locaux près de Paris pour présenter dans le détail la nouvelle Bbox Sensation, attendue pour le 18 juin. Nouveau matériel, nouvelle interface mais surtout nouvelles fonctionnalités sont au programme dont un tout nouveau service de jeux vidéo en streaming permettant de profiter de plusieurs dizaines de titres contre un abonnement mensuel.

14

MedPi 2012 : Innovation vs crise

Malgré un début d'année catastrophique pour l'industrie, le salon monégasque a laissé entrevoir de l'optimisme avec l'arrivée futur de Windows 8, la fusion annoncée de la tablette et de l'ordinateur, le boom du marché de l'audio, le retour en forme de la photo mais aussi l'enthousiasmant marché de l'accessoire.

44

Ultrabooks : La maturité

Finesse, légèreté et réactivité sont les maîtres mots de cette nouvelle catégorie d'ordinateurs portables. L'ultrabook doit donc avant tout redonner de la valeur au marché IT. Pour cela, il faut aussi qu'il puisse cibler un large public avec désormais des diagonales et aussi des niveaux de gamme plus variés.

JDLI

le Journal Des Loisirs Interactifs

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

Directeur de la publication
Laurent Guerder

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

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

A collaboré à ce numéro :
Marie-Sylvie Maufus, Isabelle Boucq

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

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

MAQUETTE
Directrice Artistique
Anastasie Babic
anastasie@microscoop.com

Rédacteurs graphistes
Benoît Maurice
Christophe Monfort

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

Site Web : www.jdli.com

Principaux actionnaires :
Stéphane Kauffmann et Laurent Guerder
Imprimé par lapca
83 490 Le Muy
ISSN : 1633 - 7123
Dépôt Légal : A parution

Prix de l'abonnement :
22 numéros pour 1 an pour la France Métropolitaine : 79 euros.
Prix de l'abonnement pour l'étranger : nous consulter.

L'envoi de tout texte, photo ou document implique l'acceptation par l'auteur de leur libre publication dans le journal. Les marques citées par le JDLI le sont dans un but informatif. Crédits et copyright DR : Tous droits réservés.

Projet1:Mise en page 1 03/04/2012 15:54 Page 1

Un nouveau concept de télévision

Smart TV

Série NPG Smart TV LED 32"/40"/42"

La nouvelle gamme de Téléviseurs Connectés Smart TV de NPG, permet d'accéder à des centaines d'applications à travers le téléviseur. Accès immédiat à Internet, réseaux sociaux, vidéos, mes favoris, mes infos.... Et une grande variété d'applications et des contenus adaptés à votre téléviseur.

LED · WEB TV · DVB T · HD TV 1080p · HDMI · DOLBY · REC · Time Shifting · friendly · Media Player · MKV H264

Série STB Android TV

Vous pouvez transformer n'importe quel téléviseur en Smart TV. Le STB Android™ de NPG vous donne accès à une multitude d'applications et de contenus internet.

Web · Android · E-mail · Twitter · Facebook · Maps · Jeux · Musique · Vidéos

NPG®

Digitizes your Life

NPG® - 25 rue des Bas - 92600 Asnières sur Seine - France
Tel. 01 46 88 49 68 - www.npgtech.com/fr - info-france@npgtech.com

Enseignes de distribution et vente

veetrine.com · la maison de Valérie

Tablettes sur canapé

On croyait que les tablettes, ces nouveaux devices de l'informatique qui connaissent un succès fulgurant depuis le lancement du premier iPad, étaient des objets nomades, et bien il semble que les consommateurs en aient décidé autrement.
L"enquête REC+ de GfK diffusée de 26 avril indique que 81 % du temps d"utilisation d'une tablette se fait à domicile, soit 57 minutes par jour. Une indication qui permet de comprendre pourquoi les tablettes achetées sont très majoritairement dépourvues de la compatibilité 3G. L'internet mobile, c'est avant tout l'apanage du smartphone. Quant à l'usage qui en est fait, il est avant tout lié aux loisirs. 19 % du temps est consacré aux jeux vidéo, 16 % au visionnage de vidéo et 15 % à l'écoute de la musique, selon GfK.
Les ventes de tablettes en 2012 devraient atteindre trois millions de pièces contre 1,5 million en 2011 et 400 000 en 2010.

TV connectées, début réussis ?

Si le marché des téléviseurs enregistre une chute vertigineuse depuis le début de l 'année, le segment des smart TV, ou télé connectées, connait lui un bonne période. Selon GfK et Mediamétrie, associés dans l'étude « Référence des Equipements Multilmédia », à la fin du premier trimestre, près de trois millions de foyers étaient équipés d'une TV connectée. Selon l'étude, une part des personnes équipées le sont, non pas *via* un renouvellement classique de leur téléviseur, mais par l'achat d'un poste supplémentaire. Si en moyenne un foyer français détient 6,2 écrans (TV, smartphones, PC, tablette…), les acheteurs de smart TV apparaissent sur-équipés . 63 % d'entre-eux ont au moins deux téléviseurs alors que la moyenne des foyers français est de 50 % (quand même !). Il faut remarquer que ce sont des foyers dans lequel le chef de famille est relativement jeune qui sont les plus équipés : (24 % ont moins de 35 ans, et 63 % moins de 50 ans). Un paramètre important au moment de construire l'offre en ligne de ces machines.
Rappelons tout de même que pour celles et ceux qui voudraient à tout prix une TV connectée que n'importe quelle set-up box connectée à un téléviseur permet de bénéficier de services liés à Internet.

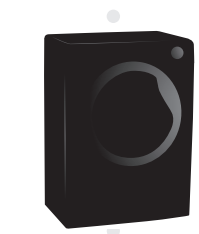
mediametrie

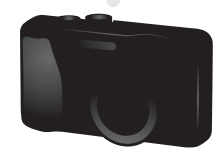
Suite de la Une

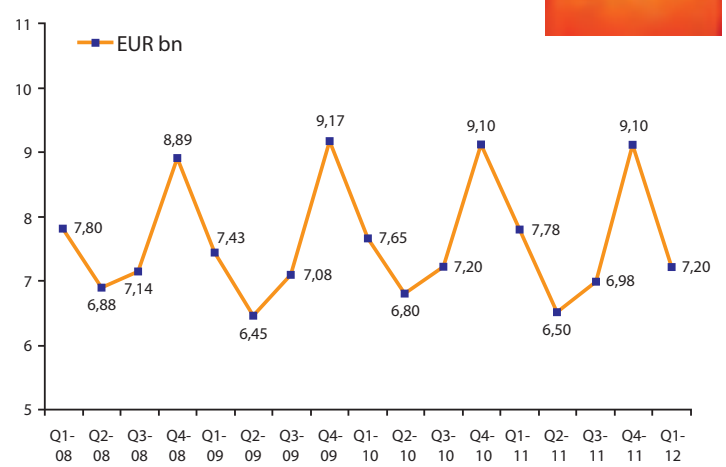
Biens d'équipement mauvais début d'année

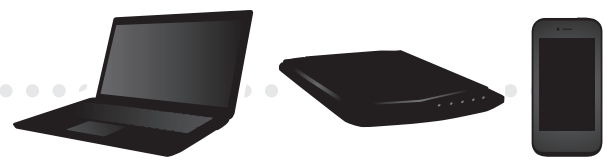
Les télécoms, toujours portés par un marché des smartphones en excellente santé, se portent comme un charme. Revue du rapport GfK Temax pour le premier trimestre 2012.
Avec une baisse de près de 28 %, l'Electronique grand public souffre. On sait que le marché des téléviseurs, composante majeure de l'EGP, a enregistré un très mauvais démarrage en 2012. Après le renouvellement du parc boosté par le passage au tout numérique, ni la télé connectée, ni la 3D ne parviennent à s'imposer comme relais de croissance. Mais la plupart des autres familles de produits qui composent l'EGP ne peuvent prétendre afficher une meilleure santé. Les GPS,, comme les baladeurs et les caméscopes, sont à la peine, concurrencés par les smartphones et ne parvenant pas à proposer de nouvelles fonctionnalités suffisamment attractives pour pousser au renouvellement. Les lecteurs Blu-ray, en recul eux aussi, illustrent la grande difficulté de ce format à s'imposer comme standard alors que la VOD entre dans les mœurs (au détriment également des lecteurs de DVD) et que les box des opérateurs télécoms, qui intègrent un lecteur de disques Blu-ray, leur font concurrence. Les deux familles de produits qui tirent leur épingle du jeu sont naturellement les accessoires audio, stations d'accueil et casques, et l'audio statique (chaine Hi-FI).
Le marché de la photo rencontre également des difficultés. Les compacts n'ont pas encore trouvé les relais de croissance qui justifient pour les consommateurs de renouveler leur matériel et les réflex, après de très belles performances marquent le pas. Hybrides et bridges continuent en revanche à séduire toujours davantage de consommateurs.
Malgré la très belle santé des tablettes (un marché qui a triplé versus le premier trimestre 2011), la micro-informatique est également en net recul, de presque 10 %. Outre la morosité économique globale, les inondations en Asie du Sud-Est où sont situées de nombreuses usines de composants (notamment de disques durs), ont provoqué des pénuries. De plus, la concurrence du cloud computing a peut-être commencé à déstabiliser le marché du stockage. L'arrivée à la fin de l'année de Windows 8 devrait rebooster le marché des PC.
Le marché qui se porte bien en revanche, c'est bien celui des Télécoms. L'arrivée de Free parmi les opérateurs et les réajustements d'offre de la concurrence qui proposent désormais tous des abonnements moins onéreux mais sans subvention pour le terminal, ont relancé les ventes de téléphones plein tarif. Ce sont les smartphones entrée de gamme qui en ont le plus profité. Les accessoires liés à la téléphonie se vendent également très bien.
Enfin, n"oublions pas que les Biens d'équipements selon GfK, ce sont aussi les marchés du « blanc », le gros électroménager et petit équipement ménager. Deux segments qui affichent une croissance faible, mais néanmoins une croissance.
Si GfK ne fait pas de projection dans son enquête sur le deuxième trimestre, un regard sur ce qui s'est passé les années précédentes permet d'avoir une idée de la suite. La période avril-juin a été marquée tant en 2008 que les années suivantes par des performances inférieures au trimestre précédent. A trimestre comparable, il fut même moins bon en 2011 qu'en 2010 (6,5 milliards vs 6,8 milliards). Les augures ne sont donc pas très bons.

GfK







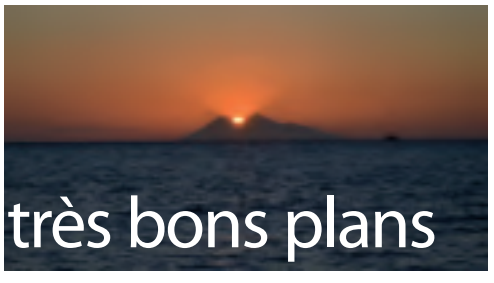


Biens d'équipements : ventilation par famille

	Q2 2011 M.EUR	Q3 2011 M.EUR	Q4 2011 M.EUR	Q1 2012 M.EUR	Q1 12 /Q1 11 +/-%
Electron. Gdr Public (CE)	1.383	1.460	1.998	1.412	-27,9%
Photo (PH)	307	312	433	250	-12,2%
Gros Equip Electrom. (MDA)	1.190	1.377	1.363	1.364	3,2%
Petit Equip. Mén (SDA)	583	595	870	665	1,6%
Microinformatique (IT)	1.774	1.917	2.703	1.962	-9,6%
Telecommunication (TC)	585	678	946	828	30,5%
Bureautique+consom. (OE)	679	643	782	719	-5,5%
GfK TEMAX® France	**6.500**	**6.982**	**9.096**	**7.200**	**-7,5%**

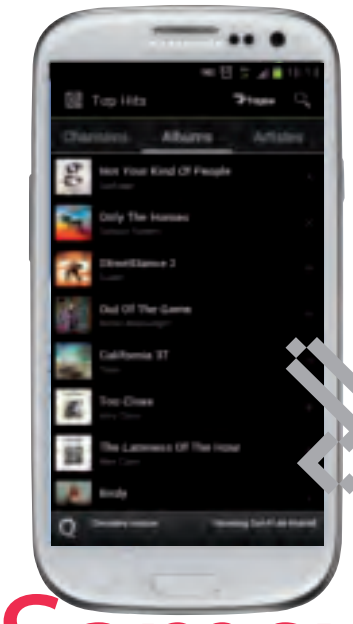
Cobra se dédouble

Pas besoin d'être un passionné de son et d'image pour connaitre, au moins de réputation, l'enseigne Cobra installée avenue Parmentier à Paris. Depuis son ouverture, il y a une trentaine d'années Cobra s'est construit la réputation d'être l'enseigne qui sait combiner offre d'une grande exigence qualitative et prix contenus. Le conseil et la démonstration ont toujours été l'autre point fort, les magasins étant considérés comme des showrooms.
Depuis le 10 mai, Cobra a ouvert un second point de vente, dans l'ouest parisien, à Boulogne-Billancourt (92), d'une superficie de 1000 m^2. Cobra a donc vu les choses en grand avec un vidéorium présentant 25 vidéoprojecteurs (dont une grande proposition de produits 3D), quatre auditoriums et 100 points d'écoute pour les casques. Le Cobra de Boulogne présentera également un espace dédié aux écrans grandes tailles et permettra d'expérimenter la télé interactive. Côté son, on trouve évidemment un panel exceptionnel d'enceintes et de home-cinéma.
En cultivant sa spécificité qui consiste à permettre à sa clientèle de tester les produits, Cobra continue son évangélisation par la qualité, et donc la montée en gamme. Cobra travaille notamment avec les marques dont Bose, Focal, Cabasse, Marantz, Denon, Sony, Samsung, Philips Advance, Panasonic, Onkyo, Yamaha, Pioneer, Sharp, LG, Nikon, Canon, Sennheiser et Kef.



TomTom propose de très bons plans

Cartographier un pays ou une région avec tous les détails que peuvent fournir les GPS actuels n'est pas une mince affaire. Il faut emprunter la moindre route, n'omettre aucun détail, car c'est la précision du travail qui fera la force du GPS. TomTom, leader mondial des produits de services de localisation et de navigation, qui a racheté le spécialiste de la cartographie TeleAtlas en 2008 entend désormais s'attaquer à des régions du Globe particulièrement exotiques. Il vient donc de lancer un concours de recrutement de conducteurs… Attention, en plus de savoir conduire, il convient de supporter le soleil, la mer bleue azur et parfois, le sable fin. Car ces régions exotiques ne sont ni plus ni moins que des « Iles de Rêve », selon le nom du projet. Elles sont au nombre de cinq : Fidji, Sainte-Lucie, île Maurice, Cap-Vert et Seychelles. Considérant sans doute que le travail en équipe est synonyme d'efficacité, TomTom propose aux gagnants de venir accompagnés de quatre personnes, pendant quinze jours tous frais payés, même si la mission peut être bouclée en 24 heures. Et comme tout travail mérite salaire, chaque groupe (donc cinq, comme le nombre d'îles à explorer) recevra 10 000 euros.
Le concours est ouvert à 19 pays, ce qui risque tout de même de démultiplier le nombre de candidats. Evidemment, il s'agit là pour TomTom avant tout d'un événement marketing destiné à faire parler et rêver. Parallèlement, TomTom se comporte de façon beaucoup plus prosaïque ne mettant en place une offre de remboursement sur trois GPS : 30 euros sur le Via 130 Séries, 50 euros sur le Go live 800 Séries, et autant sur le Go Live 1000 Séries. Des PLV (box, totem, tête de gondole) sont de la partie.



Samsung lance un service musical

L'enfant illégitime d'iTunes et de Spotify ? Avec le Samsung Music Hub, le Coréen pourrait bien rapidement devenir un nouvel intervenant de la distribution de musique en ligne. Sa solution, qui propose un espace de stockage distant (dans le « nuage »), un magasin et une radio-découverte, diffère d'iTunes du fait qu'elle est d'abord conçue pour le streaming, à l'image de Spotify ou Deezer. Cependant, la musique est stockable pour une utilisation hors-ligne. En apparaissant pour la première fois sur le nouveau Samsung Galaxy S III, le nouveau téléphone haut de gamme de la marque, Music Hub semble bien vouloir d'abord concurrencer l'environnement des iPhone et donc la bibliothèque iTunes. La version gratuite de Music Hub propose d'écouter les 30 premières secondes d'un morceau puis éventuellement de l'acheter. Il est alors stocké dans un espace dédié de 100 Go allouée par Samsung et est disponible depuis n'importe quel appareil Samsung. Pour 9,99 euros d'abonnement mensuels, on peut accéder en streaming à tout le catalogue mais aussi stocker en ligne sa propre collection musicale. Des e-radio sont également disponibles.
Samsung annonce un catalogue de 19 millions de titres, ce qui est colossal. Le service sera prochainement disponible depuis d'autres appareils Samsung et on peut déjà parier que les téléviseurs connectés de la marque entreront bientôt dans la danse.

JDLI220-P10-11-Focus Bouygues-BAT:JDLI 11/06/2012 15:37 Page 10

Le 24 mai, Bouygues Telecom organisait une conférence dans se présenter dans le détail la nouvelle Bbox Sensation, attendue pc matériel, nouvelle interface mais surtout nouvelles fonctionnalité un tout nouveau service de jeux vidéo en streaming permettant dizaines de titres contre un abonnement mensuel. Par Patrick Hellio

Cloud G

Bouygues Tele

La nouvelle Bbox Sensation arrive dans les chaumières le 18 juin, apportant son lot de nouveautés comme une nouvelle interface haute définition, une boutique VOD « repensée » dixit Olivier Roussat, Directeur général de Bouygues Telecom, une logique multi-écrans (TV, ordinateur, tablette) mais aussi une machine intrinsèquement plus musclée à base de processeur Intel ou encore de Wi-Fi Optimiz'Air (Dual Band 2,4 Ghz). Si le jeu vidéo était déjà présent chez Bouygues Telecom via des titres casual, l'opérateur entend aujourd'hui passer à la vitesse supérieure en développant une offre de cloud gaming (stockage et traitement des données sur des serveurs distants) conséquente.

Abonnement mensuel

Pour le lancement du cloud gaming sur son réseau, Bouygues Telecom va proposer deux abonnements mensuels (venant donc s'ajouter au tarif de l'abonnement de base) à 4,90 euros et 8,90 euros, sans engagement comme le souligne l'opérateur. Pour bâtir la logithèque de jeux proposés sur le service, un partenariat a été conclu avec Playcast, spécialiste du cloud gaming. Aux 20 titres du premier pack (Homefront, Sonic All-Star Racing, Street Fighter 4, des jeux d'aventure TellTale…), une vingtaine supplémentaire s'ajoutent dans le second dont des titres « gamers » de premier plan comme Batman Arkham Asylum, Dirt 3, Metro 2033 ou encore Super Street Fighter 4 : Arcade Edition. *« Ce sont les versions PC qui tournent, juste adaptées pour fonctionner avec la manette qui sera offerte aux clients lors de leur première souscription »*, nous détaille Laura Dognin, Responsable produit. Cette manette, au design proche de ce que l'on connait sur consoles de salon, est fournie par BigBen Interactive. Proposé en version ADSL et fibre à partir de l'été, le service a été pensé comme devant

Menu de navigation du service de jeux

Sonic All-Stars Racing en mode deux joueurs en écran divisé

ns ses locaux près de Paris pour
ıe pour le 18 juin. Nouveau
nalités sont au programme dont
ttant de profiter de plusieurs

o

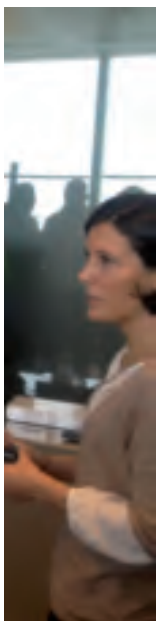
Gaming ecom se lance

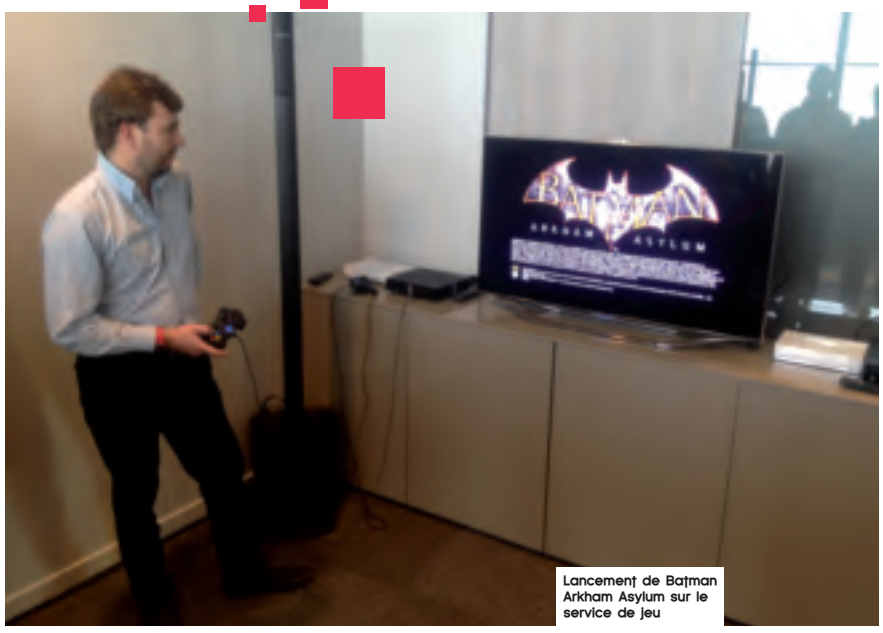
Bouygues Telecom

s'adapter aux circonstances avec dégradation graphique en cas de chute de débit, la fluidité de l'action restant la priorité. Les sauvegardes sont bien entendu conservées en ligne sur le service. *« Le jeu en réseau va arriver prochainement »*, prévoit l'opérateur.

