

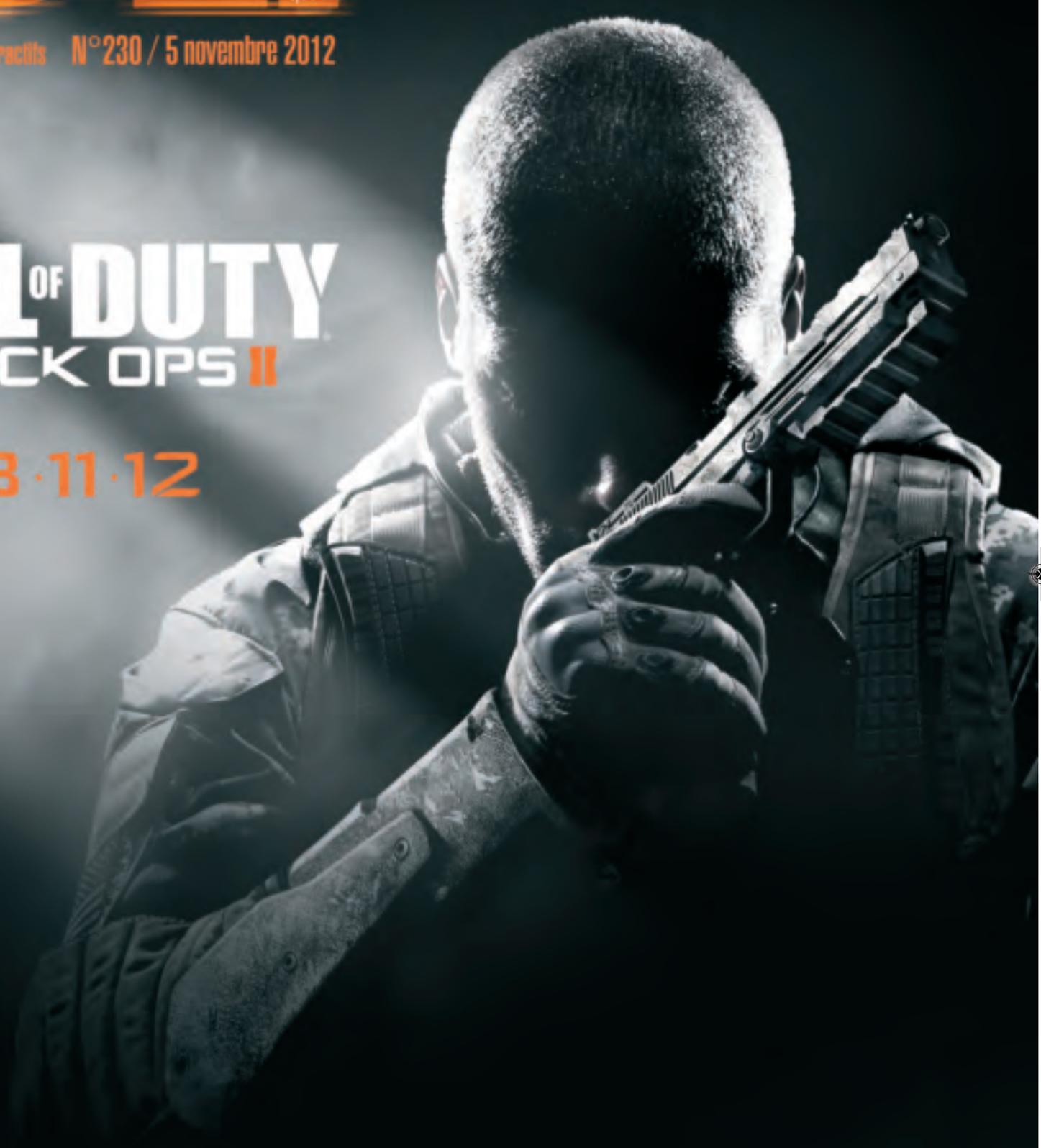
JDLi

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs N°230 / 5 novembre 2012
www.jdli.com

CALL OF DUTY BLACK OPS II

13.11.12



18

treyarch ACTIVISION.