Manette en main

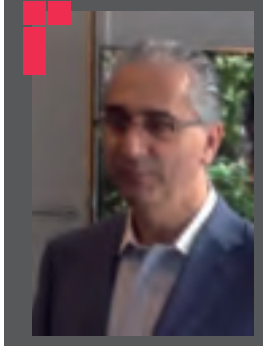
A l'instar des autres fonctionnalités de la box, le service Bbox games est accessible directement depuis le menu d'accueil. En quelques clics, le jeu se lance sur le téléviseur. Sur la version en développement que nous avons pu prendre en main, le rendu était assez impressionnant et relativement proche de ce que l'on peut trouver sur une console actuelle ou un PC, tout du moins aux yeux d'un joueur non équipé d'une de ces machines, cible première du service. Y compris sur des titres aussi nerveux que Super Street Fighter 4 ou le jeu de course Pure où toute latence peut se montrer fatale… D'après les équipes, la version montrée tournait sur un débit classique de 6 Mo, ce qui laisse augurer un service accessible de manière confortable à bon nombre d'installations. A noter que celui-ci sera également proposé aux détenteurs de Bbox de précédente génération.





Lancement de Batman Arkham Asylum sur le service de jeu

Questions à



Franck Abihssira, Directeur Offre Fixe, Services et Contenus

JDLI : Quand avez-vous décidé de vous positionner sur le cloud gaming ?

Franck Abihssira : Nous avons commencé à l'envisager il y a trois ans lorsque nous avons vu, aux Etats-Unis, que la technologie devenait viable. Nous étions à la recherche de services innovants pour la Bbox Sensation alors en développement et le jeu vidéo s'est imposé comme un axe important.

Quelle place comptez-vous occuper sur la scène du jeu vidéo ?

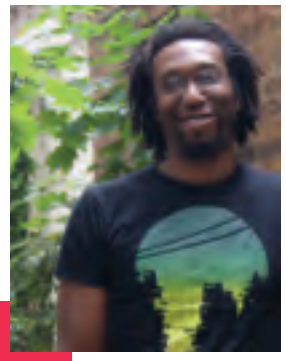
Notre objectif n'est pas de venir concurrencer en frontal les consoles de jeu. Bbox Games va permettre à des clients de Bouygues Telecom qui n'ont pas de console de venir très simplement au jeu vidéo dans des conditions confortables et sans engagement. Le jeu vidéo s'inscrit pour nous au sein des différents services que nous proposons à nos clients comme la TV, la TV à la demande, la VOD et notre vocation reste avant tout celle d'un distributeur de contenus, y compris donc dans le jeu vidéo.

Quelles réactions notez-vous de la part des éditeurs de jeux ?

Je pense que les mentalités ont beaucoup avancé sur ce point depuis quelques années. La plupart des acteurs ont compris que ce type de canal de diffusion représentait désormais aujourd'hui pour eux une source de revenus supplémentaires qui va devenir de plus en plus incontournable. Il me semble que cette industrie fait à ce sujet preuve d'une maturité qui a pu faire défaut à d'autres…

Comment voyez-vous l'avenir du cloud gaming ?

Une démonstration est faite ici de la technologie 4K et de la Ultra Haute définition en partenariat avec Samsung pour la qualité du rendu de l'image et ce sera certainement une prochaine évolution pour la TV, la VOD… et le cloud gaming également. Par ailleurs, une application Media Center Bbox est lancée pour tablette iOS et Android, permettant d'accéder à ses contenus et de les envoyer d'un mouvement du doigt vers tout écran ou équipement connecté. Le jeu vidéo devrait pouvoir, à terme, en profiter également.



Entretien avec

Jean-Pierre Abidal,
Cofondateur de La Semaine du Jeu Vidéo

La Semaine du Jeu Vidéo

L'hebdo gratuit sur tablette

Depuis déjà quelques semaines, un nouveau magazine spécialisé dans l'actualité du jeu vidéo a vu le jour. Outre la particularité d'avoir été lancé par une équipe dotée d'une belle expérience dans le domaine de la presse écrite spécialisée, il se démarque par sa livrée sous forme d'une application pour iPad, son rythme hebdomadaire mais aussi sa gratuité. Jean-Pierre Abidal, cofondateur de La Semaine du Jeu Vidéo, nous en dit plus. Par Patrick Hellio

JDLI : Quels sont vos objectifs en termes de diffusion ?
Jean-Pierre Abidal : Nos objectifs en termes de diffusion pour La Semaine du Jeu Vidéo sont, dans un premier temps, d'atteindre les 10 000 lecteurs par semaine. Cela devrait arriver assez vite, bien que nous n'ayons pas vraiment les moyens d'un groupe média pour la communication et la publicité autour de notre magazine. Bien évidemment, il ne s'agit que d'un objectif à court terme puisque nous souhaitons toucher et satisfaire tous les joueurs possédant un iPad.

Vous avez décidé de publier sur tablettes. Lesquelles et pourquoi ?
Pour l'instant, La Semaine du Jeu Vidéo n'est disponible que sur iPad pour des raisons qui ne dépendent pas de notre volonté. Dès que cela sera possible, théoriquement d'ici septembre 2012, La Semaine du Jeu Vidéo sera également disponible sur les tablettes sous Android et équipées d'un grand écran.

Sur quel parc installé de machines actives tablez-vous ?
Les prévisions prévoient près de trois millions de tablettes en France d'ici la fin de l'année. Bien sûr, nous ne pensons pas que La Semaine du Jeu Vidéo intéressera toutes les personnes qui en possèdent (quoique… !) mais une grande majorité est, à l'évidence, intéressée par le jeu vidéo sous toutes ses formes, qu'il s'agisse de joueurs « Hardcore » ou « Casual ». Pour ce qui est des supports de diffusion de La Semaine du Jeu Vidéo, nous ne sommes fermés à aucune proposition si ce n'est que nous tenons à préserver ce qui fait l'identité de ce magazine : la gratuité et l'interactivité.

Comment résumeriez-vous votre politique éditoriale ? A quel public vous adressez-vous ?
Notre politique éditoriale tient en quelques grands principes. Tout d'abord, il n'y pas de mauvais jeux, seulement des titres qui cherchent leur public. Aujourd'hui, la qualité générale des jeux a tant augmenté que la majorité des titres commercialisés répondent à un minimum de qualité. En revanche, ils ne plaisent pas forcément à tout le monde et, en particulier, les « Hardcore Gamers ». Nous voulions donc proposer un magazine qui conviendrait à tous les types de joueurs. Ceux qui désirent être surinformés sur les titres qu'ils attendent et ceux qui se

contentent d'acheter un jeu vidéo sur une envie, un pitch ou une ambiance. C'est pourquoi nous ne notons pas les jeux mais expliquons clairement à qui ils s'adressent et dans quelles conditions ou état d'esprit on prendra plaisir à y jouer. Ensuite, rappelons que La Semaine du Jeu Vidéo est uniquement lisible sur Tablette. Et, pour l'instant, les écrans rétro-éclairés restent moins agréables lors de longue lecture. Le magazine ou plus exactement les articles se devaient d'être relativement courts tout en restant informatifs et réellement agréables à lire. Chaque article doit être à la fois, clair, informatif, concis et plaisant pour tous les types de lecteurs. Qui plus est, impossible sur un tel médium de ne pas en utiliser pleinement les possibilités en matière d'interactivité et de multimédia. Bandes-annonces vidéo, séquence de jeu, représentations à 360… sont le minimum des enrichissements que nous voulons offrir aux lecteurs de La Semaine du Jeu Vidéo. Enfin, les seules stars de La Semaine du Jeu Vidéo sont les jeux. Il n'y a donc pas d'auteurs individuels mais uniquement des articles signés de la rédaction. Pas de place pour des crises d'égo, du jargon ou des « private joke ». Nous ne pensons pas détenir le savoir du « bon jeu », ce sont les joueurs qui les élisent.

Pourquoi avoir opté pour le modèle du magazine gratuit ?
A l'heure où l'information est disponible gratuitement sur Internet, les magazines de jeux vidéo « historiques » ont du mal à trouver leur place que ce soit en termes de lectorat ou de rentrées publicitaires. Les joueurs ne veulent plus payer pour s'informer et croisent leurs sources. En proposant La Semaine du Jeu Vidéo gratuitement, nous voulons devenir une des sources d'informations privilégiées des joueurs. Pour nous, notre magazine est complémentaire des initiatives déjà existantes et certainement pas concurrent.

Combien de personnes travaillent sur la Semaine du Jeu Vidéo ?
Aujourd'hui, l'équipe est de sept à huit personnes selon les semaines. Il y a les trois associés Ghislain Masson, Guillaume Ries et moi-même, et des amis qui nous donnent gracieusement de leur temps.

Pourquoi avoir opté pour la fréquence hebdomadaire ? Envisagez-vous des hors séries par exemple ?
Le choix de la fréquence hebdomadaire a été assez naturel. Nous ne voulions pas réaliser un fil d'actu en continu, comme c'est le cas sur Internet, et nous ne voulions définitivement pas avoir le manque de réactivité des magazines mensuels. Bien évidemment, nous prévoyons déjà des hors-série. Mais il est encore un peu tôt pour en parler, nombre de facteurs étant à prendre en compte. Nous sommes une jeune société et nous essayons de capitaliser sur nos 15 ans d'expérience dans la presse papier.

Qui s'est chargé du développement de l'application ?
La solution technique est développée par une société française du nom d'Aquafadas. Elle nous fournit une suite d'outils, une solution middleware, et c'est à nous d'en faire quelque chose d'aussi agréable à La Semaine du Jeu Vidéo.

Quels buts vous étiez-vous fixés en termes d'ergonomie ? Comment avez-vous abordé la notion d'interactivité liée aux tablettes?
Durant les mois où nous avons élaboré La Semaine du Jeu Vidéo, nous avons pensé avant tout : le jeu vidéo est mouvement. Impossible de réaliser un magazine figé alors que nous utilisions un canal de diffusion qui permet de la vidéo, des interactions complexes mais aussi de la beauté… Nous voulions que La Semaine du Jeu Vidéo soit aussi agréable à lire qu'à regarder. Proposer en quantité mais ne pas gaver non plus les lecteurs.

La manière de travailler/écrire diffère-t-elle beaucoup d'un site Internet par exemple ?
N'ayant jamais réellement travaillé pour un site, je ne peux pas comparer mais, fondamentalement, je ne le pense pas. Pas plus que ça ne l'est d'un mensuel, d'ailleurs. La seule différence notable, en comparaison avec nos expériences passées, est que nous pouvons prendre du recul et, en même temps, rester extrêmement réactifs.

Comment communiquez-vous autour du magazine ?
Parce que nous sommes une jeune société, nos principaux investissements concernent le fonctionnement et le développement de notre entreprise. Nous avons donc misé, pour l'instant, pour des actions RP et l'utilisation des réseaux sociaux. Si les résultats sont satisfaisants, nous pensons vraiment que La Semaine du Jeu Vidéo peut intéresser tous les joueurs. Nous allons donc multiplier les partenariats et lancer, dans les mois à venir, des opérations promotionnelles plus classiques.

Quelques semaines après le lancement de la Semaine du jeu Vidéo, quel premier bilan dressez-vous ?
Au moment où ces lignes sont écrites (interview réalisée le 25 mai, ndlr), le cinquième numéro de La Semaine du Jeu Vidéo est disponible. Sans rentrer dans une guerre de chiffres, nous sommes particulièrement fiers et satisfaits des résultats et des retours sur le magazine. Le ton s'est affiné et une grande majorité des joueurs, quel que soit leur profil, prennent plaisir à nous lire. Notre premier objectif est atteint !

A quelles prochaines évolutions peut-on s'attendre sur la Semaine du Jeu Vidéo ?
Nous avons pleins de projets et d'évolutions en tête pour La Semaine du Jeu Vidéo. Mais il est encore un peu tôt pour en parler. Je me contenterais donc de dire : l'arrivée sur tablette Androïd… et toujours plus de jeux et d'interactivité.

La Semaine dans le détail

Téléchargeable sur iPad gratuitement sur l'App Store, l'application La Semaine du Jeu Vidéo proposée par la société GameSept permet ensuite de télécharger (toujours gratuitement) chaque semaine le nouveau numéro du magazine. Le financement est assuré par la publicité dans le magazine. Une fois le magazine téléchargé, on navigue entre les différentes rubriques en effleurant l'écran (horizontalement pour passer d'une rubrique à l'autre et verticalement pour en dérouler le contenu). Actualité, chroniques des jeux sortis, dossier thématique (plutôt orienté pratique et consommateur), aperçu des jeux « A venir » mais aussi tests de jeux dématérialisés et de produits connectés au jeu vidéo (BD, goodies…) sont au programme sachant que les plates-formes PC, consoles et smartphones sont abordées. Une grande partie de l'équipe qui travaille sur La Semaine vient de la presse spécialisée écrite. Jean-Pierre Abidal, qui répond à nos questions, a été plusieurs années Rédacteur en Chef de PC Jeux et de Joystick chez Yellow Media.

JDLI220-P-14-33-CR-Medpi:JDLI 08/06/2012 14:48 Page 14

2012 MedPi Innovation

C'est avec une certaine appréhension que nous avons abordé le MedPi cette année. En effet dans les allées, on entendait des moins trente et même des moins quarante pourcents s'échapper des salles de réunion. Car le début d'année fut catastrophique pour l'industrie avec des records de désaffection en magasin et des scores négatifs comme un incroyable -43% en valeur sur les téléviseurs LCD en mars par rapport à l'année précédente. La crise, les élections, la météo et surtout le manque de nouveautés ont eu raison du désir de consommation hi-tech des Français. L'espoir de tous se focalise donc sur le second semestre et c'est le MedPi qui révèle traditionnellement ce que l'on est en droit d'attendre. Autant dire que ce n'est pas la sérénité qui a précédé les rendez-vous. Pourtant au fil des rencontres et des présentations de ce qui fera la fin d'année, un certain optimisme nous a gagnés, du moins sur certaines familles de produits. Il y a déjà au moins un facteur qui est rassurant : le MedPi a fourmillé de réelles innovations et a annoncé des mutations profondes. En cela, ce fut un salon très réussi. Prenons déjà le cas de l'IT. C'est un marché qui devrait subir des changements si radicaux qu'il est difficile d'évaluer s'il existera encore dans un an comme nous le connaissons aujourd'hui. C'est évidemment l'arrivée de Windows 8 qui va conditionner cette remise en question avec une fusion annoncée de la tablette et de l'ordinateur. Et il ne faut pas s'en inquiéter, c'est juste une page qui se tourne vers un usage qui revient au cœur de l'IT, et espérons-le avec une création de valeur à la clé. Windows 8 permettra enfin la véritable convergence de trois des quatre écrans. Smartphones, tablettes/notebooks et ordinateurs fixes vont pouvoir disposer du même contenu pour l'utiliser sur l'appareil le plus confortable selon la situation. Que ce soit un tout-en-un tactile d'une finesse incroyable ou encore qui se met à plat pour devenir une table tactile, ce sera peut-être le retour de l'ordinateur grand format. Le grand absent de cette convergence est un téléviseur qui mise avant tout sur une connectivité propriétaire, autant par le système d'exploitation que par le portail, selon nous une hérésie. En TV, rien de très neuf sous le soleil d'ailleurs si ce n'est plus grand pour moins cher. Il va falloir attendre. Même si ce ne sera pas une réalité commerciale cette année, l'Oled pourra de nouveau faire rêver par la technologie. Autre marché en pleine effervescence dans le bon sens ; celui de l'audio. De plus en plus, il sait marier avec bonheur modernité et

vs crise

3 questions à

Entretien avec **Laurent Eydieu,** Directeur du MedPi

JDLI : Avec un début d'année en forte crise, comment s'est présentée l'édition 2012 du MedPi ?

Laurent Eydieu : L'édition 2012 a été en progression par rapport à l'année dernière qui avait déjà été un bon cru. Malgré le contexte, les investissements consentis par l'ensemble des exposants ont été plus importants ce qui est vraiment un résultat très satisfaisant pour nous. Le marché des nouvelles technologies demeure très dynamique avec de l'innovation dans toutes les familles de produits. Les perspectives sont intéressantes avec des mutations profondes qui s'annoncent, notamment avec la sortie de Windows 8. Quelles que soient les difficultés économiques générales, le matériel hi-tech nécessite un réseau de distribution, que ce soit par le magasin ou par Internet. Cette relation est vitale pour tous les constructeurs. Elle passe par cette rencontre annuelle qu'est le MedPi, il n'est là que pour cela. Tous les exposants doivent être en mesure de rencontrer tous les acheteurs de la distribution dans les meilleures conditions. Et s'il fallait tirer un premier bilan, c'est une satisfaction générale de la quantité et de la qualité des rendez-vous qui ont eu lieu.

Y a-t-il eu un changement dans la physionomie des exposants ?

Le marché du hi-tech est marqué par des évolutions permanentes avec de nouvelles catégories qui émergent, d'autres qui disparaissent et d'autres encore qui fusionnent. Depuis le début, le MedPi est le lieu de la convergence qui au fil des ans devient de plus en plus évidente et nécessaire. Le MedPi est logiquement le reflet de ces évolutions. Ainsi, la TV devenue connectée est de plus en plus présente. Plus généralement, les fameux quatre écrans sont tous représentés sur le MedPi mais aussi l'environnement qui va désormais avec, on peut citer les opérateurs par exemple. L'audio évolue beaucoup également et sa présence est de plus en plus large sur le salon. Les acteurs les plus prestigieux sont désormais présents en distribution générale et ils sont donc logiquement aussi sur le MedPi. Cette année encore, il y a des évolutions qui s'annoncent avec l'arrivée de la domotique et des solutions de gestion d'énergie. Plus que jamais, tout s'interconnecte et le MedPi en est le reflet.

Quelle a été votre impression personnelle en parcourant les allées du salon ?

L'impression générale est que tout le monde a beaucoup travaillé. Pour rencontrer des personnes à l'improviste, il fallait être patient. Personne ne se tenait sur son stand les bras croisés. C'est un sentiment de concentration maximale qui s'est dégagé de cette édition et c'est une bonne chose car c'est exactement le rôle que le MedPi doit jouer en réunissant les acteurs de la distribution et les exposants dans des rendez-vous fructueux. Le MedPi s'engage de ce point de vue sur un retour sur investissement. Ensuite, il n'en demeure pas moins que tous les fabricants ne sont pas logés à la même enseigne, certains ont des produits qui attirent davantage que d'autres. En grands professionnels, tous savent aussi gérer des situations plus complexes, conscients que le marché du hi-tech est en perpétuelle évolution et que rien n'est jamais acquis. Malheureusement, nous ne pouvons créer que le meilleur cadre possible, le reste n'est pas entre nos mains. Nous faisons de notre mieux pour que tous les exposants puissent rencontrer tous les acteurs de la distribution et qu'il se crée un maximum d'opportunités pour tout le monde. En cela, ce sont aussi des partenariats comme celui qui nous lie au JDLI qui aident en apportant un encadrement pour l'identification et les opportunités de ce qui fait sens pour les uns et pour les autres.

tradition. La qualité demeure mais le son s'ouvre sur le monde avec une transmission sans fil qui devient enfin la norme. Et avec l'avènement des tablettes et des smartphones, on ne compte plus les enceintes nomades sans fil. On s'est arrêté à 100 nouveaux modèles sur le salon. La photo revient aussi en pleine forme avec des hybrides enfin convaincants mais surtout des propositions de valeur passionnantes qui misent sur l'innovation et la nostalgie, à l'image du X-Pro1 de Fujifilm ou de l'Olympus OMD. Sinon, la photo se connecte aussi et parie sur le partage. Chez Samsung, tous les appareils haut de gamme deviennent WiFi et intelligents alors que Nikon dote son nouveau reflex grand public d'un module idoine. Au final, c'est encore l'accessoire et le périphérique qui enthousiasment le plus. Il est incroyable de voir à quel point les fabricants sont capables de faire preuve d'ingéniosité. Que ce soit par le clavier tablette solaire chez Logitech ou le jeu de plateau à figurines sur iPad, ou encore par le réveil qui surveille votre sommeil avec Renew chez Gear 4, il faudra définitivement compter sur l'accessoire pour valoriser le rayon. Une chose est donc certaine : en ces temps difficiles pour tous et le hi-tech en particulier, il n'y a que l'innovation d'usage justifiée qui permette l'espoir et ce MedPi 2012 aura été riche de ce point de vue. Dans ce compte-rendu, vous trouverez ce que les exposants nous ont montrés. Nous n'avons retenu que ce dont nous n'avons pas encore parlé dans ces colonnes.

Par Caroline Mauduit, Stéphane Kauffmann et Benoit Dupont

MedPi...