CALL OF DUTY BLACK OPS II

UNE FRANCHISE
TOUJOURS EN CROISSANCE



"L'EPISODE
LE PLUS INNOVANT
DE L'HISTOIRE DE LA SERIE"

jeuxvideo.com

CAMPAGNE SOLO

L'action se déroule en partie dans le futur
Des armes et équipements totalement inédits

Nouveau mode Strike Force :
vos actions ont une influence sur le scénario

MULTIJOUEUR

Nouveau système de création de classes permettant une multitude de classes

Système de calcul de score plus juste pour tous les niveaux de joueurs

Encore plus proche de l'e-sport : streaming et création de leagues

ZOMBIES

Le Zombie devient un vrai mode multijoueur

Jusqu'à 18 joueurs

La plus grande Map Call of Duty à ce jour



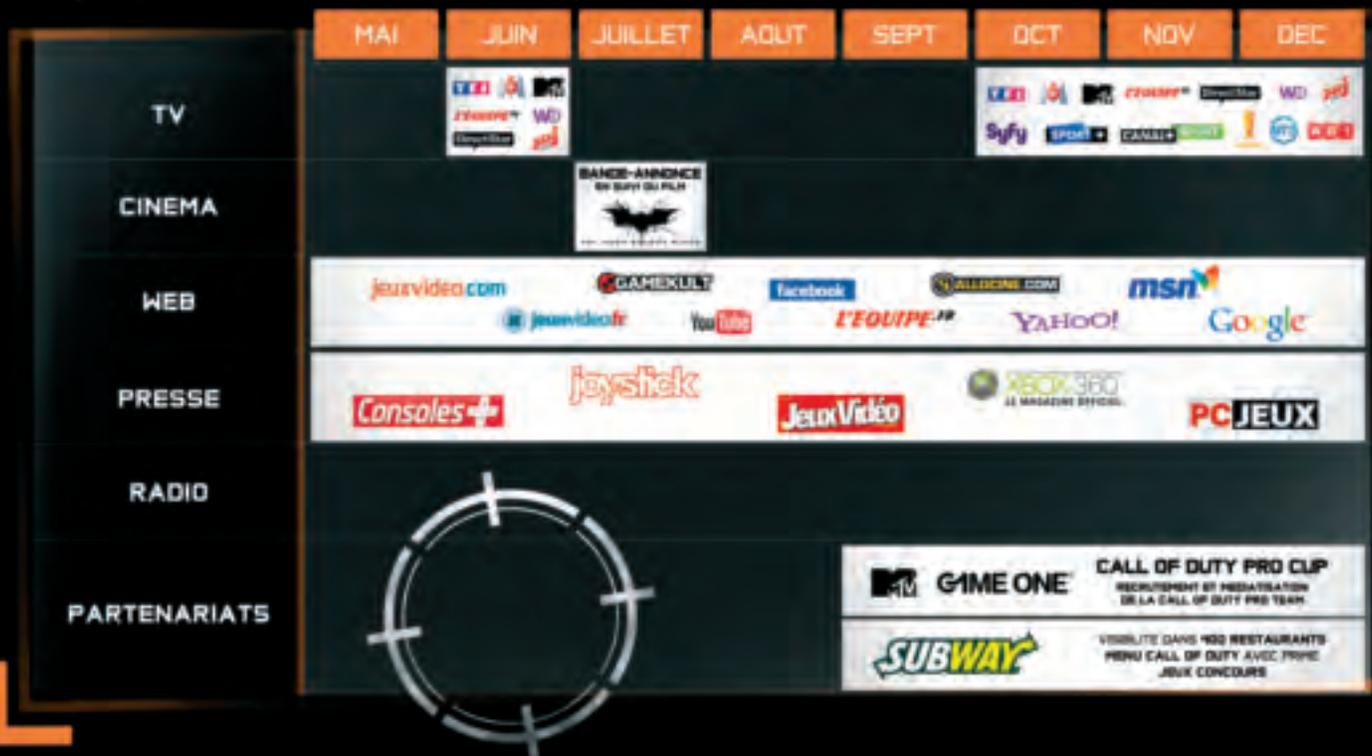
ET AUSSI



CALL OF DUTY ELITE

REJOIGNEZ LA COMMUNAUTÉ CALL OF DUTY SUR
WWW.CALLOFDUTY.COM/ELITE

LE PLAN MEDIA LE PLUS PUISSANT DE L'HISTOIRE DU JEU VIDEO



PRISE DE CONTROLE TOTALE DES MAGASINS





Disney achète l'empire Lucas



Le groupe Disney vient de racheter Lucasfilm, la société de George Lucas, créateur de La Guerre des Etoiles et Indiana Jones, pour 4,05 milliards de dollars (pour moitié en numéraire et le reste en action du groupe). Un nouveau film de la saga La Guerre des Etoiles est annoncé pour 2015 et de prochains longs-métrages devraient être produits à un rythme régulier. George Lucas devrait intervenir sur ces nouveaux films en tant que « consultant créatif ». Créée en 1971, Lucasfilm regroupe plusieurs divisions dont LucasArts (jeux vidéo), Industrial Light & Magic (effets spéciaux), Skywalker Sound (Postproduction audio). Avec cette nouvelle acquisition, le groupe Disney confirme sa position de major dans le secteur du divertissement aux Etats-Unis, suite notamment aux achats du studio d'animation Pixar en 2006 et de Marvel, éditeur historique de comics, en 2009.

La Fnac lâche la musique dématérialisée

A compter du 1er janvier 2013, les clients de Fnacmusic se verront redirigés vers le service de vente de musique dématérialisée iTunes d'Apple. La Fnac (PPR) abandonne en effet le marché de la musique en ligne et son service dédié, lancé en 2004. A partir de l'année prochaine, la Fnac sera rétribuée par Apple pour chaque vente de musique numérique, aux termes d'un accord d'affiliation. « *Le métier de la Fnac n'est pas de développer de la technologie* », a précisé Frédérique Giavarini, Directrice de la stratégie. Selon l'AFP, La Fnac occupait une place de premier ordre sur le marché de la vente physique de musique, avec 30% de parts de marché sur les ventes de CD.