2012 Innovation vs crise

HDW Soundvision
Du mobilier hi-tech

Le téléviseur pose un problème récurrent, celui de l'intégration dans le salon. Généralement, Il produit aussi un son de piètre qualité. Soundvision s'attaque aux deux aspects avec des meubles design qui font également office d'ensembles home cinéma, et le tout à un prix qui reste abordable. Comme aujourd'hui, il n'est plus question d'ignorer les sources de musique et de vidéo nomades, les meubles Soundvision incluent aussi un dock pour i-appareils. Particulièrement original, le modèle SV-2900 (699 euros) se présente sous forme d'arche avec à chaque extrémité des enceintes colonnes. De plus, il s'agit d'un véritable centre de contrôle avec une sortie HDMI, une entrée optique et une sortie vidéo pour iPhone/iPad. Encore plus original, le SV-1500 (499 euros) est une table basse de salon très élégante avec plateau en verre qui fait office d'enceinte 2.0 pour l'iPhone et qui transmet sans fil le son et la vidéo issus de l'appareil mobile vers le téléviseur. Mais la palme de l'innovation revient à la cheminée musicale. Dotée d'un système de flamme artificielle, elle chauffe électriquement mais sert aussi de dock audio pour diffuser la musique de l'iPhone ! Sortie prévue en fin d'année comme la table, alors que le SV-2900 sera disponible en septembre.

Netgear ac
Le WiFi en mode turbo

La date est arrêtée, la nouvelle norme « ac » qui viendra supplanter la « n » sera officiellement lancée au début 2013. Cela n'empêche pas les constructeurs de commercialiser des routeurs et des adaptateurs dès cette rentrée. Contrairement à ce qui s'est passé sur le n, cette fois ci, il ne devrait y avoir qu'une seule norme et pas de préversions. Sauf que l'ac va offrir de nombreuses combinaisons possibles pour le débit,soit de 600 à 1750 Mbps. La norme exploite la traditionnelle bande de fréquence des 2,4 GHz comme le n avec des débits de 300 ou 450 Mbps. Elle la combine avec celle des 5 GHz sur laquelle elle offre des débits de 600 à 1200 MBps. Tout cela est bien compliqué pour le grand public mais répond au moins à une définition simple d'une montée en gamme par la vitesse. Evidemment pour communiquer à la vitesse maximale, il faut un adaptateur WiFi sur l'ordinateur qui soit à la même capacité mais ce n'est pas obligatoire. Un avantage de l'ac et des routeurs Netgear est de pouvoir gérer les priorités afin d'attribuer une bande passante maximale à chaque appareil connecté au réseau en fonction du débit qu'il accepte. Ainsi, on pourra regarder en streaming une vidéo Full-HD, transférer des fichiers et surfer avec une tablette sans subir aucun ralentissement. Le nouveau routeur phare de Netgear sera le R6300 en ac1750. Il est donc capable d'exploiter la vitesse maximale avec 450 Mbps en 2,4 GHz et 1,2 Gbps en 5 GHz. Il va valoir la modique somme de 209 euros mais il faut aussi s'imaginer que ce sera plus rapide qu'une connexion filaire gigabit ! Dans un premier temps, l'adaptateur le plus rapide sera le H6200 en ac1300, donc 1,3 GBps à 79 euros. Il dispose d'une antenne rotative pour une meilleure réception. Plus lent mais pas moins pratique, l'adaptateur WNCE 4004 permet de relier quatre appareils avec et autour du téléviseur à la box en WiFi (79 euros).

Liquid Image
Les caméras de l'extrême

Hama distribue désormais les produits Liquid Image. La mode est à la caméra embarquée mais le **fabricant américain pousse le concept bien plus loin.** Il propose ainsi des masques de plongée qui l'intègre directement et peuvent aller à une profondeur de 40 mètres. Le modèle le plus sophistiqué filme même en Full-HD et coûte 400 euros. Sur le même principe, Liquid Image propose également un masque de ski à 179 euros qui filme aussi en 1080p. Les vidéos sont d'une qualité remarquable avec notamment une stabilisation qui semble particulièrement efficace. Le fabricant lance aussi une nouvelle caméra embarquée très petite qui se fixe absolument partout et proposant une qualité d'image étonnante. En version Full-HD, l'Ego coûte 149 euros. Un caisson pour la plongée jusqu'à 60 mètres est prévu. Cette caméra dispose d'un système de fixation sur pied universel et on peut ainsi utiliser de nombreux adaptateurs comme par exemple l'attache-vélo universel de Hama. Autre particularité des caméras Liquid Image, elles peuvent streamer la vidéo en WiFi vers des appareils mobiles comme l'iPhone.

JDLI220-P-14-33-CR-Medpi:JDLI 08/06/2012 14:49 Page 17

Sonomax Eers
Casque moulé à domicile

Le problème de casques intra-auriculaires réside dans l'adaptation au canal auriculaire. Même avec plusieurs embouts livrés, ce ne sera pas parfait car chaque oreille est particulière et même chez la plupart des gens, celle de gauche et celle de droite ne présentent pas la même anatomie. C'est pourquoi les professionnels se font mouler des embouts spécifiquement mais c'est une opération compliquée et qui nécessite du temps. Distribué en France par SCP, Sonomax vous livre à domicile un kit de moulage complet en silicone. Tout est inclus dans la boite à l'achat. En quelques minutes, vous réalisez vous même une empreinte de l'oreille pour mouler les embouts en silicone exactement à la forme de vos oreilles. Il en résulte évidemment un couplage parfait, qui non seulement délivrera un son équilibré sur tout le spectre, mais isolera aussi parfaitement des bruits ambiants. Développé au Canada, la gamme comporte pour l'heure deux modèles, le Eers (150 à 200 euros) avec un son physiologique axé basse pour les amateurs de musique électronique et le Eeers (250 à 300 euros) qui privilégie une écoute neutre pour l'audiophile.

Toshiba
3D sur tous les écrans

Pour Toshiba, le leitmotiv reste l'interaction entre le téléviseur, le PC et la tablette. Le constructeur met également l'accent sur la 3D avec l'écran 3D sans lunettes ZL2, le caméscope Camileo 3D et le PC P855 3D sans lunettes. Le caméscope 3D vendu 200 euros fera l'objet d'une opération promotionnelle entre le 1er juin et le 1er juillet. Il sera offert pour tout achat d'un téléviseur ou d'un PC 3D. La gamme de PC portables a aussi été rafraichie avec des couleurs inédites et de nouveaux designs. Enfin, Toshiba proposera début juillet une nouvelle tablette, l'AT300 dotée d'un écran 10 pouces, d'un processeur Nvidia Tegra 3 et tournant sous Android 4.0. Comme la précédente, elle se distingue par un design épuré et une finesse maximale.

Gear 4
La boum sans fil

Gear4 cède à son tour à l'écoute nomade sans fil avec toute une gamme d'enceintes autonomes. La StreetParty Wireless est la plus nomade et elle fait aussi office de kit mains-libres pour téléphone en Bluetooth. Elle se recharge en USB et coûte 79 euros. La HouseParty Portable Wireless affiche déjà des dimensions plus conséquentes. Comme son nom l'indique, elle est plutôt transportable mais offre en échange un son déjà puissant avec des basses qui descendent bas dans le registre. Elle dispose aussi d'un dock physique qui se déploie comme un tiroir. La HouseParty recharge l'iPhone ou l'iPad mais aussi tout appareil nomade par une sortie USB. Grâce à la grande batterie au Lithium, l'autonomie est de huit heures. A noter que la connexion Bluetooth est compatible aptX pour une meilleure qualité de transmission avec les appareils compatibles. Le prix est de 129 euros. Enfin, la Xorb est une drôle d'enceinte toute ronde avec la particularité de pouvoir se chaîner pour en utiliser plusieurs (89 euros).

MedPi...

2012 Innovation vs crise

Asus

Coloré et résolu

Le stand d'Asus était haut en couleurs. Ainsi, le netbook 10 pouces 1025CE par exemple se décline en turquoise, rose, noir et blanc. Idem pour le K55 qui fait son retour avec de nouvelles teintess (rose, rouge et bleu). Mais la palme revient aux ultrabooks UX31E déclinés en rose champagne et en rose fushia. Asus a également profité de l'occasion pour dévoiler ses ultrabooks de seconde génération. L'UX31A sera disponible en juillet à 1299 euros. Il est doté d'une dalle mate Full-HD IPS qui permet d'élargir l'angle de vision. L'ultrabook UX32 est un ultrabook hybride avec un disque dur de 500 Go et un SSD de 24 Go. C'est un modèle 13 pouces un peu plus épais mais qui bénéficie également d'une dalle mate (799 euros). Une version avec une carte graphique dédié Nvidia GT610 sera commercialisée à 999 euros. Enfin, Asus revisite sa série N6 avec deux modèles de 15 et 17 pouces. Ils disposeront d'une dalle mate et du système sonore Bang et Olufsen (à partir de 799 euros pour le 15 pouces). Côté tablette, Asus présente sa Transformer Pad Infinity (TF700) vendue 599 euros en 32 Go cet été. Elle est dotée d'un écran 10,1 pouces Full-HD et profite de la technologie audio Asus Sonic Master. Elle intègre un processeur Tegra 3 et tourne sous Android 4.0.

Plantronics

13 grammes sans fil

Ce petit casque sans fil intra-auriculaire permet d'écouter la musique de son smartphone sans fil par le Bluetooth. C'est la solution la moins encombrante et la moins contraignante qui soit. Un micro permet aussi de passer des appels et la commande règle le volume et permet de passer à la plage suivante. Le tout ne pèse que 13 grammes mais avec une autonomie de 4 heures 30. Le BackBeat est également livré avec des fixateurs pour éviter la perte lors d'une pratique sportive. Un produit vraiment malin vendu 79 euros et distribué par Comtrade.

Blue Lounge

Le bon sens près de chez vous

Pas besoin de réaliser des prouesses technologiques pour développer un produit innovant et utile. Il suffit parfois d'un peu de bon sens et de beaucoup d'imagination. Blue Lounge est ainsi spécialisé dans les accessoires de rangement malins. Ainsi, le Nest permet de poser son iPad à la verticale ou à l'horizontale tout en servant de boîte pour ranger de petits objets comme des clefs, le tout à 17 euros. Les CableBox sont des boîtes qui servent simplement à ranger tous les chargeurs secteur disgracieux et leur excédant de câbles. Le Milo est un support fixe pour l'iPhone qui se colle partout et maintient le smartphone grâce à un revêtement très collant mais qui ne laisse aucune trace (17 euros). Mais la solution la plus maline, c'est The Sanctuary. Il s'agit simplement d'une boite avec de la mousse qui réunit plusieurs embouts chargeur et permet ainsi de recharger en un endroit bien rangé tous les appareils mobiles (129 euros). Tous ceux qui sont lassés d'avoir des appareils qui trainent partout devraient adhérer à ce concept évident mais qu'il fallait trouver. Blue Lounge est distribué par Comtrade.

ROCKSMITH_JDLI.pdf 1 04/06/12 11:18

Rocksmith™

AUTHENTIC GUITAR GAMES

11 OCTOBRE 2012

UNE TECHNOLOGIE RÉVOLUTIONNAIRE

Rocksmith™ est le premier jeu à **utiliser n'importe quelle vraie guitare électrique ou basse !** Le câble **Real Tone™** inclus permet de brancher sa guitare à sa console via une **prise jack standard** et ainsi d'apprendre les plus grands hits Rock.

DÉJÀ UN SUCCÈS AUX ETATS-UNIS

Lancé en octobre 2011 aux Etat-Unis, **Rocksmith™** y a atteint un score **Metacritic de 83 %** et ses ventes s'y élèvent à **550 000* pièces** à date (Top 20 des ventes USA). **Source NPD 2012*

UNE COMMUNICATION ROCK & ROLL

Tournée des festivals impactante JUIN/JUILLET
+ de 250 000 contacts

HELLFEST · Les Eurockéennes · the Rocksmith tour · MUSILAC

Campagne Web puissante SEPT/NOV
+ de 3M d'impressions

DEEZER · Spotify · jeuxvideo.com · YouTube

Campagne presse affinitaire SEPT/NOV
+ de 400 000 diffusions

Les InRockuptibles · Rolling Stone · ROCK&FOLK

REJOIGNEZ LA RÉVOLUTION ROCK SUR ROCKSMITH.FRANCE DECOUVREZ LE JEU SUR ROCKSMITH.COM

12 www.pegi.info · PS3 · Sony Entertainment Network · XBOX 360 · XBOX LIVE · PC DVD · Epiphone · UBISOFT

© 2012 Ubisoft Entertainment. All Rights Reserved. Rocksmith™ logo, Ubisoft and Ubisoft logo are trademarks of Ubisoft Entertainment in the U.S. and/or other countries. "PS3" and "PlayStation" 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.

Noxon
Bluetooth Hi-Fi

Encore un accessoire simple mais qui se sera fait attendre alors que son usage est vraiment évident. D'un côté, vous avez un smartphone Bluetooth qui contient désormais la majorité de votre musique, de l'autre une chaîne audio dans votre salon. L'adaptateur B1 les connecte ensemble pour diffuser sans fil la musique du premier sur le second. Il gère déjà jusqu'à huit appareils source. Ensuite, il se branche simplement en stéréo à la chaîne. En situation résidentielle, il peut s'alimenter par le secteur mais une batterie intégrée permet aussi de l'utiliser sur des enceintes mobiles. Ainsi, le B1 peut rendre sans fil n'importe quelle station d'accueil ! De plus, un processeur intégré optimise le son délivré en Bluetooth. Voici donc le chaînon manquant du son moderne (39,90 euros). Noxon est distribué par Comtrade.

DEA Factory
Tablette ludique

La tablette MyPlay de DEA Factory se destine au jeu en ajoutant de part et d'autre des contrôleurs de jeu avec un joystick analogique, un pavé directionnel, des gâchettes et des boutons dédiés. Cela permettra enfin de jouer dans de bonnes conditions aux nombreux jeux disponibles sous Android. Pour le reste, c'est une tablette sept pouces à écran capacitif, dotée d'un processeur mono-cour à 1,5 GHz et qui fonctionne sous Android 4. Mais le plus étonnant, c'est un prix de 100 euros vraiment très contenu pour ce qui est proposé.

Windows 8
Le PC est mort

Du moins tel qu'on le connait. Rappelons le modus operandi de l'arme du crime. Windows est surtout tactile même si la souris et le clavier pourront aussi être utilisés. De plus, il peut fonctionner avec tout type de processeur, les classiques x86 ou les mobiles ARM des smartphones et tablettes. Or à quoi sert le tactile sur un ordinateur portable traditionnel avec le clavier devant l'écran. Pas à grand-chose. A l'inverse, pourquoi se passer d'un clavier et d'une souris sur la tablette pour écrire ou créer ? Surtout si on peut avoir les deux et c'est vers quoi l'informatique mobile semble évoluer. De ce que les différents constructeurs nous ont montré, on peut dégager des tendances fortes. On s'oriente vers l'hybride ordinateur/tablette sous toutes ses formes. Ainsi, le clavier peut être intégré ou ajouté, un peu à la manière de ce que propose déjà Asus sur ses Transformer mais sous Windows 8. Asus proposera d'ailleurs le Transformer Book de 11 à 14 pouces. L'intégration du clavier peut aussi se faire en basculant complètement l'écran derrière le clavier avec une charnière 180 degrés, il peut aussi se tourner dans un cadre ou être monté sur rotule. La véritable innovation réside dans le fait que cette ajout du clavier se fait sans épaisseur supplémentaire par rapport à une tablette ou presque. Pour les tablettes Windows 8 à clavier séparé sous forme de station d 'accueil, il semble que c'est le 10 pouces qui soit retenu. Pour les hybrides avec clavier, il y aura apparemment du 11, du 13 et du 14 pouces. Cela pose même la question des tablettes sou Android car on le sait, ce dernier ne brille pas par ses applications bureautiques ou créatives qui sont légion sous Windows. On pourra alors choisir d'utiliser tantôt le tactile, tantôt le clavier et la souris pour le meilleur confort possible. Même Apple pourrait être contraint à réagir. Pour autant, Windows 8 fait aussi face à des défis. Est-ce qu'il sera convaincant sur un notebook traditionnel ? Est-ce qu'il aura un marché applicatif décent lui permettant de lutter ? Une chose est sûre, on ne devrait pas s'ennuyer en IT à la fin de l'année.

Port Designs
Tablettes à égalité

Transporter et protéger les ordinateurs et tablettes, tel est l'objectif de Port Designs qui a développé une vaste gamme de housses universelles. Les gammes Phoenix et Detroit sont des étuis qui s'adapteront donc à toutes les tablettes, quelques soient leurs dimensions. Un jeu d'élastiques permet de caler les tablettes jusqu'à 10,1 pouces et ils servent également de support. Le modèle Phoenix II Universal existe en sept et 10,1 pouces. L'étui est disponible en noir, gris, rouge et violet. Les modèles Detroit disponibles en huit, neuf et 10,1 pouces adoptent un aspect cuir synthétique. Il existe aussi un modèle pour les liseuses 6 pouces avec en prime une meilleure prise en main pour la lecture. Enfin, Port Designs propose aux utilisateurs de tablettes le modèle Palo Alto qui viendra protéger les 10,1 pouces. Elle permet de la positionner en mode paysage, en mode portrait et en mode frappe si on veut par exemple par exemple écrire un email.

T'nB
Le style et la qualité

T'nB se distingue par des périphériques et accessoires au design toujours très original et les nouveaux casques Sixties ne dérogent pas à la règle. Dans un style néo-rétro, ils sont de forme triangulaire et recouverts de cuir véritable. Très confortables à porter, ils proposent aussi un son de qualité grâce à deux haut-parleurs en néodyme superposés. Le premier de 15 mm se charge des aigus et les seconde de 40 mm des médiums et des basses. Ce procédé permet aussi de contenir l'encombrement. Les casques Sixties sont venus 49 euros, un prix vraiment doux en considérant l'originalité, la finition et la qualité sonore.

Tablettes en solde

Jusqu'à présent, une certaine valeur avait été préservée sur la tablette, les modèles à bas prix étant vraiment indigents avec une version antédiluvienne d'Android sans marché applicatif et le plus souvent un écran résistif épouvantable. Mais ce constat appartient désormais au passé. De nombreux acteurs de tous horizons semblent bien décidés à prendre une part du gâteau avec des tablettes le plus souvent achetées telles quelles en Chine. Pour autant, ce ne sont plus des modèles au rabais puisque l'essentiel y est, soit Android 4 et un écran capacitif. Pour réduire les coûts, on se limite en taille au sept pouces et le processeur mono-cœur n'est pas un foudre de guerre mais il suffit à exécuter une majorité d'applications. Les tarifs qui se dessinent avec ces caractéristiques donnent le vertige avec le plus souvent des tarifs sous les 150 euros, un 99 euros de plus en plus fréquent et même un incroyable 79 euros chez HDW. Cette dernière est même dotée d'un processeur très correct à 1 GHz et affiche une bonne fluidité. Le problème, c'est que de tels prix pourraient avoir un effet pervers. Cela n'affectera sans doute pas le haut de gamme de chez Apple et des principaux fabricants de l'IT mais pourrait laisser croire pour le reste qu'il n'y a pas besoin de développement propre et que plus généralement, les modèles nomades doivent être bon marché, les marges générées à ces prix ne permettant évidemment pas d'investir dans la recherche et le développement. Il faudra donc faire attention à ne pas faire du marché des tablettes Android un segment encore plus destructeur de valeur que l'IT, surtout face à Apple et au futur Windows 8. Pour cela, il faut juste que la valeur soit comprise par le consommateur car cela permet d'engendrer une montée en gamme saine avec certes des premiers prix mais aussi du milieu et du haut de gamme qui se justifie. L'avantage de la tablette nomade sous les 100 euros, c'est aussi de pouvoir générer un multi-équipement massif.

MedPi...

2012 Innovation vs crise

AOC monte le son

La star du stand AOC était assurément l'E2343Fi. Ce 23 pouces à rétro-éclairage LED intègre un dock iPhone. Côté affichage, il n'y a rien de spécial à noter. L'appareil embarque une dalle Full-HD TN 5 ms toute simple. En revanche, le pied intègre une paire d'enceintes et un amplificateur relativement puissant. Il faudra se faire une idée à l'écoute, mais en tous les cas, on peut dire que la finition toilée de la base est des plus agréables. Le prix de vente officiel est de 300 euros et ce moniteur devrait être disponible fin juin. On pouvait aussi découvrir un 27 pouces à dalle MVA dans un châssis aluminium que nous connaissions déjà. L'écran n'est pas 3D mais devrait toutefois ravir les amateurs de photo et de vidéo, d'autant qu'il embarque une connectique MHL bien pratique pour ceux qui ont une tablette ou un smartphone Android à la maison.

D-Link
Le réseau dans les nuages

D-Link a décidé de s'attaquer à l'épineux problème du réseau domestique géré en cloud si difficile à appréhender pour le grand public. My Cloud D-Link propose ainsi une interface unifiée qui permet de piloter depuis n'importe quel ordinateur tout ce qui se passe à la maison en toute simplicité. La solution permet aussi le partage avec les appareils mobiles grâce à des applications gratuites iOS et Android. L'idée générale est de pouvoir échanger, partager ou consulter sur n'importe quel appareil et partout sans que la gestion ne demande un diplôme d'ingénieur. Dernier ajout en date, une caméra IP motorisée qui permet de surveiller et de communiquer avec sa maison. D-Link lance aussi le DIR 505 à 50 euros qui est un petit adaptateur de voyage pour ne plus être coupé du monde nulle part. Il s'agit en fait d'une prise qui se branche sur le courant. Elle dispose d'une prise Ethernet qui permet d'y faire parvenir un accès Web, par exemple dans un hôtel, mais qui peut aussi en sortie se brancher à un notebook pour le connecter au Web. L'adaptateur permet de créer un réseau WiFi à partir d'une connexion filaire, il permet aussi de constituer son propre réseau WiFi à partir d'un signal existant et enfin il peut servir de répétiteur pour amplifier un accès WiFi. Cerise sur le gâteau, une prise USB permet de partager sur le réseau créé tous les fichiers qui sont stockés sur une clef ou un disque dur externe, par exemple pour regarder une vidéo sur une tablette. Indispensable pour tous les voyageurs hi-tech !

Thomson
Du fixe au mobile

Thomson, qui était déjà présent sur le segment de la téléphonie fixe, se lance à l'occasion de ce Medpi 2012 dans la téléphonie mobile. La société a présenté une petite vingtaine de références. Son produit phare, le X View 2, est un smartphone doté d'un écran 5,3 pouces (la même taille que le Note de Samsung) et il intègre Android 4.0. A noter que tous les produits mobiles Thomson sont Android et 90%, y compris ce modèle, fonctionnent en double sim. Le X View 2 sera disponible en noir ou blanc à 299 euros cet été. Une série d'accessoires est prévue avec un support GPS, un clavier et une boombox pour profiter de la musique.

Oxygen
Le Shok audio

La Shok ! est une toute petite enceinte sans fil pour smartphone. C'est son design qui retient surtout l'attention. Elle est dotée de deux haut-parleurs sur le devant et deux autres à l'arrière pour les basses. Les Shok ! peuvent se brancher en série pour augmenter le rendu sonore. La batterie au lithium procure une autonomie de 10 heures. L'enceinte intègre aussi un micro, on peut donc l'utiliser pour téléphoner en mains-libres. Elle sera disponible en septembre à 99 euros. Le Kool ! est un casque filaire muni de haut-parleurs rectangulaires. Il enveloppe l'oreille et isole l'utilisateur. Une télécommande et un microphone viennent se greffer sur le câble. Ce casque sera commercialisé à 29,90 euros. Le Moov ! est un casque Bluetooth souple destiné aux sportifs et il ne pèse que 35 grammes et le constructeur promet 10 heures d'autonomie.

TELEFUNKEN®

Absolument craquant !

Sound Mobile

Enceinte Bluetooth
à
chargement
solaire

CADRES PHOTO NUMERIQUE

TELEPHONIE

AUDIO

www.telefunken-digital.fr

MedPi...

2012 Innovation vs crise

Telefunken
Par l'audio

Telefunken a profité du MedPi 2012 pour présenter une large gamme de produits audio, de l'enceinte de voyage, la BS 200 à 59 euros, à un modèle plus grand et plus classique : la BS 400. Le produit phare sera l'enceinte BS 700, un produit 2.1 sans fils, en Bluetooth avec un dock. Il intègre deux satellites de 10 watts auquel s'ajoute un caisson de 25 watts. Telefunken a également présenté une série de mini-chaînes modulables, les PA 200, 210 et 310. Ces trois modèles fabriqués en Allemagne sont déjà disponibles. La société Sopeg qui développe et commercialise les produits Telefunken a aussi signé la distribution exclusive d'iLuv, un spécialiste américain de l'accessoire et du périphérique smartphone et tablette. Parmi les nombreuses références, on retiendra particulièrement les housses Origami et le dock réveil pour iPad et tablettes Samsung.

Logitech
Du clavier pour tous et pour tout

La tendance pour Logitech tourne résolument autour des accessoires pour tablette et un renforcement de produits pour Mac. La marque a mis l'accent sur trois produits. Le premier est un support pour iPad, l'Ultra Thin Keyboard. Ce support aimanté permet de fixer l'iPad sur un socle muni d'un clavier. Vendu 99 euros, il fait également office de protection lorsqu'il est utilisé comme couverture. Second produit phare, le Solar Keyboard Folio. Là encore, le produit est multitâche : protection, support et clavier. Il se recharge par des capteurs solaires avec une autonomie de plusieurs années ! L'iPad peut prendre deux inclinaisons lorsqu'on le place sur le clavier support, une position pour regarder de la vidéo et une autre pour travailler. Il est vendu 129 euros. Enfin, le clavier solaire K760 sera commercialisé en juillet à 80 euros. Il se connecte en Bluetooth à trois produits différents, par exemple un iPhone, un iPad et un ordinateur. Et pour utiliser le clavier avec l'un des trois appareils connectés, trois touches dédiées sont prévues et elles se nomment 1, 2, 3 tout simplement.

Lenovo
Le PC autrement

Alors que quasiment tous les constructeurs informatiques en sont déjà à la seconde génération d'ultrabook, Lenovo aura attendu le MedPi 2012 pour montrer les siens. Heureusement, l'attente n'aura pas été vaine puisque le constructeur a conçu des modèles particulièrement séduisants avec un design qui se distingue des autres ultrabooks disponibles sur le marché. L'U310 en 13 pouces et le U410 en 14 pouces se déclinent en plusieurs couleurs, plutôt douces et féminines pour le premier et plus vives (rouge, bleu et gris) pour le second. Tous deux adoptent le design dit reliure de livre. En effet, la tranche est légèrement creusée. D'autre part, l'épaisseur est la même sur tous les côtés du produit, ce qui permet à Lenovo de dégager plus de place pour la batterie. L'autonomie annoncée est de huit heures. Les produits intègrent la troisième génération de processeurs Intel Core i (Ivy Bridge). Ils seront disponibles à partir de 699 euros. Le constructeur présentait également deux notebooks S 200 en 11,6 pouces. Ils sont disponibles en blanc noir et rose et sont dotés de processeurs AMD. Ils seront disponibles à partir de 379 euros. Enfin, mention spéciale pour l'All-in-One A 720 IdeaCenter. Ce PC tout-en-un de 27 pouces est le plus fin du marché. Toute la technologie est intégrée dans le pied et l'écran est orientable. On peut ainsi le mettre à l'horizontal pour devenir une tablette tactile géante ! Ce concept prendra évidemment tout son sens lorsqu'il sera équipé animé par Windows 8. Il intègre également les processeurs Intel Ivy Bridge et sera disponible à partir de 1499 euros. Lenovo nous réserve aussi d'autres surprises pour la fin d'année dont nous vous reparlerons. Il est grand temps que Lenovo devienne un acteur incontournable pour le grand public en France, tant ses ordinateurs sont le plus souvent innovants et originaux. Côté moniteurs, on pouvait admirer sur le stand un 27 pouces 3D Full-HD au design très impressionnant. Il ressemble à s'y méprendre à un tout-en-un et sera disponible pour la rentrée. Le prix n'est pas encore connu, mais pour les amateurs, sachez que Lenovo a fait le pari de la technologie 3D Nvidia qui reste à ce jour ce qui se fait de mieux sur le marché.

Mobility Lab prend soin de votre Mac.

Découvrez tous nos produits dédiés à l'environnement Apple

MOBILITY LAB

www.mobilitylab.eu

1. Wireless Design Touch For MAC - 2. Hub 4 Ports for Mac rose - 3. Mini Speaker V510 - 4. Optical Mouse for MAC - 5. Hub 4 Ports for Mac bleu - 6. Hub 4 Ports for Mac Silver - 7. Pure Color Optical Mouse White - 8. Cables AV Component - 9. Cables AV

MedPi...

2012 Innovation vs crise

liyama
Encore plus HD

Le constructeur à succès Iiyama continue sur sa lancée en proposant quelques modifications dans sa gamme de moniteurs. Au menu, on constate surtout une propension à proposer des écrans toujours plus performants, avec notamment un choix de dalle plus étoffé. Le XB2380 est ainsi un 23 pouces en dalle IPS alors que le très intéressant X2780HSU sera disponible avec une dalle VA. L'appareil se veut d'ailleurs plus professionnel avec un pied réglable en hauteur et en inclinaison, un mode pivot et un hub USB toujours bien pratique. A signaler aussi la sortie d'un E2481HDS conçu pour le multi-écrans avec des bords très fins de 7 mm ! Iiyama travaille aussi sur un B2776QS, un 27 pouces qui devrait proposer une résolution de 2560 x 1440. Le châssis reste à définir, ainsi que le prix, mais on sait déjà qu'il sera disponible en octobre et qu'il embarquera une connectique totale : HDMI/DVI/VGA et Display Port !

MCL
Android version boite

Le spécialiste de la connectique en tous genres MCL présentait sur son stand une set-top box Web-TV basé sur le système d'exploitation Android. L'appareil se présente sous la forme d'un petit boîtier. Il embarque une version 2.3.4 d'Android pas franchement au goût du jour mais malgré tout suffisamment efficace pour une utilisation courante, dans la mesure où les applications d'Android pour la TV restent relativement limitées de toute façon, faute d'interface tactile. Cela dit, le contrôleur fonctionne plutôt bien. Nous l'avions déjà vu à l'œuvre sur les téléviseurs People of Lava. Il intègre un gyroscope pour la reconnaissance de mouvement, ce qui permet de déplacer un pointeur à l'écran. C'est simple et efficace. Le prix annoncé est de 200 euros environ avec le contrôleur pour une disponibilité à la rentrée.

Neli
Le multiroom à la française

La société rennaise Neli présentait au MedPi une solution multiroom télévisée ultra-simple. Le constructeur commercialise des relais domestiques de télédiffusion avec courant porteur en ligne intégré ! Il fallait y penser. Dernier modèle en date, un décodeur Canal Sat et TNT HD. Il suffit d'installer un boîtier principal N3 (229 euros) dans le salon, puis un récepteur nomade N3N (189 euros) dans une autre pièce pour bénéficier du multiroom, la transmission se faisant par le réseau électrique. On peut même bénéficier de l'enregistrement grâce à un disque dur connecté sur le boîtier principal. Le décodeur Canal Sat dispose de deux tuners et grâce à la seconde carte de décodage livrée par Canal, il est possible de zapper indépendamment sur le bouquet dans deux pièces différentes. Les boîtiers sont vraiment bien finis, avec une façade en bambou très élégante. Côté distribution, pour l'instant la marque privilégie les installateurs et les spécialistes du courant faible, le réseau long en quelque sorte. Mais gageons que cette excellente initiative trouve preneur bientôt dans le réseau de distribution traditionnel.

Philips
Moniteurs innovants

Philips MMD présentait sur son stand une batterie de nouveautés très intéressantes. Commençons par le Lightframe. Il s'agit d'un 24 pouces disposant d'un cadre illuminé en bleu qui permet - selon la marque - de réduire le stress oculaire. En tous les cas, on sait que la teinte est utilisée aussi dans les applications militaires pour simuler une aube artificielle, ce qui permet aux pilotes de moins fatiguer. Lorsque le cadre est éteint, la finition tire sur le noir/vert brillant, ce qui est tout de même plus agréable que le blanc translucide de la version précédente. Ce 248X3 sera commercialisé à 299 euros et arrivera au courant de l'été. Philips proposera également une version mise à jour de son modèle Blade, le 239C4. Ce modèle au design ultra-fin intègrera dans son pied deux prises HDMI et une entrée VGA. La dalle est une IPS Full-HD et deux diagonales sont annoncées, un 23 pouces à 180 euros et un 24 pouces à 200 euros. Philips annonce avoir travaillé sur la stabilité de la dalle, un bon point.

Projet1:Mise en page 1 16/05/2012 19:50 Page 1

gear4

STREET PARTY® WIRELESS

ENCEINTE NOMADE

AVEC FONCTION TÉLÉPHONE MAINS-LIBRES

Diffuse la musique sans fil
à partir de tout appareil Bluetooth®*

gear4.com

* Portée Bluetooth 3.0 (A2DP) jusqu'à 10 m, selon la ligne de visée.

© 2012 Disruptive Limited. Tous droits réservés. La marque Bluetooth® et ses logos sont des marques déposées de Bluetooth SIG, Inc.
GEAR4 et StreetParty sont des marques commerciales de Disruptive Limited. Tous droits réservés. 1025

Alcatel Phones XS
Un téléphone de poche

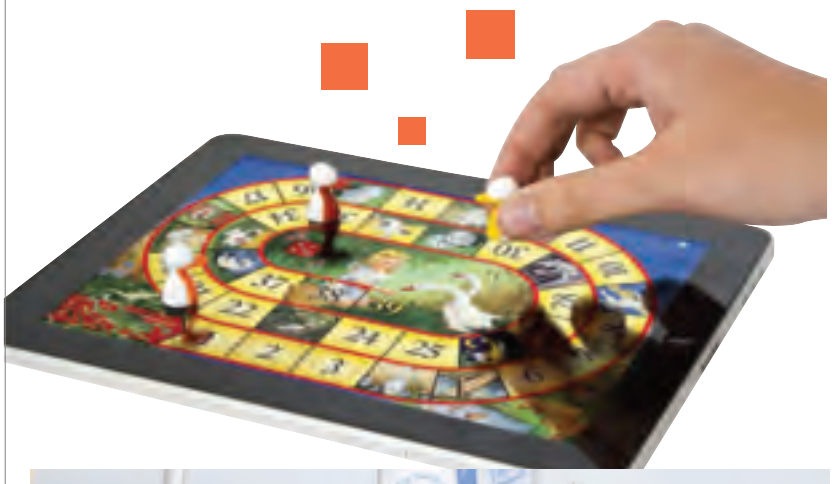
Baptisé Macaron au début, le pendentif communicant d'Alcatel Phones se nomme désormais XS. Le fabricant l'a avant tout conçu comme un combiné supplémentaire lié au téléphone fixe du domicile. Le XS s'avère par ailleurs compatible avec les téléphones fixes de plusieurs constructeurs comme ceux de Gigaset ou de Philips. Capable de garder en mémoire trois numéros de téléphone, le XS permet à son possesseur d'émettre ou de recevoir des appels. Dans le but d'en faciliter le nettoyage, Alcatel Phones a protégé les touches à l'aide d'une membrane. Le distributeur Logicom a également pensé à un volet service. Une plate-forme peut par exemple envoyer un message toutes les 24 heures pour s'assurer que le pendentif est toujours en bon état de marche. L'accessoire sera commercialisé au prix de 30 euros.

Utano
A l'épreuve des camions

Distribuée en France par le grossiste Electrocom, la marque spécialisée dans les mobiles durcis Utano présente cinq références. Produit phare de la gamme, l'Utano Barrier T180 est un smartphone 3G sous Android (2.3.5.1) doté du WiFi, d'un appareil photo numérique 5 Mpixels avec flash, du Bluetooth et d'un double compartiment pour cartes SIM. Malgré son écran tactile, il résiste aux chocs (même à celui d'un camion lui roulant dessus), à l'eau et à la poussière, répondant en cela aux impératifs de la norme IP67, celle des équipements militaires. Ce smartphone quadri-bande embarque aussi la fonction GPS et tout qu'il faut pour écouter de la musique et regarder des vidéos. Son prix public est de 329,90 euros.

Jumbo iPawn
Figurine tactile

Il fallait y penser ! L'iPad peut servir de plateau de jeu animé, il suffit de placer un i-Pion dessus, traduction littérale d'iPawn. Le principe est simple. En plaçant le pion sur le plateau, l'iPad sait où il se trouve et déclencher des actions en fonction. iPawn a donc revisité quelques classiques des jeux de société en version augmentée et enrichie. Chaque boîte est livrée avec quelques pions et une application est à télécharger gratuitement sur l'App Store. Il existe quatre jeux pour l'heure mais d'autres suivront. La pêche à la ligne est le plus amusant. L'iPad placé à plat affiche une mare dans laquelle frétillent les poissons. Il s'agit d'attendre qu'ils ouvrent la bouche pour placer votre hameçon dessus et en tirer un vers votre seau. Mais attention, les autres joueurs peuvent essayer de vous le voler, un brochet cherche à le manger et des nénuphars vous bloquent. Et si vous ne regardez pas, une cigogne vient manger directement dans votre seau. Il faut un temps pour s'habituer à bien placer votre canne à pêche mais après, c'est vraiment amusant. Le Air Hockey fait appel à deux palettes et s'avère également drôle. Le jeu de l'oie plaira aux petits avec de belles animations selon les cases sur lesquelles on échoue. Il n'y a que Snakes and Latters qui n'exploite pas vraiment le potentiel interactif. C'est donc vraiment une bonne idée très originale et on attend avec impatience les prochains jeux. Jumbo est distribué par Comtrade et chaque jeu vaut 12,90 euros.



Pub SNIPE - JDLIv2-vect.pdf 1 11/06/12 15:43

SEDEA®
ELECTRONIQUE

EXCLUSIVITÉ SEDEA

SNIPE

Antenne Satellite Plate à **Recherche Automatique**

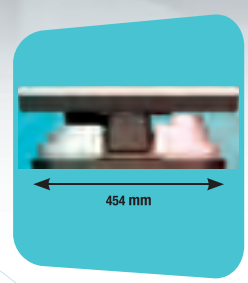
COMPATIBLE AVEC TOUS LES RÉCEPTEURS SATELLITE

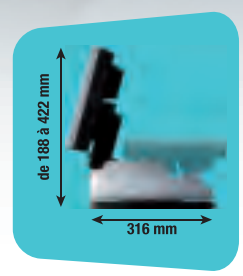
Equivalent à une parabole 65

IDÉALE* POUR BALCON, CAMPING-CAR, CARAVANE, BATEAU, CAMION...
*utilisation uniquement à l'arrêt

Recherche automatiquement le satellite choisi en fonction de votre position GPS.

Se pose ou se fixe.





Dimensions compactes : 454 x 316 x 188 à 422 mm

www.sedea.fr

Information et contact : **Laurence EVRARD**
03 20 96 59 92 - **laurence@sedea.fr**

Nous nous réservons le droit de modifier les caractéristiques techniques de nos produits sans préavis. Tous droits de reproduction réservés textes, photos et illustrations. Documents non contractuels. JUIN 2012

MedPi...

2012 Innovation vs crise

HP
L'envie et le spectre

HP dévoile sa seconde génération d'ultrabooks. Dès juin, les Envy 4 en 14 pouces (699 euros) et les Envy 6 en 15,6 pouces (799 euros) seront disponibles en magasin. Ils se distinguent notamment par une connectique complète, un écran Full-HD, un trackpad plus grand et plus confortable ainsi que par le système Beats Audio déjà présent sur beaucoup de produits de la marque. Pour ces modèles, HP a choisi une finition métal aluminium noir avec un dessus brossé et un dessous « soft touch » plus agréable et surtout qui empêche le PC de glisser. Le Spectre mise lui sur un design très original qui combine verre et métal. Un premier modèle est doté d'un écran 14 pouces dans un châssis de 13 pouces. A cela s'ajoute un détecteur de présence qui permet au PC de se mettre en veille automatiquement. Il embarque aussi un disque SSD de 128 Go et le système Beats audio. Il sera disponible en juillet à 1499 euros. Le Spectre XT en 13 pouces est un peu plus fin et opte pour une coque en aluminium brossé. Il sera vendu 999 euros.

Belkin
I-domotique

Belkin se lance dans la domotique avec ses « appcessoires » WeMo. Comme leur nom l'indique, ces nouveaux produits sont contrôlés en WiFi par un smartphone. La gamme compte un interrupteur à distance WeMo Home (50 euros) et un détecteur de mouvement WeMo (60 euros). On peut ainsi allumer ou éteindre une prise via son smartphone. L'application gratuite WeMo est disponible en téléchargement sur l'App Store et Android Market. Belkin présente également un Baby Monitor qui transporme un smartphone en babyphone. Il devrait être disponible en France d'ici à la fin de l'année (99 euros).

Hercules
L'enceinte marathon

Hercules se lance à son tour dans l'audio sans fil avec une première enceinte au look ravageur. Plutôt portable, sa taille conséquente lui permet de loger une surface de membrane conséquente avec à la clé un son puissant et qui ne manque pas de graves. La communication est propriétaire et l'enceinte se destine exclusivement à l'usage avec un ordinateur grâce à l'adaptateur USB fourni. L'avantage est que la connexion est immédiate sans aucune manipulation côté notebook et que la qualité de transmission est parfaite. La batterie surdimensionnée autorise une autonomie incroyable avec plus de 20 heures sur une seule charge. A noter aussi la petite télécommande qui se fixe par magnétisme au centre de l'enceinte. La WAE sera disponible en juillet au prix de 199 euros.

Acer
Sans fil et au laser

Difficile d'innover au rayon moniteur informatique. Le marché n'est pas franchement à la fête. Acer cherche donc l'originalité avec le DW271HL. Il s'agit d'un 27 pouces à dalle TN/LED. Il offre une résolution Full-HD pour un temps de réponse de 5 ms. Jusqu'ici rien de très original. Mais en plus de VGA et du DVI, ce moniteur dispose d'une connectique sans fil compatible ClearFi, la solution de partage numérique du constructeur. Pour l'instant, il s'agit d'une solution propriétaire basée sur le WiFi. Seuls les appareils Acer ClearFi sont donc compatibles. On peut afficher depuis une tablette ou un PC portable jusqu'à une résolution de 720p à 60 Hz. A l'essai, c'est assez bluffant. Les vidéos sont d'une grande fluidité. Ce 27 pouces sera disponible dès septembre pour un prix de 300 euros à confirmer. Acer présentait également le renouvellement de sa gamme de vidéoprojecteurs. Là aussi, le constructeur innove avec un nouveau rétro-éclairage couplant des LED à un trio de LED laser pour une luminosité explosive de 2000 Lumen dans un encombrement ridicule. Pour l'instant, il s'agit d'un modèle 4 :3 commercialisé à 1100 euros mais une version Full-HD destinée aux joueurs devrait voir le jour d'ici Noël.