Nintendo Wii U en approche



Alors que le lancement de la nouvelle console de salon de Nintendo approche à grands pas (sortie le 30 novembre), le fabricant détaille les modalités de la sortie. Philippe Lavoué, Directeur général adjoint de Nintendo France, nous a ainsi confirmé que « *une mise en place de 240 000 exemplaires de la console est prévue pour la France sur cette fin d'année* ». Côté communication, le coup d'envoi a été donné fin octobre : « *La communication a commencé à partir des vacances de la Toussaint avec notamment la possibilité pour les visiteurs du salon Paris Games Week de tester en avant-première*

les titres phares disponibles ». En ce qui concerne la stratégie sur le plan de l'accès aux produits dématérialisés, Nintendo nous a par ailleurs confirmé que « *l'intégralité des jeux Wii U seront disponibles au téléchargement comme le sont déjà les plus grands jeux Nintendo 3DS sur l'eShop* ». Rappelons que la console sera disponible sous trois formes au lancement : Basic Pack (299 euros environ), Pack Premium (349 euros environ) et en bundle avec Zombi U d'Ubisoft (390 euros environ). Prochainement dans le JDLI, retrouvez un point complet avec Nintendo sur le lancement de la nouvelle console.



GTA 5 se précise

Rockstar Games vient de confirmer le lancement de Grand Theft Auto V pour « le printemps 2013 » sur PlayStation 3 et Xbox 360. Rockstar précise que le jeu sera disponible à la réservation dans tous les magasins à partir du 5 novembre. « *Grand Theft Auto V est construit sur tout ce que l'on a appris à propos du design des jeux à monde ouvert* », souligne Sam Houser, fondateur de Rockstar Games. GTA V prendra place dans la ville de Los Santos (inspirée de Los Angeles) et promet « *un monde d'une taille sans précédent ainsi que des détails plein de vie, allant des sommets des montagnes aux profondeurs de l'océan* ». Tout un programme. En 15 ans, Grand Theft Auto s'est imposé comme l'une des séries majeures de l'histoire du jeu vidéo, tant côté ventes qu'influence.

Paris Games Week 2012

Du 30 octobre (journée presse) au 4 novembre, se tenait à la Porte de Versailles à Paris la troisième édition du salon grand public Paris Games Week. L'occasion pour le grand public de découvrir sur plus de 30 000 m² tous les hits de fin d'année et début 2013 sur PC, consoles, tablettes sans oublier les jeux Free to Play... A noter quelques exclusivités comme la possibilité de mettre la main sur la Wii U qui sort fin novembre. L'événement accueillait également la coupe du monde de jeu vidéo ESWC.



LA TABLETTE POUR LES LOISIRS

OPTIMISÉE POUR LE MULTIMÉDIA



Lenovo® IdeaTab® A2109A

- Processeur quad-core NVIDIA® Tegra® 3 (1,2 GHz)
- Android™ 4.0
- Écran tactile multipoint de 22,9 cm/9" (1280 x 800 pixels)
- Sortie Micro HDMI pour diffuser vos vidéos 1080p sur votre TV
- Haut parleurs stéréo avec technologie SRS Surround

POWERED BY
NVIDIA TEGRA



299 € TTC
dont 0.10 € d'éco participation



www.lenovo.com/fr

For those who do = Pour tous ceux qui agissent

Lenovo, le logo Lenovo, For Those Who Do et ThinkPad sont des marques déposées de Lenovo aux États-Unis et dans d'autres pays. Microsoft et Windows sont des marques déposées de Microsoft Corporation aux États-Unis et dans d'autres pays. © Lenovo 2012. Tous droits réservés.

lenovo FOR
THOSE
WHO DO.



SOMMAIRE

6 JDLI 230

5 NOVEMBRE 2012

MARCHÉ

- 8** News
- 12** Interview : Microsoft France

Jean-Claude Ghinozzi,
Directeur Général de la division
Retail Sales & Marketing

- 16** Interview : Warner Bros

Bonka Lim,
Directeur marketing France
& Benelux de Warner Bros

SOFTWARE

- 20** News
- 26** Focus : Wonderbook
Nouvelle page pour la PS3

HARDWARE

- 30** News
- 34** Interview : Nvidia
Nadia Lounis,
Responsable marketing consumer

GUIDES

- 38** Hardware
- 40** Jeux vidéo
- 42** DVD vidéo



Warner joue la synergie

Warner Bros dévoilait début octobre son line-up de fin d'année. La manifestation réunissait jeux vidéo, vidéo et même actualité cinéma du groupe autour de ses principaux univers et franchises. Bonka Lim, Directeur marketing France & Benelux de Warner Bros. Games, nous détaille l'actualité du groupe.



Microsoft

Entre l'arrivée de Windows 8, une Xbox 360 qui fait plus que jamais l'actualité et de nouvelles synergies possibles entre les plates-formes, la fin d'année est chargée pour Microsoft. Jean-Claude Ghinozzi, General Manager Retail Sales & Marketing France, nous détaille la stratégie du groupe notamment en direction des revendeurs.

12

16



Wonderbook

Nouvelle page pour la PS3

Avec Wonderbook, Sony entend continuer à élargir le public de sa console de salon. Une tendance de fond pour le constructeur qui fait de Wonderbook son titre le plus important sur la période hautement stratégique des dernières semaines de l'année.

26

Nvidia du PC au mobile

Si le PC est toujours au cœur de la stratégie avec des puces graphiques dédiées, Nvidia propose aussi des processeurs mobiles pour Android et smartphones haut de gamme. Avec Windows 8, on les retrouvera désormais dans l'environnement PC pour des appareils nomades très autonomes mais aussi très doués pour le jeu. Nadia Lounis, Responsable marketing consumer, nous répond.

34



JDLi

le Journal Des Loisirs Interactifs

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

Directeur de la publication
Laurent Guerder

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

Directeur de la rédaction
Laurent Guerder
Rédacteur en chef
Sébastien Anxolabéhère
01 41 58 58 26
sanxo@microcoop.com

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

Secrétaire de rédaction
Guy Pichard
guy@microcoop.com

Journalistes
Benoit Dupont, Jean-Luc
Marianna, Roland Marianna,
Pierre Stemmelin, François
Arias

Photographe
Guy Pichard

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

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

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

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

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

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

Site Web : www.jdli.com

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.