Cyborg
Jeu extrême

Cyborg sort deux nouveautés à destination des joueurs sur PC. Tout d'abord, une nouvelle souris que nous vous présentions dans le Showcase produits du JDLi n°217. Elle reprend le principe des souris gamers de la marque, elle est donc ultra-personnalisable, réglable et adaptable pour un confort maximale. La MMO 7 Cyborg est d'ailleurs particulièrement adapté à un certain Diablo III…. Elle est déjà disponible à 119 euros. Le casque FREQ 5 sera lancé en septembre à 149 euros. Surround, il adopte le look Cyborg et il est doté d'un micro détachable. Il est pour l'instant proposé en noir mais arrivera ensuite en blanc.

HP
Sans fil en interne

Le Dongle Wireless TV Connect est une option proposée par HP sur sa gamme d'ordinateurs portables pour le reliées sans fil à un grand écran ou à un téléviseur. Le kit de connexion comprend une base assez massive à connecter au port HDMI de la TV et un adaptateur à brancher sur l'ordinateur. L'édition 2012 se distingue par sa capacité à diffuser du Full-HD et en 3D ! Le prix de vente de ce kit sera proche des 150 euros.

Haier change de diagonale

Le constructeur chinois Haier poursuit sa percée en Europe avec une nouvelle gamme de téléviseurs des plus surprenantes. En effet, Haier parie sur de nouvelles diagonales avec notamment l'apparition d'un 39 pouces en gamme Z18. Cette ligne d'écrans se veut minimaliste tant sur le plan des spécifications que de celui du prix et du design, avec notamment un bord très fin. L'idée est relativement simple, dans l'encombrement d'un 32 pouces, on peut facilement caser un 39 pouces à bord fin. C'est un argument de vente pertinent. Les diagonales vont donc de 39 à 46 pouces. Avec un prix de vente qui devrait avoisiner les 600 euros pour la version 46 pouces, Haier frappe fort. Ces téléviseurs ne sont pas 3D ni connectés mais ils intègrent une prise USB pour l'enregistrement. Le 39 pouces est d'ores et déjà disponible, pour le 46 pouces, il faudra attendre fin juin. Autre nouveauté, technologique celle-là, le Direct LED fera son apparition en fin d'année dans la gamme Haier. Elle remplace purement et simplement les tubes CCFL des anciens rétro-éclairage par des matrices de LED. Le téléviseur n'est donc pas aussi fin qu'un modèle LED edge mais conserve malgré tout les qualités intrinsèques de la technologie LED, à savoir une consommation réduite et un éventail de couleurs potentiellement plus large. C'est aussi un espoir de voir se résoudre les problèmes d'uniformité traditionnellement rencontrés sur les écrans LED en edge ! Une affaire à suivre.

iCreation
Combiné qui charge

Qui n'a pas connu les retours à la maison en fin de journée avec la batterie de son iPhone à plat, alors qu'il reste encore des coups de fil à passer ? Pour répondre à ce problème, Electrocom propose une gamme de chargeurs d'iPhone très accessible qui permet de charger son téléphone tout en continuant à passer des appels grâce à un petit combiné Bluetooth posé tout simplement sur la base. Uniquement pourvu d'un micro et d'un haut-parleur, le combiné permet d'utiliser Siri, l'assistante vocale de l'iPhone. Ce principe est décliné en deux modèles, l'iCreation i350 (29 euros) et i450 (39 euros) qui sont deux variations de design sur le même principe. Un troisième modèle, l'iCreation i700 propose à la place du combiné tout simple un terminal DECT à écran couleur et clavier numérique complet qui permet de passer ses coups de fil depuis sa ligne fixe ou mobile en utilisant le répertoire de l'un ou de l'autre terminal. L'iCreation i700, qui se connecte à l'iPhone en Bluetooth, est commercialisé au prix de 99 euros.

MedPi...

2012 Innovation vs crise

Dane-Elec
Avengers et tablette 3D

Dans la catégorie des clés USB, Dane-Elec rafraichit les Cap'less, ces clés USB 2.0 ergonomiques et tendance. Elles adopteront notamment la couleur 2012 de Pantone, le rouge Tango. En USB 3.0, le constructeur propose ses clés Sport sans capuchon et pour la rentrée des classes sa gamme Bytes. Pour coller à l'actualité, Dane-Elec exploite la licence Avengers et lance quatre clés figurines de 8 Go (Hulk, Captain America, Iron Man et Thor). Spiderman et Wolverin sont aussi de la partie en 4 Go.

La tablette My-Mate 3D en sept pouces se distingue car c'est la seule à être capable de décoder la 3D et de l'afficher sur un téléviseur idoine par le HDMI. Vendue 139 euros, elle tourne sous Android 4.0 et intègre 8 Go de mémoire interne. Enfin, Dane-Elec lancera en octobre prochain une nouvelle version de sa solution de stockage My Ditto. Elle se déclinera en trois formules, solo pour un compte utilisateur, Family pour cinq et Pro pour 25. La version Solo sera commercialisée 200 euros. Ce système est totalement Plug and Play et permet un stockage physique comme sur le Cloud. My Ditto fait aussi peau neuve avec un look radicalement différent, une boite noire creuse, carrée et à angles droits. Les disques durs se trouvent sur les côtés et le design permet une meilleure évacuation de la chaleur. Le tout est silencieux et prendra place naturellement dans le salon.

Ion
L'iPad en folie

Ion avait déjà surpris en lançant l'Icade une borne d'arcade en bois qui accueille l'iPad. Cette fois-ci, Ion multiplie l'originalité et transforme même l'iPad en guitare électrique. Vendue 150 euros, l'All Star Guitar accueil l'iPad sous une trappe et ensuite on joue comme sur une vraie en grattant la surface tactile de la tablette. Le manche est hérissé de boutons qui correspondent aux notes pour pouvoir plaquer des accords comme en réalité. Tout cela fonctionne bien sûr avec une application à télécharger gratuitement. La Piano Apprentice à 99 euros est un petit clavier qui là encore se connecte à l'iPad et qui permet d'apprendre le piano grâce à une application. L'iDJ 2 Go est une table de mixage DJ qui accueille l'iPad et se sert de son écran (99 euros). Côté jeu, l'iCade Core reprend le principe de l'iCade mais il ne s'agit plus que d'un support pour iPad avec une manette arcade à l'ancienne à un prix plus démocratique de 79 euros. Enfin, l'iCade Mobile transforme l'iPhone en console de jeu. Le smartphone se glisse dans l'appareil doté de boutons et d'un pavé directionnel pour enfin jouer aux jeux d'arcades dans de bonnes conditions (79 euros). Rappelons que les produits Ion sont distribués par Algam en France.

Olympia
L'heure de l'appel

Le concept de la montre-téléphone n'est pas nouveau mais à travers ce nouveau modèle Olympia, Electrocom le démocratise. Pensée sur le modèle de la Swatch, elle ressemble à la fois par son esthétique jeune et colorée mais aussi par son approche pris puisqu'elle est vendue 99 euros. Le grossiste offre même à ses distributeurs un présentoir ad-hoc pour l'achat de 70 montres, ainsi qu'un display plus petit à poser sur un comptoir. Cette montre-téléphone est livrée avec une oreillette et un adaptateur pour cartes micro SIM.

Egardia
Alarme et domotique 2.0

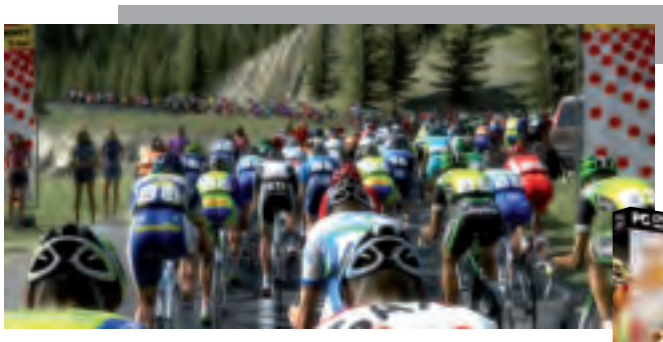
Installer une alarme à la maison est le plus souvent très pénible et très long avec de plus un système de protection antédiluvien au regard de l'état actuel du hi-tech. Egardia propose enfin une solution en accord avec son temps. Le kit de base comprend une centrale d'alarme qui se relie au réseau, un clavier mural, deux détecteurs de mouvement, un capteur de porte et une télécommande avec bouton panique, que du très classique jusque-là. Là où le système se distingue, c'est déjà par une grande simplicité d'installation sans contraintes de protection. C'est rendu possible car l'alarme qui se relie au réseau domestique se paramètre par une interface Web. Depuis n'importe quel ordinateur, elle permet de tout installer en quelques minutes de manière explicite et très simple. De même, une application iPhone et Android permet de tout gérer à distance et d'être prévenu immédiatement de toute intrusion. Moyennant un abonnement, on peut aussi se relier à un centre de surveillance qui sera prévenu immédiatement dès l'intrusion grâce à la technologie IP. Mais le système en propose encore plus grâce à une modularité étonnante. Ainsi, on peut acheter un bouton panique qui en appuyant préviendra une liste de personnes sur leurs smartphones. On peut aussi ajouter une caméra qui permet de voir ce qui se passe sur un appareil mobile à distance. Mais le plus novateur sont des prises de courant intelligentes. Vous y branchez les appareils de votre choix et vous pouvez ensuite contrôler leur mise sous tension à distance. Cela permet par exemple de les piloter par l'iPhone, d'éteindre physiquement toute veille pour la nuit ou encore de prévoir un système de lumière en votre absence. Le kit de base vaut 230 euros.

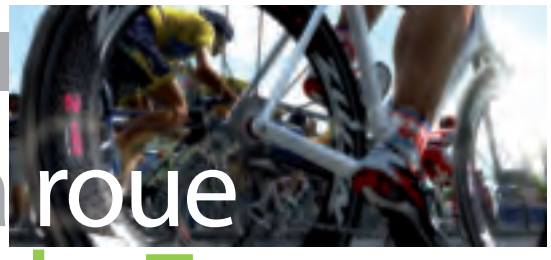
Doom gagne en definition

Dernier-né de la fameuse saga, Doom 3 (2004 sur PC) va profiter d'une cure de jouvence d'ici la fin de l'année. Bethesda Softworks annonce en effet pour cet automne un Doom 3 BFG Edition, à paraître sur PC, PlayStation 3 et Xbox 360. Outre des graphismes revus à la mode haute définition pour Doom 3, les amateurs de jeux d'action en vue subjective seront ravis d'apprendre que cette galette comprendra également du contenu supplémentaire dont l'extension Resurrection of Evil, sept niveaux inédits (The lost Mission) mais aussi les historiques Doom 1 et 2. Cette réédition de Doom 3 sera également compatible affichage 3D, son 5.1 surround et comprendra notamment un nouveau système de sauvegardes plus flexible. A noter que id Software annonce l'apparition d'une nouvelle source d'éclairage dans le jeu, permettant enfin de pouvoir tirer tout en éclairant !

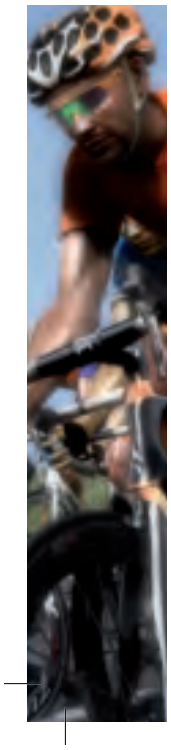
Diablo fait son effet

Quelques jours après le lancement de Diablo 3, Blizzard Entertainement communique sa satisfaction autour de l'accueil réservé à son jeu. Et il y a de quoi, avec un titre qui comptait déjà 6,3 millions de joueurs dans le monde une semaine après sa sortie (hors joueurs des salles réseaux coréennes selon l'éditeur). D'après l'éditeur, le fameux jeu de rôle/action s'était vendu à pas moins de 3,5 millions d'exemplaires dans les 24 heures suivant sa publication et 1,2 million de joueurs ont profité du jeu *« dans le cadre de l'offre un an pour World of Warcraft »*, ce qui amène à 4,7 millions de joueurs dans le monde ayant pratiqué Diablo 3 dans la journée suivant son lancement. *« Le lancement de Diablo 3 à la Fnac fut un succès considérable grâce à la remarquable collaboration entre les équipes de Blizzard et celles de la Fnac »*, souligne Enrique Martinez, Directeur général France de la Fnac où une soirée de lancement avait été organisée. Depuis le 15 mai, Diablo 3 est disponible sur PC et Mac. Qui a dit que le jeu sur micro se portait mal ?





Focus dans la roue du Tour de France



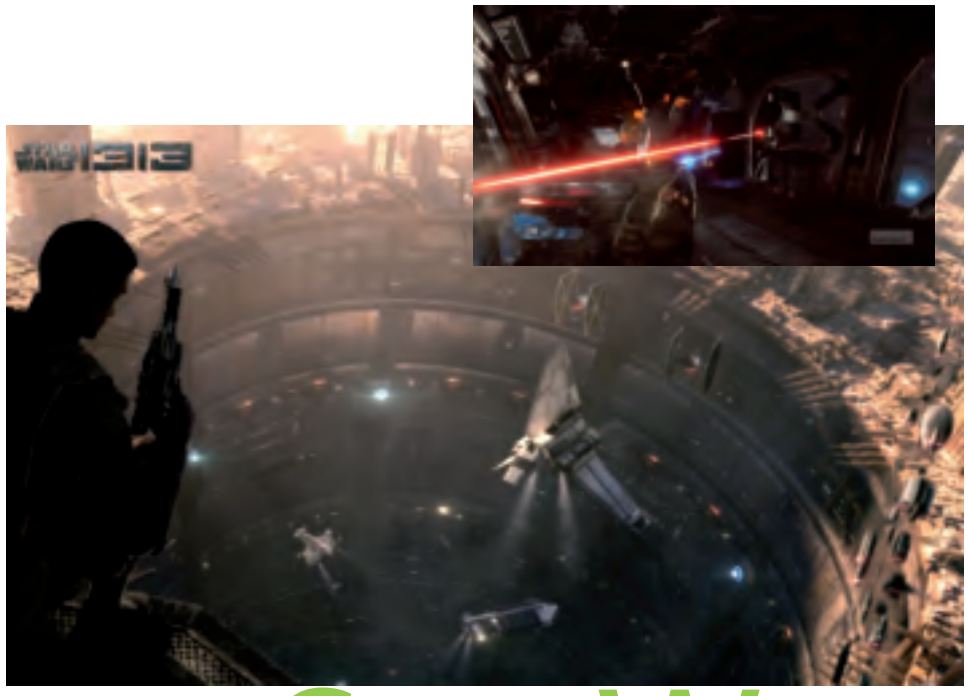
Pour la seconde fois, Focus Home Interactive va lancer ce été non pas un jeu de cyclisme mais deux titres ! Si Pro Cycling Manager sortira bien évidemment sur PC (sa plate-forme de prédilection) le 21 juin, les consoles de salon (Xbox 360 et PlayStation 3) vont aussi accueillir Le Tour de France 2012 le 28 juin. Deux titres bien distincts, comme le souligne Adrien Rotondo, Junior International Product Manager chez Focus Home Interactive : *« Sur PC, le joueur est dans la peau d'un manager et dirige une équipe pro durant une saison complète où la gestion/simulation prédomine. Sur consoles, on est plus dans la simulation sportive pure où le joueur ne dispute qu'une seule épreuve, la plus belle, le Tour de France, en incarnant un champion cycliste »*. Véritable classique sur ordinateur, Pro Cycling Manager 2012 s'adresse donc avant tout aux amateurs éclairés de cyclisme, le titre permettant de disputer 180 compétitions aux quatre coins du globe, de la Vuelta (Tour d'Espagne) au Giro (Tour d'Italie), des Classiques Ardennaises au Tour d'Australie et passant bien sûr par le Tour de France. Au total, ce sont 81 équipes sous licence que le joueur pourra diriger, avec comme mission la gestion des sponsors, les contrats des joueurs, équipements et bien sûr les stratégies de course. Le Tour de France 2012 sur PlayStation 3 et Xbox 360 est lui plus grand public. Le joueur y incarne donc un coureur sur la plus célèbre course cycliste au monde et doit élaborer des stratégies, créer des alliances et bien sûr gérer ses efforts tout au long des 21 étapes de la Grande Boucle.

Deux titres en tandem

Lancer deux titres (presque) simultanément permet à Focus de toucher deux publics différents mais aussi d'élargir ses ventes. Si Pro Cycling Manager existe depuis 12 ans et *« se classe dans les pays comme la France où le cyclisme est populaire, parmi les toutes meilleures ventes de l'été »* selon Adrien Rotondo, Le Tour de France est apparu l'année dernière et s'est classé *« dans le top 3 console durant les quatre semaines du Tour de France »*. Au total en 2011, toujours selon Adrien Rotondo, « entre les versions PC magasin, nous avons vendu l'année dernière près de 70 000 jeux pendant l'été ». Si en Europe Pro Cycling Manager se vend majoritairement en magasins, le titre a la particularité d'être uniquement commercialisé en téléchargement aux Etats-Unis, car « les éditeurs américains pensent que le cyclisme reste un sport mineur malgré la popularité de champions comme Lance Armstrong » et ce depuis 2003 ! Cela a donc obligé Focus a *« fournir de gros efforts sur la vente dématérialisée. Nous avons fait des campagnes marketing en ligne efficaces et touché énormément de joueurs aux Etats-Unis »*. Une stratégie qui semble porter ses fruits, les US étant le premier territoire en termes de revenus en ligne sur le titre.

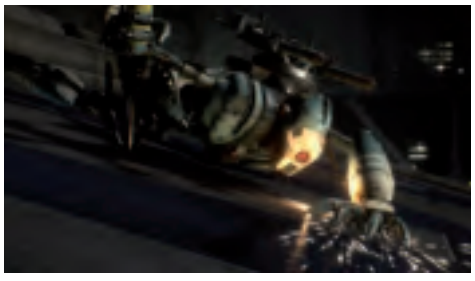
Un marketing roue dans roue avec le Tour

Pour supporter les deux jeux, Focus s'appuie logiquement sur le Tour de France (30 juin au 22 juillet) comme le souligne Adrien Rotondo : *« nous allons communiquer à grand renfort de pub TV, radio, campagnes web, print et cross-promotions. Nous serons présents sur les retransmissions du Tour de France en TV pendant toute la durée de l'événement, sur les directs radio de RMC, sur les sites de L'Equipe et d'Orange Sports, les sites leaders sur le segment, sans oublier le site officiel du Tour, absolument indispensable pendant l'évènement. C'est la fenêtre idéale pour toucher les amateurs de cyclisme ! »*

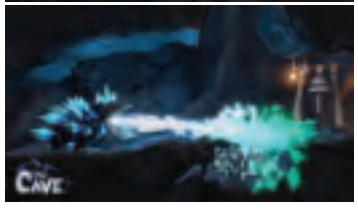


Nouveau Star Wars en approche

Non, il ne s'agit pas d'un nouveau film de la célèbre saga, mais d'un nouveau jeu vidéo annoncé qui sera basé sur l'univers créé par George Lucas puisque c'est désormais du côté du jeu vidéo que la série se poursuit (Knight of the Old Republic sur PC)… LucasArts annonce ainsi un tout nouveau titre, Star Wars 1313, qui se présentera comme un jeu d'action/aventure à la troisième personne où il s'agira d'incarner « *un redoutable chasseur de primes dans un monde plus cruel et sombre que jamais* ». L'action prendra place sur la planète Coruscant où un sombre complot devra être déjoué par le biais d'un personnage privilégiant capacités physiques et gadgets hi-tech aux pouvoirs de la Force…. « *Nous sommes ravis de partager l'un des projets les plus complexes à développer de LucasArts* », explique Paul Meegan, Président de LucasArts. « *Star Wars 1313 nous plonge dans une certaine partie de la mythologie Star Wars. Nous avons toujours su qu'elle existait mais nous n'avons jamais eu la chance de la visiter* ». Activision promet plus d'informations sur le sujet autour de l'E3…

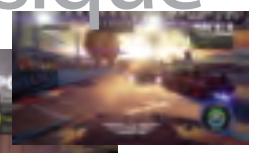


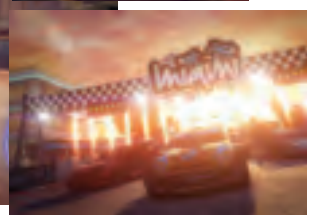
Ron Gilbert chez Sega



Le fameux développeur de jeux d'aventures (Maniac Mansion, The Secret of Monkey Island….) verra son prochain jeu publié par Sega. L'éditeur japonais a en effet annoncé la signature d'un accord avec le studio Double Fine Productions (dirigé par Tim Schaffer, autre ancien de LucasArts) pour la commercialisation de The Cave, un jeu de plate-forme/aventure qui sera proposé sous forme dématérialisée sur PC et consoles au début de l'année 2013. Il y sera question d'exploration de caves avec énigmes et, comme souvent chez Ron Gilbert, univers décalé à la clé.