Carte musique jeune : juste un bide

Le ministre de la Culture de l'époque, Frédéric Mitterrand, prévoyait d'en vendre deux millions. D'après des informations de PC Impact, c'était 1,93 million de plus que ce qui s'est réellement passé... puisque seuls 70 000 exemplaires ont trouvé preneur ! De quoi s'agissait-il ? Il s'agissait de cartes financées à moitié par l'état, à moitié par les consommateurs qui permettaient aux jeunes de télécharger la musique légalement. Le ministère a donc mis fin à cette « expérimentation » pour le moins peu probante, le 25 octobre dernier. Ces chiffres, combinés à la mauvaise santé de supports physiques, montre bien que la culture de la gratuité (piratage, mais aussi écoute en streaming) est bien ancrée dans la tête des consommateurs, malgré Hadopi, malgré la crise.



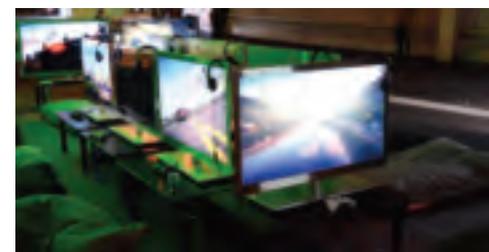
La pomme veut en croquer davantage

Voilà une annonce qui ne manquera pas de faire sourire (jaune) de nombreux utilisateurs : Apple vient de réévaluer les prix de son iTunes Store à la hausse dans la majorité des pays européens. Ainsi, il faudra désormais déboursier 0,89 euro pour une application jusqu'ici facturée 0,79 euro, tandis que les applications à 1,59 euro passe à 1,79 euro. Au final, c'est donc une hausse de 10 à 15 % qui tombe au moment où Apple vient d'annoncer des bénéfices incroyables. Le plus étonnant dans tout ça c'est que la décision d'alourdir la note ne vient pas des développeurs, mais bien d'Apple, même si les éditeurs sont gagnants puisqu'il la répartition des revenus n'est pas affectée, soit 60% pour l'éditeur et 40% pour Apple. Bref tout augmente même les petits prix ! L'application jdli reste, elle, totalement gratuite...

PayPal pour acheter sur le PSN



Depuis le 16 octobre, les possesseurs d'un porte-monnaie sur un compte PSN peuvent l'alimenter par PayPal. Il est possible de virer de cinq à 150 euros qui permettront d'acheter de la musique, des vidéos ou des jeux. Cette solution vient s'ajouter à la possibilité de payer directement avec sa carte bleue ou via des cartes pré-payées achetées en magasin. Après avoir connu quelques déboires liés au vol en très grand nombre de numéros de CB sur le PSN par des hackers, Sony PlayStation continue à proposer des solutions aptes à rassurer les consommateurs. Paypal est un système de paiement en ligne très sécurisé et reconnu dans le monde entier. Il ne transmet pas les données bancaires de l'acheteur au marchand.



C'est à l'aéroport du Bourget, au nord de Paris sur Microsoft avait choisi de présenter Forza Horizon, le nouvel opus de son jeu de course automobile à la presse. L'occasion d'approcher quelques-unes des plus belles voitures présentes dans

le jeu, mais en vrai ! Ce fut également pour les amateurs de sensations fortes l'opportunité de monter aux côtés de Benoît Tréluyer à bord d'une Audi A8 le temps d'un parcours entre des plots que le pilote d'endurance a fait et refait.

THOMSON

audio video



L'Histoire continue...



MIC252U

La nouvelle gamme  **Bluetooth®**

www.thomsonaudiovideo.eu



THOMSON est une marque de TECHNICOLOR S.A. utilisée sous licence par :

Parsons International France S.A.S. - 19, boulevard Albert Einstein 77420 Champs sur Marne - France
Tél : +33 (0) 1 64 61 61 02 - Fax : +33 (0) 1 64 61 61 05

MARCHÉ
10 NEWS

Antec

améliore les marges des revendeurs

■ **Leader sur le marché des composants informatiques hautes performances et accessoires dédiés au gaming, Antec, une société californienne,** offre des réductions importantes aux revendeurs français, qui pourront ainsi améliorer leurs marges. Ainsi, sur les alimentations High Current Pro, la promotion se monte à 28 euros pour la High Current Pro HCP – 1200 Watts, 19,50 euros pour la HCP-850 et 18 euros pour la HCP-750. Les boîtiers (gamme NSK) bénéficient également de réductions appréciables.