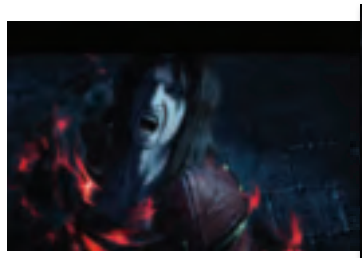
Nouveau Dirt plus physique

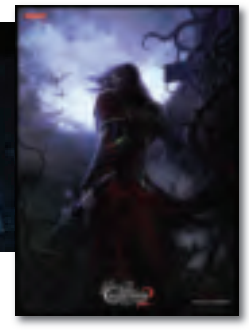




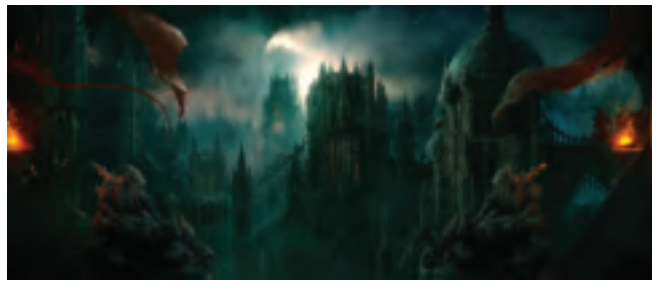
Codemasters vient de publier un nouveau volet de la série Dirt sur PC, PlayStation 3 et Xbox 360. Dirt Showdown représente une nouvelle évolution dans la série, dans le sens où ce volet est plus orienté action que jamais. Demolition Derby et autres événements invitant à la tôle froissée sont au programme de ce nouveau Dirt qui explore de nouveaux types de gameplays. Toujours basé sur l'impressionnant moteur maison de Codemasters, le jeu propose de multiples modes de jeux en solo ou à plusieurs en réseau. Namco Bandai se charge de la distribution du jeu en France.

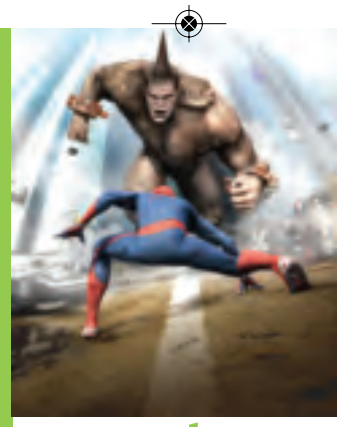
Castlevania ressort le fouet





L'une des séries historiques de Konami devrait faire un retour remarqué l'année prochaine. L'éditeur japonais annonce en effet un Castlevania : Lord of Shadow 2 actuellement en développement sur PlayStation 3 et Xbox 360. Après un premier volet qui explorait les origines du personnage, l'incontournable Comte Dracula est bien évidemment de retour. Affaibli, il va chercher à renouer avec sa puissance d'immortel et devra pour cela explorer à nouveau son château aux mille dangers et faire face à la famille Belmont. La sortie du jeu est programmée pour 2013.





L'Araignée sur tous les écrans

Dans la grande famille des films de super-héros, la nouvelle version de Spider-Man signée Marc Webb est attendue comme l'une des sensations de cet été (sortie en salles le 4 juillet). Depuis une quinzaine d'années, Activision publie les jeux basés sur le personnage du tisseur (adaptation de film ou non) et le nouveau long-métrage de Sony Pictures ne fera pas exception à la règle avec un nouveau titre annoncé pour la plupart des machines de jeu pour le 29 juin prochain. The Amazing Spider-Man permettra d'incarner le super-héros et de partir à l'exploration de la ville de New York en monde ouvert (sur consoles HD), dans un scénario prenant place après les événements du film, en composant une sorte d'histoire épilogue. Il s'agira évidemment de participer à diverses missions et combats à travers la ville pour notamment protéger New York de multiples criminels et super-vilains dont Rhino. S'il ne s'agit donc pas du premier titre de l'éditeur sur le sujet, celui-ci annonce des possibilités de jeu innovantes avec notamment une nouvelle gestion de la fameuse toile du personnage permettant *« des mouvements jamais vus »* pour le personnage créé par Stan Lee. The Amazing Spider-Man sera publié sur PS3, Xbox 360, Wii, Nintendo 3DS et DS.

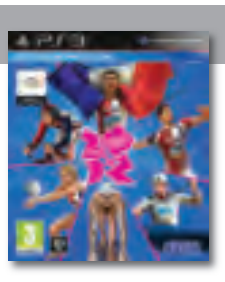
Jonah Lomu joue aussi sur Vita

Après avoir foulé les pelouses sur PC, PlayStation 3 et Xbox 360, Jonah Lomu Rugby Challenge Vita débarque le 29 juin sur la console portable de Sony. Au programme, 96 équipes jouables dans 31 stades avec différents modes de jeu comme Compétition ou Carrière, seul ou à plusieurs d'ailleurs. PS Vita oblige, le titre prend en compte les spécificités de la console telles l'écran tactile ou la surface tactile située à l'arrière. Pour toujours plus coller à l'ambiance, Grant Nisbett et l'ancien All Black Justin Marshall se chargent des commentaries audio.

Un marketing de circonstance

Côté marketing, le titre de Sidhe Interactive mise sur la fin de saison du Championnat de France de Rugby pour se faire connaitre, mais également sur ses (nombreuses) licences officielles, comme le confirme Thierry Ortolan, Gérant de Tagmae : *« Nous relançons les actions marketing sur les joueurs des clubs et les clubs eux-mêmes comme nous avions fait pour les formats précédents tout en capitalisant sur les demi-finales et finale du Top 14 (les 2-3 juin et le 9 juin). A ma connaissance nous sommes les seuls à proposer un jeu de Rugby sur Vita, les seuls à avoir la licence du Top 14 et celle des champions du monde : les fabuleux All Blacks ! »*

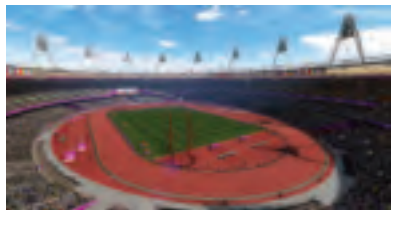
Sega déjà à l'heure des JO

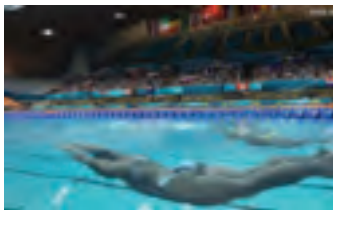


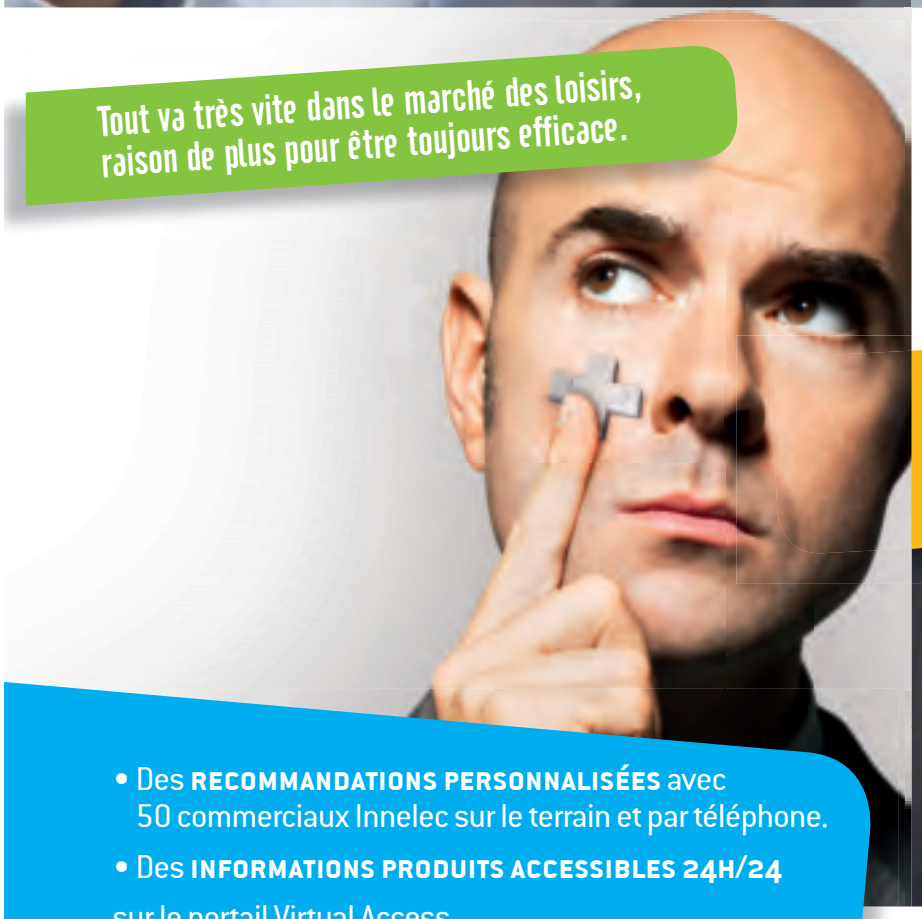
Si les Jeux Olympiques d'Eté ne démarrent que le 27 juillet (jusqu'au 12 août), les joueurs pourront déjà s'adonner à la compétition dès le 29 juin sur PC, PlayStation 3 et Xbox 360. Londres 2012 Le Jeu Vidéo est comme son nom l'indique le jeu officiel de ce qui s'annonce comme l'évènement sportif de l'été prenant place dans la capitale anglaise. Fort de cette licence exclusive, Sega annonce un titre plus riche avec *« de nouvelles disciplines, de nouvelles épreuves et de nouveaux modes de jeu »* et aussi ayant gagné en réalisme grâce *« aux commentaires réactifs, aux graphismes ultra réalistes et à une présentation inspirée des retransmissions télévisuelles »*. Au total, ce sont 45 épreuves qui sont jouables, dont quelques inédites dans l'histoire des jeux vidéo sans bien évidemment oublier les sports vedettes des Olympiades (courses, natation ou encore cyclisme sur piste).

L'honneur du drapeau

Evidemment jouable à plusieurs, Londres 2012 Le Jeu Vidéo comprend une douzaine d'épreuves bénéficiant des technologies de reconnaissance des mouvements (Kinect sur Xbox 360 et Move sur PlayStation 3). De plus, quatre modes de jeu seront disponibles : Épreuves, Jeux Olympiques, Jeux en ligne, Mini-jeux et même le jeu en ligne avec différents classements afin que chaque joueur se batte pour sa nation avec des points de « Fierté nationale » !







Photographies : © Corbis - Le Parti Du Client.

- Des **RECOMMANDATIONS PERSONNALISÉES** avec 50 commerciaux Innelec sur le terrain et par téléphone.
- Des **INFORMATIONS PRODUITS ACCESSIBLES 24H/24** sur le portail Virtual Access.
- **TOUTES LES NOUVEAUTÉS** à venir chaque mois dans le catalogue Avant-première.

Pour tout renseignement :
01 48 10 55 55 et **WWW.INNELECMULTIMEDIA.COM**

innelec multimedia

Nous prenons les loisirs très au sérieux.

fifa 13 Plus réaliste et plus joueur

Fin mai, David Rutter, Producteur du jeu, présentait à la presse française quelques nouveautés du prochain Fifa 13 dans un cadre tout trouvé, le Parc des Princes à Paris. Après un Fifa 12 ayant fait la quasi-unanimité, le prochain millésime de la licence est d'autant plus attendu par les joueurs et le marché. Le point sur les nouveautés annoncées.

Par Guy Pichard

C'est dans ce lieu si approprié des salons First du Parc des Princes Porte de Saint-Cloud à Paris qu'Electronic Arts a présenté les grandes lignes de son prochain Fifa 13 dont la sortie est prévue comme le veut la tradition pour l'automne. Après une saison footballistique riche en émotions, le stade du club de la capitale sommeille quelque peu jusqu'à la rentrée et c'est donc logiquement qu'EA a choisi ce cadre prestigieux pour présenter le prochain volet de sa licence non moins prestigieuse. « *L'une des forces du football est que ce sport est imprévisible* », c'est avec cette phrase de l'entraineur du Real Madrid José Mourinho que David Rutter a lancé la présentation, sonnant comme un mot d'ordre pour le nouveau Fifa. Ce prochain opus laissera donc une plus grande place au hasard, aux contrôles de balle manqués, aux erreurs humaines, et donc on l'espère au réalisme. Évidemment, chaque année le titre est annoncé comme lorgnant toujours plus vers le réalisme mais l'équipe d'EA Canada semble s'être particulièrement attardée cette année sur cet aspect, comme le confirme David Rutter, qui a déclaré que la production avait souhaité « *capturer l'essence et l'imprévisibilité du vrai football* ».

David Rutter, Producteur exécutif chez EA Canada

Un jeu plus « humain »

Manette en main, cette nouvelle étape « physique » dans l'histoire de la licence est flagrante. Si la version présentée était encore loin d'être définitive (seules quelques grosses écuries européennes étaient jouables notamment), ces nouveautés ont été tout de suite flagrantes. Ainsi, les défenseurs ne font plus de contrôles de balle parfaits sur des ballons aériens venant de plusieurs dizaines de mètres (David Rutter expliquant, vidéo à l'appui, que seul Ronaldinho en était capable). C'est tout le côté défensif du jeu qui va s'en voir bouleversé avec une obligation pour le joueur de prendre ce facteur en compte et donc de jouer de manière moins mécanique, au risque de grossières erreurs défensives. Outre cette « humanisation » des défenseurs, d'autres points ont été revus comme l'importance de l'anticipation (notamment lors des phases d'attaque) ainsi que le système de coup-francs, ici intégralement modifié, avec à la clé la possibilité d'établir des combinaisons plus ou moins complexes. Fifa 13 est prévu pour cet automne sur l'ensemble des plates-formes de jeu, du PC à la PS Vita en passant par les consoles HD et même la PS2 !

3 Questions à

Entretien avec

Antoine Cohet,
Label Marketing Manager chez EA

JDLI : Quel bilan peut-on déjà tirer de Fifa 12 et de son extension Euro 2012 ?

Antoine Cohet : Le bilan est évidemment très bon, Fifa 12 représentant 79% de parts de marché sur le secteur des jeux footballistiques. Je tiens également à signaler que Fifa Street (sorti le 15 mars, ndlr) a également bien fonctionné, son positionnement étant différent avec un pratique plus foot de rue et un public plus jeune. L'extension Euro 2012 (uniquement en téléchargement, ndlr) est encore difficile à évaluer en termes de réussite commerciale, le mode de consommation étant ici inédit et on attend un nouvel élan côté ventes durant la compétition (elle débute le 8 juin, ndlr).

Comment se passe la mise en place côté marketing de Fifa 13 ?

Le jeu ne sortant qu'en novembre, il est encore trop tôt pour communiquer sur cela. Nous en sommes encore aux présentations à destination de la presse, celle-ci faisant suite à la présentation qui a eu lieu à Londres il y a environ un mois (interview réalisée le 4 mai, ndlr). L'E3 de Los Angeles réservera évidemment quelques révélations à destination du grand public qui pourra déjà pré-réserver le jeu dès le mois de juin. Je tiens à signaler également le gros travail effectué auprès de la communauté autour de Fifa. Après les deux cessions de présentations destinées à la presse, nous accueillons dans les mêmes conditions que les journalistes une vingtaine de joueurs « influents ».

Comment expliquez-vous le succès de cette franchise ?

Le tournant de la série a eu lieu lors du passage des consoles de salon au next-gen. Avec Fifa 07, la part de marché face à son concurrent - Pro Evolution Soccer pour ne pas le nommer – était de 29%. Depuis, nos parts sont croissantes et aujourd'hui, la situation est presque inversée.

SanDisk

J'AI CONFIANCE
EN MON EQUIPE. ILS ONT CONFIANCE
EN SANDISK

SanDisk présente son SSD Extreme®.

Depuis plus de 20 ans SanDisk est au premier plan des cartes mémoire flash. Aujourd'hui nous avons tiré parti de la richesse de notre expérience et l'avons appliquée au développement de nos nouveaux SSDs SanDisk Extreme®.

Quand vos clients cherchent à aller vers de hautes performances, les SSDs SanDisk fournissent un gain de performance massif. Avec des capacités allant jusqu'à 480 Go et jusqu'à 550 Mo/s de vitesse de lecture**, les ordinateurs démarrent rapidement et les programmes se lancent et tournent plus rapidement que jamais. De plus, les données n'ont jamais été stockées avec autant de sécurité.

C'est pourquoi l'équipe Ducati Corse a choisi d'être partenaire de SanDisk. Ils savent que la machine la plus rapide pour être sur la ligne d'arrivée, a besoin de la machine la plus fiable sur le muret du stand.

Pour plus d'information, contactez votre représentant SanDisk ou rendez-vous sur SanDisk.fr

DUCATI CORSE
TECHNOLOGY PARTNER

Travian

Travian Gar déroule sa stratégie

L'éditeur allemand Travian Games, spécialiste du jeu free-to-play jouable directement via navigateur Web, invitait la presse à Paris fin mai pour présenter son nouveau titre à venir dans les prochains mois. L'occasion de revenir également sur le catalogue et le positionnement de cet acteur qui ne manque pas d'ambitions.

Par Patrick Hellio

S'il faudra encore patienter quelques mois avant le lancement du nouveau titre de Travian Games, l'équipe en dévoilait à l'occasion de cette présentation parisienne les premiers détails. Annoncé pour le moment sous le nom (provisoire) d'Osiris, ce prochain jeu de construction et de stratégie prendra place dans le contexte de l'Egypte Ancienne. On reste ici bien entendu dans le domaine du jeu accessible gratuitement et jouable directement depuis la page d'un navigateur Internet. Il s'agit d'incarner un seigneur de guerre intégrant l'une des provinces du pays (abritant chacune une vingtaine de joueurs différents). Le titre repose sur un background scénaristique mettant en scène cinq dieux maléfiques souhaitant mettre la main sur le Livre des Morts pour en mettre à profit les pouvoirs. Outre une réalisation plus ambitieuse sur le plan technique que les précédents titres, Osiris promet également un gameplay plus ouvert, « *permettant aux joueurs de se focaliser sur l'activité qu'ils préfèrent, que ce soit la gestion des ressources, le commerce ou bien sûr les combats* ». Le prochain jeu de Travian Games devrait aussi être celui où l'aspect PvP (joueurs contre joueurs) devrait être le plus développé à ce jour. Le titre définitif du jeu sera dévoilé mi-juin, ainsi probablement qu'une version plus avancée et des détails supplémentaires vis-à-vis de son gameplay…

Le jeu sans engagement

Créé en 2004, Travian Games est de ces éditeurs de jeux qui se sont bâtis autour de l'explosion du système économique du jeu free-to-play (accès gratuit puis microtransactions pour acheter des éléments de jeu) à coups d'acquisitions et de croissance structurelle. Basée à Munich, la société qui emploie à l'heure actuelle 230 personnes se targue d'un catalogue de sept titres qui compteraient au total, selon l'éditeur allemand, 120 millions d'utilisateurs enregistrés à travers le monde avec des titres pratiqués dans une cinquantaine de pays différents. La maison mère en Bavière travaille sur le développement (et édite aussi des jeux développés en externe), le marketing et le suivi des jeux. Des filiales ont été ouvertes dans différents pays. Si le jeu de stratégie historique Travian (décliné actuellement dans sa version 4), premier titre lancé en 2004, reste le plus populaire du groupe, l'éditeur a depuis enrichi son offre en couvrant différents domaines dont la gestion sportive (Manager Football), la gestion de territoire à base de magie (Miramagia), le jeu de stratégie à contexte spatial (Imperion), le jeu de construction d'empire massivement multijoueurs (Remanum), mais aussi l'élevage de créatures virtuelles (Battlemons, en close beta en Allemagne) ou encore un jeu d'aventure communautaire avec Travians.

Questions à

Entretien avec

Martin Fischbacher,
PR Manager

Entretien avec

Ralf Adam,
Head of Game Development

JDLI : Quelle est, selon vous, la recette d'un bon free-to-play ?

Martin Fischbacher : Tout d'abord, il faut que le titre soit pleinement jouable sans que l'utilisateur doive nécessairement payer pour avoir une bonne expérience de jeu ou qu'il risque d'avoir la sensation de manquer quelque chose. Les items en vente peuvent aider un joueur à progresser plus rapidement s'il manque de temps, à demander à changer d'implantation sur la carte ou encore à opter pour des éléments de personnalisation. Je pense que la facilité d'accès est également très importante et c'est la raison pour laquelle nos jeux sont jouables directement depuis le navigateur, sans avoir à installer quoi que ce soit sur la machine. Il est également primordial de s'engager sur le long terme auprès des joueurs pour chaque titre mais aussi de rester à l'écoute de leurs retours pour les fidéliser. Nous proposons un catalogue limité de jeux justement pour pouvoir assurer un service de qualité sur chacun. Enfin, il est évidemment important de proposer des versions localisées des jeux, ce que nous nous appliquons à faire.

Pourquoi ne pas proposer l'accès à vos jeux sur Facebook ?

Ralf Adam : Nous sommes présents sur Facebook via les pages dédiées à nos jeux mais ils ne sont pas jouables sur ce réseau. Non seulement nous lançons notre propre portail communautaire permettant à nos joueurs de rester en contact (MYGAME, qui intègre actuellement Travian 4 et se lance en Europe), mais je pense également que nous nous adressons à un public légèrement différent du profil type du joueur sur Facebook. Notre profil d'utilisateurs est plus gamer, plus passionné par le jeu vidéo que la majorité des jeux casual que l'on trouve sur ce réseau. Et puis il nous faudrait partager nos revenus avec Facebook…

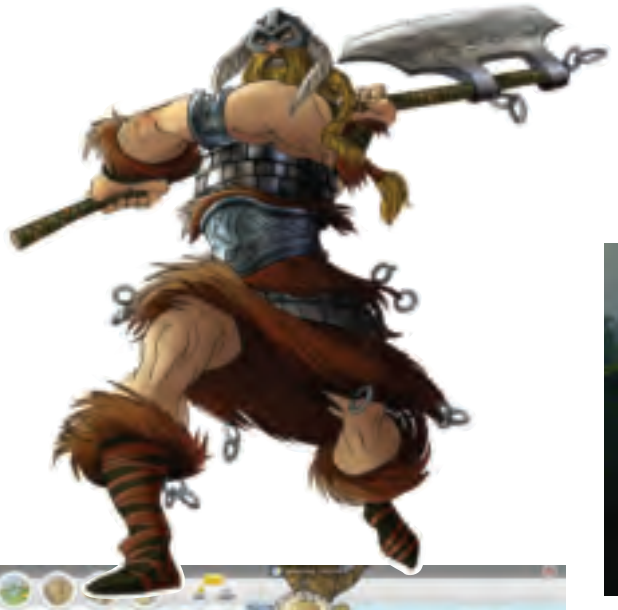
A quel public vous adressez-vous ?

Ralf Adam : A un public assez large. On peut citer notre titre Miramagia qui compte environ 70% de joueuses. Nous avons par exemple implémenté un système d'avatar dans la version 4 de Travian pour faciliter l'identification du personnage, ce qui tend vers une ouverture à un plus large public… Notre public se recrute majoritairement chez les joueurs à partir de 16 ans et va jusqu'aux plus de 40 ans, notamment via nos jeux de stratégie. Nos jeux sur navigateur Web ont cette caractéristique de pouvoir être jouables sur de courtes sessions de quelques minutes

Comment choisissez-vous les univers de vos jeux ?

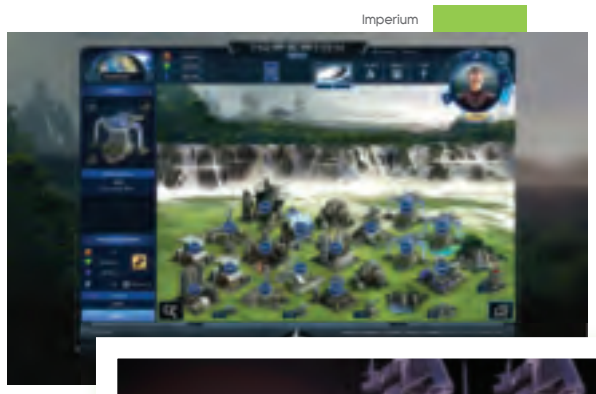
Ralf Adam : Nous abordons plutôt des sujets populaires, qui apparaissent aussi dans d'autres médias. L'objectif pour les jeux free-to-play est de proposer des univers reposant sur des valeurs assez communes pour que les joueurs y retrouvent rapidement des repères et ne passent pas trop de temps à se voir expliquer le contexte, l'environnement… Beaucoup de personnes qui pratiquent nos jeux jouent également à des titres traditionnels en boîtes. Voilà probablement pourquoi les jeux historiques par exemple fonctionnent généralement aussi bien, ce sont des sujets qui parlent beaucoup au grand public.

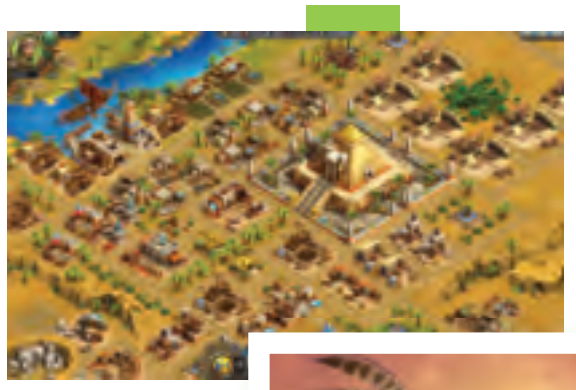
mes



Travian

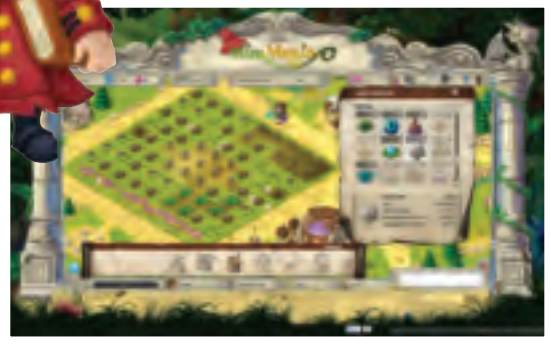
Imperium





OSIRIS

Miramagia



Comptez-vous proposer vos jeux sur d'autres machines ?
Martin Fischbacher : A l'heure actuelle, ils sont accessibles directement sur une page Web et donc par n'importe quelle machine qui peut surfer, même si l'ergonomie sera évidemment moins optimisée sur un smartphone par exemple. Nous suivons de près le marché du smartphone et de la tablete. Nous avons par exemple fait un premier vrai pas dans cette direction en proposant une application gratuite pour iPhone destinée aux joueurs de Travianer et leur permettant de « chatter » entre eux. Nous avons d'autres choses du genre prévu. Nous pensons que ces appareils mobiles deviennent incontournables dans le domaine du jeu free-to-play car ils correspondent à une évolution des usages vers un Internet toujours plus mobile. On peut y amener nos jeux existants mais aussi créer de nouveaux contenus spécialement conçus pour ces supports.

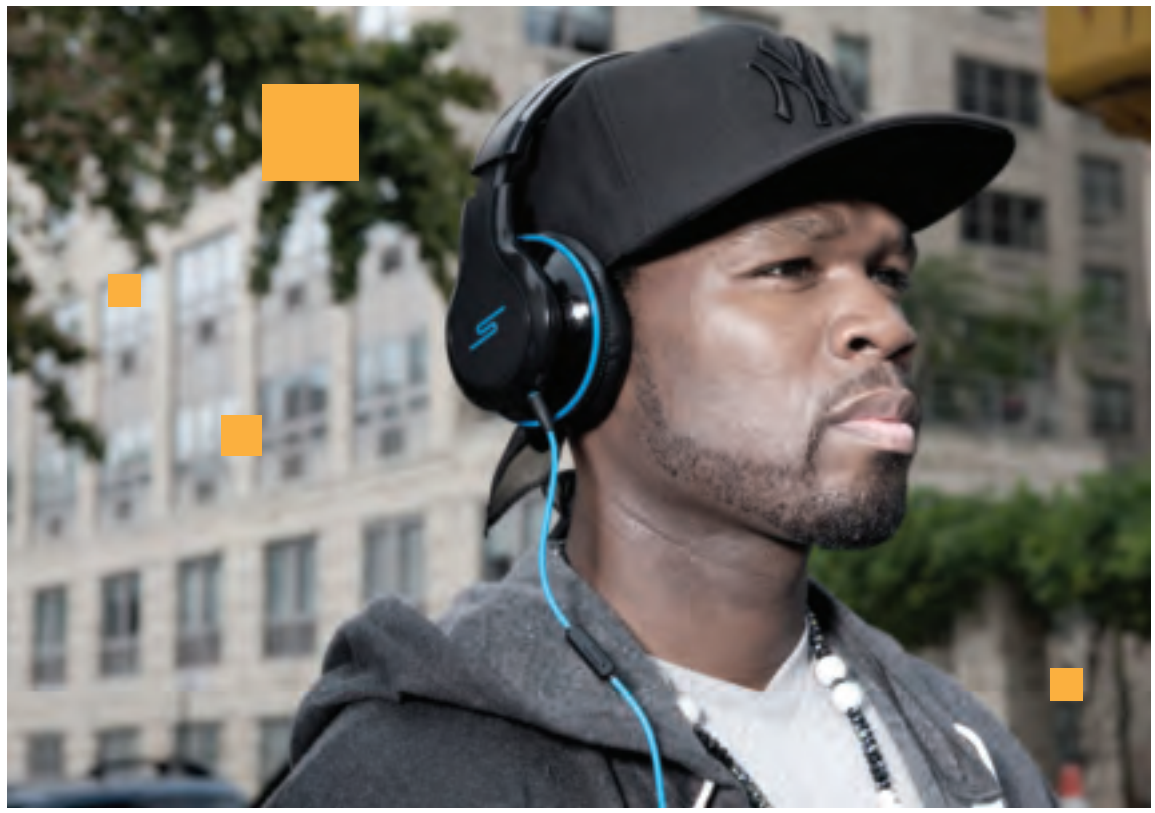
Comment gagnez-vous de l'argent sur les jeux ?
Martin Fischbacher : Uniquement via la vente d'items, nous n'intégrons pas de publicités dans les jeux.

Comment ce répartit votre activité entre les différents territoires dans le monde ?
Ralf Adam : Pour le moment, le marché est encore réduit aux Etats-Unis, où Facebook est très très puissant. Mais on a pu voir à la dernière GDC de San Francisco que le phénomène des jeux sur navigateur était en train de décoller et cela ouvre de très belles perspectives. L'Amérique du Sud est d'ores et déjà très importante pour nous, nous venons d'ouvrir une filiale au Brésil pour développer ce marché.

Comment imaginez-vous l'évolution de Travian Games dans les années à venir ?
Ralf Adam : Je pense que nous allons aller de plus en plus vers du jeu sur appareils mobiles, smartphones et tablettes pour que nos titres soient accessibles partout. Mais nous espérons conserver quoi qu'il en soit le même esprit au sein de la société !

Entretien avec

Sara Vollmer,
VP Directrice du développement international



SMS Audio
Les casques de 50 Cent

Contrairement à ce qui se pratique habituellement, le rappeur mondialement connu 50 Cent ne s'est pas contenté de prêter son nom à une marque de casques. Il a fondé SMS Audio et pèse de tout son poids sur le développement et la promotion des produits.

Par Stéphane Kauffmann

JDLI : Qui est SMS Audio ?
Sara Vollmer : SMS Audio est une société qui a été fondée par 50 Cent, artiste Hip-hop et acteur. La société a pour vocation de développer et de fabriquer des appareils audio, des casques dans un premier temps. Les deux maître-mots de la gamme sont la qualité et le style de vie. Deux premiers casques supra-auriculaires ont été lancés aux Etats-Unis en novembre 2011. La société est basée en Floride et 50 Cent en est le CEO. Il ne prête pas seulement son nom à la marque mais s'implique directement dans le développement et dans la promotion. Il décide aussi du marketing. Les produits sont développés aux Etas Unis et en Europe, le réglage son est notamment confié à uns spécialiste français. Nous sommes une vingtaine d'employés pour l'heure mais nous prévoyons une forte expansion très rapidement.

Avec une origine hip-hop, est-ce que le rendu sonore est coloré ?
Non pas du tout. Note rendu est au contraire le plus neutre possible pour restituer avec un maximum de fidélité. Quelle que soit la musique écoutée, ce sera parfait. Le grave est présent mais il n'est pas prédominant, ni exagéré. Certes, nous allons capter prioritairement les fans de 50 Cent au nombre de 27 millions sur les réseaux sociaux mais nous voulons tout autant plaire aux personnes qui ne sont pas adeptes, notamment les grands voyageurs d'affaire avec notre modèle sans fil.

Quelle est la valeur ajoutée des casques ?
Sync by 50 est un casque supra-auriculaire fermé qui a la particularité d'être sans fil. Il utilise la technologie Clear ce qui offre une transmission parfaite sans compression. Pour le connecter, nous livrons un adaptateur sans fil jack 3,5 mm. Un adaptateur pour les appareils Apple est disponible en option. La batterie lithium intégrée garantit une autonomie de 10 heures sur une seule charge. Ce type de casque audiophile sans fil est de plus en plus demandé, notamment pour un usage domestique et même pour le jeu. L'isolation des bruits ambiants est par ailleurs excellente et pour un son parfait, nous avons recours à des drivers de 40 mm spécifiquement modifiés pour le Sync. Son prix est de 399 euros. Le Street by 50 en est la version filaire qui sera vendue à 249 euros.

Y a-t-il d'autres modèles à venir dans un proche avenir ?
Nous venons de lancer un intra-auriculaire à 119 euros avec câble plat à mémoire de forme. Disponible en plusieurs déclinaisons bicolores, il est équipé de haut-parleurs de 11 mm là encore spécifiquement customisés. Il a aussi fait l'objet d'une mise au point sonore très élaborée. Nous prévoyons également la commercialisation d'enceintes nomades sans fil et d'enceintes Hi-Fi. Nous pensons aussi investir le segment de l'audio embarqué.

CONÇU POUR VOUS.

A VOUS DE LA DÉCOUVRIR...

Pack Desktop ZF5000 . JD-0200
Ergonomie pure : configuration personnalisée, pieds réglables en hauteur et repose-poignets en caoutchouc.

Pack Desktop CHERRY : Ensemble clavier et souris.

Pour travaillez sur ordinateur, il vous faut un clavier et une souris. Le mieux, c'est qu'ils soient signés CHERRY ; vous aurez ainsi la qualité professionnelle à domicile. Pour un confort optimal, une performance maximale et un excellent design.

Faites confiance à CHERRY.

CHERRY®

JDLI220-P44-46-Pano Ultrabook-BAT:JDLI 08/06/2012 14:42 Page 44

Ultrabooks
La maturité

Voilà près d'un an que les premiers ultrabooks sont arrivés dans les rayonnages. Finesse, légèreté et réactivité sont les maîtres mots de cette nouvelle catégorie d'ordinateurs portables. On peut aussi les créditer d'une nette amélioration dans le domaine du design et de la qualité de fabrication. L'ultrabook doit donc avant tout redonner de la valeur au marché IT. Pour cela, il faut aussi qu'il puisse cibler un large public avec désormais des diagonales et aussi des niveaux de gamme plus variés. par François Arias

Acer Aspire S5
Vraiment hi-tech

Après avoir été le premier fabricant à commercialiser un ultrabook, Acer décline désormais et notamment avec ce modèle haut de gamme très impressionnant. Le design est très réussi et la finition exemplaire. Avec seulement 15 mm d'épaisseur, le S5 bat d'un cheveu le Z830 de Toshiba qui détenait jusque-là palme de l'ultrabook le plus fin. Pour réussir ce tour de force, Acer a dû ruser. Ainsi, la connectique est dissimulée dans un panneau arrière escamotable motorisé. Il suffit d'une pression sur un bouton pour voir apparaître deux ports USB 3.0, une sortie HDMI et un connecteur Thunderbolt. Effet secondaire, cela rehausse l'ordinateur pour une position plus confortable sur un bureau. Le clavier est grand et occupe tout l'espace disponible, tout comme le touchpad d'ailleurs. L'écran de 13,3 pouces est bien calibré et affiche des couleurs assez fidèles, c'est suffisamment rare sur un ordinateur portable pour mériter d'être signalé. La luminosité et les angles de vision sont dans la moyenne de ce qui se pratique. En revanche, le traitement brillant est encore et toujours pénible. Le S5 étrenne aussi la dernière génération de processeurs d'Intel. Les performances sont vraiment de haut vol, le jeu léger devenant même possible, une première. Cette puissance est encore renforcée par la présence d'un disque SSD qui rend le S5 très réactif et au global très agréable à utiliser quelle que soit l'application. Voici donc la nouvelle référence des ultrabooks haut de gamme.

- **Ecran :** 13,3 pouces (1366 x 768)
- **Processeur :** Intel Core i7-3517U, 1,9 GHz
- **Puce graphique :** Intel HD4000
- **Disque dur :** 256 Go en SSD
- **Connexions :** 2 x USB 3.0, HDMI, Thunderbolt, WiFi n Bluetooth 3.0, lecteur cartes SD
- **Dimensions/Poids :** NC/1,35 kg

1299 €

Acer Timeline Ultra M3
Grand format

Acer fait passer ses Timeline dans l'univers des ultrabooks avec cette version 2012 d'une de ses séries les plus réussies. C'est également le premier ultrabook 15 pouces disponible sur le marché. Le design du Timeline U est simple mais efficace et surtout, l'ensemble est très solide avec des plastiques de qualité Avec ses deux kilos et ses 21 millimètres d'épaisseur, il est certes moins nomade que les autres ultrabooks mais il atteint une portabilité jusqu'ici inédite dans cette taille d'écran. Ce dernier est malheureusement un peu décevant. La dalle est brillante, les couleurs fantaisistes et le contraste est en retrait. Les haut-parleurs relèvent le niveau avec un son propre qui reste exploitable même à volume élevé. A l'intérieur, on découvre une configuration inédite pour un ultrabook avec l'apparition d'une carte graphique dédiée. La GeForce GT 640M embarquée n'est pas un foudre de guerre mais elle permet tout de même de jouer à la majorité des jeux actuels avec un niveau de détails bas ou moyen. Cerise sur le gâteau, cela n'entame pas l'autonomie qui atteint les six heures en vidéo. Vendu seulement 800 euros, le Timeline Ultra M3 ne bouleverse pas tant la hiérarchie des ultrabooks que celle des portables multimédia classiques qui viennent de prendre un sacré coup de vieux.

- **Ecran :** 15,6 pouces (1366 x 768)
- **Processeur :** Intel Core i5-2410M 1,6 GHz
- **Puce graphique :** Intel HD3000 (intégré) et Nvidia GeForce GT 640M (dédié)
- **Disque dur :** 20 Go en SSD et 500 Go en HDD
- **Connexions :** USB 3.0, 2 x USB 2.0, HDMI, Ethernet, WiFi n Bluetooth 3.0, lecteur SD
- **Dimensions/Poids :** 376 x 253 x 20,7 mm/2,1 kg

799 €

L'ultrabook a été défini par Intel il y a plus d'un an. Il s'agit avant tout de redonner de la valeur à un marché PC un peu moribond, fautes d'arguments d'usage différenciants. Domaine sur lequel il est dépassé par des appareils plus dans la tendance que lui comme le smartphone et la tablette. Effectivement, l'ordinateur portable ne peut plus compter sur une croissance forte en volume et il sera concurrencé à terme par les tablettes, d'autant plus que Windows 8 mise sur le tactile. Il fallait donc trouver une rupture et c'est ce qui incombe à l'ultrabook. Pour Intel se posait aussi la question d'une valorisation de son processeur pour ce qu'il est aujourd'hui. Car ce ne sont pas tant les performances dans l'absolu qui comptent, mais plutôt la consommation électrique et le dégagement thermique pour une puissance donnée. L'ultrabook, c'est donc pour Intel une manière de justifier leurs puces de dernière génération et aussi un moyen pour en vendre des versions plus haut de gamme dans le souci global de la valorisation. C'est d'ailleurs aussi un problème. L'ultrabook étant haut de gamme par rapport à ce qui se pratique généralement, il faut arriver à convaincre le client potentiel sur un argumentaire d'usage auquel il n'est pas habitué dans l'univers PC. D'où aussi la nécessité d'en faire une famille complète avec des niveaux de gammes et des modèles différents par la taille comme le champ d'utilisation. Or si la première génération d'ultrabook était très réussie, elle affichait aussi une certaine uniformité qui l'empêchait de se poser en alternative au marché du notebook dans son ensemble. Pour autant, les principaux acteurs du PC ont adhéré. Même Sony qui s'était tenu à l'écart y vient avec sa série T. A noter que si la marque ultrabook est définie par Intel, AMD ne semble pas vouloir passer à côté de ce marché et a annoncé qu'il allait lancer cet été sa propre plate-forme nommée ultrathin.

Fin et disponible

L'idée générale est donc de proposer enfin des PC vraiment nomades et désirables sans pour autant sacrifier la performance. Un exercice qu'Apple, toujours en avance sur son temps, avait esquissé puis peaufiné avec brio sur son Macbook Air dès 2008. L'influence de la marque à la pomme plane d'ailleurs sur le concept. Le cahier des charges est très précis sur un point. Ainsi l'épaisseur d'un ultrabook ne pourra pas dépasser les 18 millimètres jusqu'à 13 pouces et 21 mm sur les tailles plus grandes. Cette limitation peut paraître banale mais en fait elle a de nombreuses conséquences. Cela oblige le fabricant à rendre l'ordinateur léger et peu encombrant. Autre effet souhaité, le design est en général élégant et a souvent recours à des matériaux nobles comme l'aluminium. Conséquence de tout cela, les ultrabooks sont les notebooks PC les plus séduisants jamais sortis, réussissant effectivement à rivaliser avec les produits Apple. Évidemment, un ultrabook se doit d'intégrer les processeurs nomades Intel ce qui garantit de bonnes performances et une longue autonomie. Une nouvelle génération vient d'être lancée avec la famille Core i Ivy Bridge. Les performances sont logiquement en hausse sans que la consommation n'augmente. Petit à petit, ces processeurs vont remplacer les anciens Sandy Bridge. Un ultrabook doit aussi démarrer rapidement et sortir de veille quasi instantanément. Cela part du constat très simple que le succès des tablettes est dû en partie à leur disponibilité immédiate. Pour y arriver, les ultrabooks peuvent être dotés d'un disque dur classique assisté par environ 20 Go de mémoire ou être directement équipés de disques SSD. Cette dernière solution est évidemment la plus réactive mais il faut l'expliquer au consommateur qui devra payer plus pour moins d'espace. Des

HP Folio 13 Professionnel

Arrivé comme quelques autres sur le tard, HP fait forte impression avec ce Folio 13. D'un point de vue design, il n'impressionne pas. Il est plus épais et plus lourd (1,5 Kg) que les autres ultrabooks à ce format et son apparence dépouillée le fait paraître un peu terne par rapport aux autres. En revanche, la solidité est au rendez-vous et le couple clavier/touchpad est tout simplement le meilleur que nous ayons rencontré. L'épaisseur lui permet de caser sans trop de problèmes une connectique complète. Les performances sont bonnes, en particulier grâce au SSD de 128 Go embarqué, mais restent dans la norme. Mais là où le Folio 13 brille particulièrement, c'est sur le plan de l'autonomie puisque nous avons dépassé les 7h30 d'utilisation en vidéo. L'écran de 13,3 pouces est correct mais il souffre du traitement brillant qui pourra le rendre difficilement lisible en cas de forte luminosité ambiante. Les haut-parleurs sont puissants mais ne brillent pas leur qualité sonore. Ce Folio 13 n'est pas le plus joli des ultrabooks, mais il offre des prestations de haut niveau pour un tarif très agressif. C'est en effet le seul de sa catégorie à proposer un SSD à ce prix.

- **Ecran :** 13,3 pouces (1366 x 768)
- **Processeur :** Intel Core i5-2467M 1,6 GHz
- **Puce graphique :** Intel HD3000
- **Disque dur :** 128 Go en SSD
- **Connexions :** USB 3.0, USB 2.0, HDMI, Ethernet, WiFi n Bluetooth 3.0, lecteur cartes SD
- **Dimensions/Poids :** 319 x 220 x 18 mm/1,5 kg

849 €

Asus Zenbook UX31E Version girly

L'ultrabook d'Asus ne change pas en profondeur mais bénéficie juste d'une petite cure de jouvence. On conserve l'excellente qualité de fabrication et un appareil solide grâce à la conception aluminium d'un seul tenant. Si les lignes restent les mêmes, les couleurs changent fondamentalement puisqu'il s'agit d'un rose fushia pour le moins détonnant (un rose champagne plus discret est disponible aussi). La connectique est moins riche que sur d'autres ultrabooks puisque l'on devra se contenter de deux ports USB (un 3.0) et de sorties HDMI et mini-VGA. L'ordinateur est toutefois livré avec un adaptateur VGA et RJ-45. L'écran est de bonne qualité mais la finition brillante est sujette aux reflets, particulièrement en extérieur. La configuration reprend les canons du genre avec un processeur Intel Core i5-2557M, 4 Go de mémoire et un SSD de 128 Go. Ce dernier assure un démarrage très rapide et d'excellentes performances bureautiques comme multimédia. L'autonomie est dans la norme avec six heures en lecture vidéo. On note avec plaisir qu'Asus a amélioré le touchpad par rapport à la première génération. Cette nouvelle version du UX31 ne plaira pas à tout le monde du fait de ses couleurs mais n'en reste pas moins l'un des meilleurs ultrabooks.

- **Ecran :** 13,3 pouces (1600x900)
- **Processeur :** Intel Core i5-2557M 1,7 GHz
- **Puce graphique :** Intel HD3000
- **Disque dur :** 128 Go en SSD
- **Connexions :** USB 3.0, USB 2.0, micro-HDMI, mini-VGA, WiFi n Bluetooth 3.0, lecteur de cartes SD
- **Dimensions/Poids :** 315,1 x 218,9 x 17,6 mm/1,5 kg

999 €

JDLI220-P44-46-Pano Ultrabook-BAT:JDLI 08/06/2012 14:42 Page 46

Ultrabooks, la maturité

démonstrations simples à mettre en place permettent de convaincre assez facilement… C'est donc ainsi que se définit l'ultrabook aujourd'hui mais il va forcément évoluer, des modèles tactiles ayant déjà été présentés en prévision de l'arrivée d'un certain Windows 8.

Enfin de la variété

Comme nous le disions, la première génération d'ultrabooks était assez uniforme car les spécificités ont conduit les constructeurs à choisir de solutions de réalisation similaires, faisant le plus souvent appel au métal et à des formes simples. De plus, la quasi–totalité des ultrabooks affichaient une taille d'écran de 13 pouces. L'ultrabook ne répondait donc qu'à un type d'usage avec une seule solution et des différences minimes entre modèles avec tantôt quelques grammes ou millimètres en plus ou en moins. Dans ces conditions, il est évidemment difficile de placer l'ultrabook en alternative au notebook en général. Pour cette deuxième génération, la diversité est enfin de mise. Le 13 pouces reste certes prépondérant mais on voit apparaître du 14 et surtout du 15 pouces, une très bonne idée. Pour ceux qui ne veulent pas sacrifier le confort d'un grand écran, cela permet enfin d'avoir tout de même un ordinateur vraiment mobile dont le poids n'excède pas deux kilos et qui peut donc vraiment s'emporter au quotidien. Il peut aussi intégrer un lecteur optique et offrir ainsi plus de flexibilité. Il suffit d'y ajouter les circuits graphiques plus performant du processeur Intel Ivy Bridge ou une puce graphique dédiée et on obtient une très sérieuse alternative aux notebooks multimédia traditionnels. Il sera même possible de jouer. En parallèle, on note que l'aspect se différencie aussi désormais. Ainsi, nombre de constructeurs expérimentent avec des alternatives aux onéreuses coques en aluminium. On voit ainsi de la fibre de verre chez Samsung et Dell ou même du plastique chez Acer et HP. Comme les matériaux et assemblages restent de bonne facture, cela crée la diversité et du design et du prix. Le haut de gamme s'assume d'avantage aussi avec des solutions parfois vraiment originales comme une trappe motorisée sur le S5 d'Acer.

Samsung Série 5 Ultrabook
Enrichi en fibres

Après avoir devancé la tendance avec son Série 9, Samsung propose un ultrabook « officiel ». Mêlant aluminium et fibre de verre, ce Série 5 bénéficie d'un design viseullement agréable. En revanche, ce n'est pas le plus fin ou le plus léger de sa catégorie. La finition est irréprochable mais la fibre risque de vieillir plus difficilement que d'autres matériaux. L'écran de 13 pouces est mat ce qui améliore grandement la lisibilité. En revanche, le contraste et les angles de vision sont un peu en retrait. A l'intérieur, on retrouve des composants classiques d'un ultrabook, soit un un processeur Core i5--2467M accompagné par 4 Go de mémoire vive. Samsung France a fait le choix proposer uniquement des modèles alliant un disque dur classique (500 Go) a un petit SSD. Si la réactivité s'en trouve un peu entamée, cela permet en revanche d'offrir beaucoup d'espace à moindre coût. Un argument auquel le consommateur sera sans doute sensible. Disposant en plus d'une bonne autonomie, cet ultrabook s'avère d'autant plus attractif que son prix reste contenu.

- **Ecran :** 13,3 pouces (1366 x 768)
- **Processeur :** Intel Core i5-2467M 1,6 GHz
- **Puce graphique :** Intel HD3000
- **Disque dur :** 16 Go en SSD , 500 Go en HDD
- **Connexions :** USB 3.0, 2 x USB 2.0, HDMI, mini-VGA, Ethernet, WiFi n Bluetooth 3.0, lecteur cartes SD
- **Dimensions/Poids :** 315 x 219 x 17,6 mm/1,5 kg

799 €

Dell XPS 13
Solide et confortable

Bien qu'en retard par rapport à la majorité des constructeurs, Dell propose un premier 13 pouces convaincant. Le design est à la fois sobre et surprenant, mêlant aluminium et fibre de verre au traitement soft touch. Le résultat est un ultrabook solide mais aussi assez lourd avec 1,36 kilo sur la balance. L'utilisation de plastique doux pour l'espace autour du clavier rend l'utilisation particulièrement agréable. Un point renforcé par le grand touchpad et surtout un clavier très réussi. Si la police choisie est déroutante, le touché est très bon, offrant juste assez de profondeur et de résistance pour être confortable. La connectique est nettement moins satisfaisante. On ne trouve que deux ports USB et une sortie vidéo au format mini-DisplayPort. Un peu léger lorsque l'on sait que d'autres modèles réussissent à caser un connecteur Ethernet et un lecteur de cartes. L'absence de ce dernier se fait d'ailleurs particulièrement ressentir. L'écran offre des angles de vision moyens et une bonne luminosité mais il est recouvert par une plaque de verre. Un choix à classer au rayon des fausses bonnes idées puisque les reflets sont omniprésents. Avec tout juste cinq heures sur une charge, l'autonomie est dans la moyenne basse du secteur. L'XPS 13 est un premier jet réussi, on ne peut guère que lui reprocher qu'une autonomie moyenne et une connectique en retrait.

- **Ecran :** 13,3 pouces (1366 x 768)
- **Processeur :** Intel Core i5-2467M 1,6 GHz
- **Puce graphique :** Intel HD3000
- **Disque dur :** 128Go en SSD
- **Connexions :** USB 3.0, USB 2.0, HDMI, mini-DisplayPort, WiFi n Bluetooth 3.0
- **Dimensions/Poids :** 316 x 205 x 18 mm/1,36 kg

999 €

MONITEUR USB 2 EN 1

Mobilité, polyvalence et faible consommation

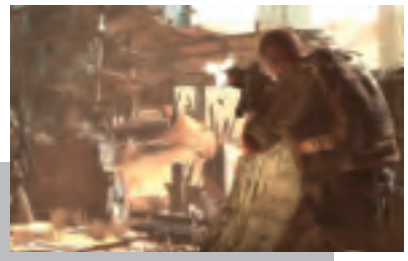
Adaptable à tous les besoins, l'e2251Fwu associe temps de réponse rapide et contraste élevé. Signe particulier : un unique câble USB transmet données et alimentation à ce moniteur Full HD de 54,7 cm/ 21,5''. Complément idéal du poste de travail, en écran externe pour les utilisateurs de notebooks, il dispose d'un socle amovible et se transforme en un instant en cadre photo numérique pour une présentation en clientèle.

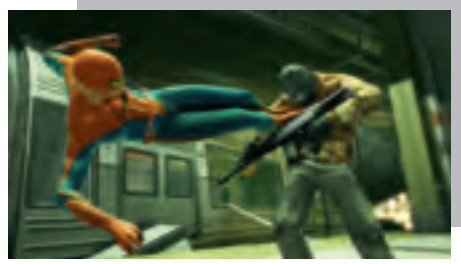
Socle amovible

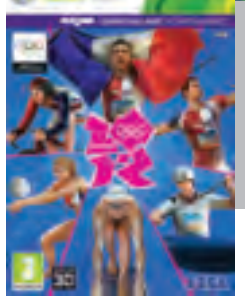
Ultra fin

Alimentation et transmission des données par câble USB

www.aoc-europe.com







DS 3DS PS3 Wii 16

The Amazing Spider-Man

Action/aventure

29 juin

Alors que le nouveau film mettant en scène Spider-Man arrive en salles de cinéma début juillet, Activision en propose l'adaptation en jeu vidéo. Reprenant le concept de ville ouverte à explorer librement, le jeu repose sur un scénario prenant place après les événements du long-métrage associé. Dans le rôle du Tisseur, il s'agira d'arpenter Manhattan pour lutter contre les criminels et les super-vilains de service (Rhino, Le Lézard…). Haute voltige entre les tours et combats sont notamment au programme…

PLAN MARKETING
Non communiqué

MISE EN PLACE Non communiquée

DÉVELOPPEUR Beenox Studios

EDITEUR Activision

DISTRIBUTEUR Activision

NOMBRE DE JOUEURS 1

JEU EN LIGNE Non

PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

NC

PS3 PC DVD-ROM 18

Spec-Ops The Line

Action

29 juin

Dans le domaine du jeu d'action militaire à la troisième personne, Spec Ops The Line entend jouer l'originalité. Dans un Dubaï dévasté par une série de tempêtes de sable, une équipe d'intervention est envoyée sur place pour retrouver un colonel et son bataillon disparu. Un scénario clairement inspiré par le film Apocalypse Now qui promet une plongée en enfer pour le joueur qui devra défendre sa vie mais aussi faire choix moraux parfois difficiles. Outre la campagne solo scénarisée, le jeu propose également une section multijoueurs avec différents modes de jeu.

PLAN MARKETING
Non communiqué

MISE EN PLACE Non communiquée

DÉVELOPPEUR Yager

EDITEUR 2K Games

DISTRIBUTEUR Take Two Interactive

NOMBRE DE JOUEURS NC

JEU EN LIGNE Oui

PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

Entre 50€ (PC)

et 65€ (consoles) environ

PS3 PC DVD-ROM 3

Londres 2012

Simulation sportive

29 juin (consoles), 30 juin sur PC

Fort de la licence officielle de l'évènement sportif majeur de l'été, Londres 2012 est un jeu multi-épreuves où le joueur pourra s'essayer seul mais évidemment à plusieurs à de nombreux sports (45 épreuves au total) comme l'athlétisme, la natation, le cyclisme ou encore le tir à l'arc. Outre des épreuves inédites dans l'histoire des jeux vidéo, le titre prend également en compte les interfaces à détecteur de mouvements sur consoles (Kinect et Move) qui ne seront pas de trop pour tenter de glaner les précieuses médailles.

PLAN MARKETING
Non communiqué

MISE EN PLACE Non communiquée

DÉVELOPPEUR Sega Studios Australia

EDITEUR Sega

DISTRIBUTEUR Sega

NOMBRE DE JOUEURS NC

JEU EN LIGNE Oui

PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

NC

PS VITA 3

Jonah Lomu Rugby Challenge Vita

Simulation sportive

27 juin

Le titre de rugby débarque sur la Vita avec les mêmes armes que sur consoles de salon mais avec une prise en compte spécifique des commandes de la console portable de Sony. Le programme est riche avec 96 équipes jouables (dont de nombreuses sous licence) dans différentes compétitions, avec même la possibilité de personnalisation, ainsi que de créer des équipes et des compétitions. Unique jeu de rugby sur Vita, le titre est jouable seul ou en multijoueurs.

PLAN MARKETING

Des actions marketing sont prévues directement auprès des clubs de Rugby professionnels ainsi que des joueurs. Le titre était présent sur le Village LNR qui occupait la place du Capitole à Toulouse lors de la demi-finale de Top 14 avec des opérations diverses à l'attention d'un public dédié. La SNCF est aussi partenaire dans le cadre d'une opération de communication nationale de promotion de la LNR organisée avec voyage-sncf.com. En toile de fond, les réseaux sociaux déverseront les opérations habituelles auprès du grand public.

MISE EN PLACE Entre 3000 et 4 000 exemplaires

DÉVELOPPEUR Sidhe Interactive

EDITEUR Home Entertainment Suppliers

DISTRIBUTEUR Tagmae

NOMBRE DE JOUEURS NC

JEU EN LIGNE Oui

PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

49,99€

APtablette 201_toflashat100% 08/06/12 17:04 Page1

Intelligent accessories for all tablets & eReaders

Universels ou dédiés iPad®, T'nB vous propose une gamme complète de produits développés spécifiquement pour l'univers tablette et liseuse. Nettoyage, rangement, protection, alimentation, son, connectique... la gamme T'nB a été conçue pour répondre à tous les besoins des utilisateurs.

T'nB, la marque incontournable des accessoires tablettes et liseuses.

MULTIMEDIA | AUDIO-VIDEO | PHOTO-VIDEO

▼ www.agence-talisman.com

T'nB INTELLIGENT accessories

www.t-nb.com

Histoire de famille
Nos Plus Belles Vacances

Comédie

11 juillet

Plus habitué à l'univers du théâtre, Philippe Lellouche passe derrière la caméra et signe son premier long-métrage. Il raconte comment, lors de la sécheresse de l'été 1976, l'irruption d'une famille parisienne dans un village breton va transformer la vie de cette petite communauté. À l'affiche du film, on retrouve Vanessa Demouy, la compagne de longue date du réalisateur mais aussi son frère Gilles Lellouche qui se charge du commentaire en voix-off. Nos Plus Belles Vacances a réuni plus de 275 000 spectateurs.

MISE EN PLACE

8 000 exemplaires (DVD), 2 000 exemplaires (Blu-ray)

PLAN MARKETING

La campagne média s'articule autour de pages de pub dans Télé Poche, Télé Star Jeux et Télé Star et de partenariats avec TMC et Télé 7 Jeux.

EDITEUR Pathé

DISTRIBUTEUR Fox Pathé Europa

PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray)

Serial Killer à la française
À l'Aveugle

Thriller

18 juillet

Troisième thriller pour le réalisateur Xavier Palud qui avait déjà mis en scène Ils en 2006 et The Eye en 2008. Le film se focalise sur l'affrontement psychologique d'un commandant de police (Jacques Gamblin) avec un accordeur de piano aveugle (Lambert Wilson). L'acteur s'est longuement préparé à jouer les non-voyants avec une jeune femme de l'association Valentin Haüy qui apprend aux aveugles à se déplacer et à lire en braille. Ce polar a totalisé 230 000 entrées en salles.

MISE EN PLACE

9 000 exemplaires (DVD), 3 000 exemplaires (Blu-ray)

PLAN MARKETING

Ciblant une clientèle masculine 35-49 ans, le film est soutenu par une campagne radio sur RMC, une campagne Web sur commeaucinema.com et des pages presse dans les magazines sportifs.

EDITEUR EuropaCorp

DISTRIBUTEUR Fox Pathé Europa

PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray)

Tromperies en tous genres
Les Infidèles

Comédie

4 juillet

Pari osé pour Jean Dujardin et Gilles Lellouche de tourner un film à sketches sur l'infidélité masculine et ses nombreuses variations. Afin d'éviter une trop lourde de charge de travail et de réaliser l'intégralité des sketches, les deux compères ont fait appel à des cinéastes complices de leurs jeux, Michel Hazanavicius, Fred Cavayé, Emmanuelle Bercot, Eric Lartigau et Alexandre Courtès. Alexandra Lamy et Jean Dujardin, couple à la ville, se donnent la réplique dans le sketch La Question. Les Infidèles ont suscité la curiosité de plus de 2,2 millions de spectateurs français.

MISE EN PLACE

150 000 exemplaires

PLAN MARKETING

Le film s'offre une campagne TV sur TF1 et Canal +, un partenariat radio avec RTL et un partenariat presse avec FHM. Des partenariats marques complètent le dispositif promotionnel.

EDITEUR TF1 Vidéo

DISTRIBUTEUR TF1 Vidéo

PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray)

Retour du cavalier de l'apocalypse
Ghost Rider : L'Esprit de Vengeance

Action

27 juin

Tirée du comics éponyme créé par Roy Thomas, cette suite du premier volet sorti en 2007 remet en scène Nicolas Cage (Lord of War, Le Pacte) dans son rôle de motard venu des enfers. Il doit protéger un enfant convoité par le diable qui souhaite prendre possession de son corps. Et pour empêcher le règne de l'antéchrist sur terre, Johnny Blaze alias Ghost Rider, doit renouer avec ses anciens démons. Les réalisateurs Mark Neveldine et Brian Taylor (Hyper Tension 1 & 2) sont aux manettes de ce film qui a totalisé 490 000 entrées en salles.

MISE EN PLACE

Non communiquée

PLAN MARKETING

S'adressant à un public masculin 25-49 ans, le film bénéficie d'une campagne TV (M6, W9, NRJ12, MTV, Game One, SyFy, 13ème Rue), d'un partenariat radio avec RMC (jeux concours et plus de 70 spots diffusés sur 2 semaines), de pages de presse dans Métro, 20 minutes, L'Équipe, Le Parisien/Aujourd'hui en France, Mad Movies et L'Écran Fantastique. S'ajoutent également un partenariat Internet avec Dailymotion, de la promotion sur Facebook, un partenariat avec M6 Mobile by Orange, une campagne cinéma à l'occasion de la sortie de The Amazing Spider-Man le 4 juillet et une campagne d'affichage à l'occasion du Comic Con de Paris (5 au 8 juillet).

EDITEUR M6 Vidéo

DISTRIBUTEUR Warner

PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

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

BACK TO SCHOOL

Are You Ready?

Dane-Elec a spécialement conçu une ligne de clés USB BACK-TO-SCHOOL adaptée à chaque âge, de 8 à 18 ans, pour répondre aux attentes et modes de vie des plus petits comme des plus grands: Avec ColorBytes, ShareBytes and LifeBytes, stocker ses données devient trop fun !

ColorBytes

ShareBytes

LifeBytes

DANE-ELEC

©2012 DANE-ELEC MEMORY. All rights reserved.
DANE-ELEC™ and logo are either registered trademarks or trademarks of Dane-Elec Memory in Europe, USA and other countries.

230_300_PPQ_PRESSE INTEL CONCERT_:_JDLI

230_300_INTEL_CONCERT_84147.indd 1 07/06/12 11:12

07.06.2012 11:15 PDF_QUADRI_300dpi_txvecto