Le Kindle se modernise

■ **Amazon, géant de la vente sur Internet, a lancé il y a quelque temps une liseuse, baptisée Kindle. Il commercialise dorénavant Kindle Fire HD, une deuxième génération** nettement plus puissante, aux qualités sonores et vidéo améliorées. Il est en vente sur le site amazon.fr mais aussi dans les magasins Darty. « Grâce à ce partenariat avec l'un des plus grands distributeurs en France, les clients Darty vont avoir accès au tout nouveau Kindle, ainsi qu'à plus d'un million de livres numériques dont 70 000 titres en Français » déclare Jorrit van der Meulen, vice-président Kindle Europe.



Nouvelle bible Assassin's Creed

■ **Alors que saga vedette d'Ubisoft est sous les feux des projecteurs actuellement avec la sortie d'un des blockbusters de fin d'année, Assassin's Creed III,** les éditions Pix'n

Love publient un nouvel ouvrage dédié à la saga. Assassin's Creed : Entre Voyages, Vérités et Complots reprend les bases du livre paru en 2010 mais propose une nouvelle maquette ainsi qu'une mise à jour des textes et se penche longuement sur les nouveaux jeux (le troisième volet et l'épisode Liberation sur Vita). Sources d'inspirations pour les scénarios, contextes historiques, analyse du gameplay mais aussi réalités scientifiques de la saga sont passés au crible. L'imposant volume de 320 pages, accompagné d'un DVD vidéo (une heure de reportage et d'interviews des créateurs) est signé par Guillaume Delalande, Journaliste à LCI. Son prix de commercialisation est de 30 euros.



Toulouse Game Show

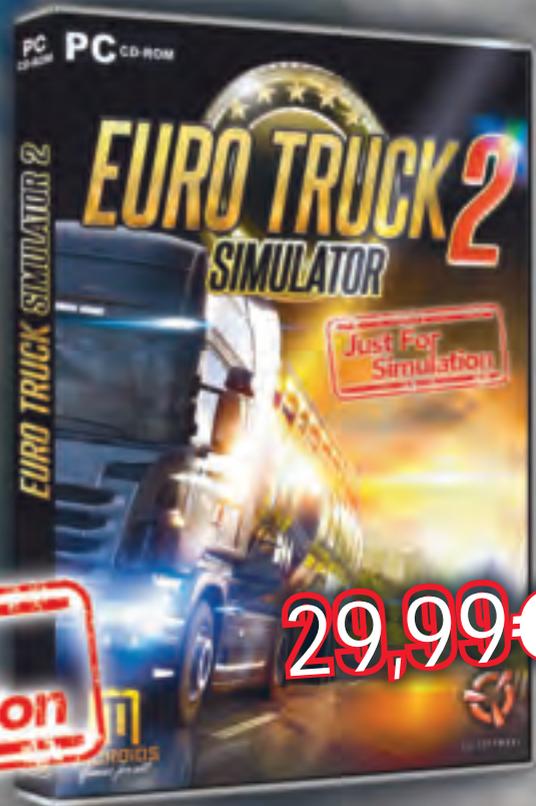
■ La sixième édition du Toulouse Game Show prendra place les 1er et 2 décembre au Parc des Expositions de la ville rose. Le salon accueillera professionnels, associations et particuliers autour des thèmes du jeu vidéo, du manga et de l'anime, de la culture asiatique et de la science-fiction. Le programme s'y annonce riche, avec notamment des concerts, du cosplay, des bornes de jeu jouables, des jeux de plateau ou de nombreux concours (karaoke, quizz). De plus, les visiteurs pourront rencontrer des invités venus pour l'occasion, dont Yoshitaka Amano, Suda 51 ou encore Anthony Roux (AnKama). L'an dernier, ce sont plus de 31 000 personnes qui ont arpenté le Toulouse Game Show.



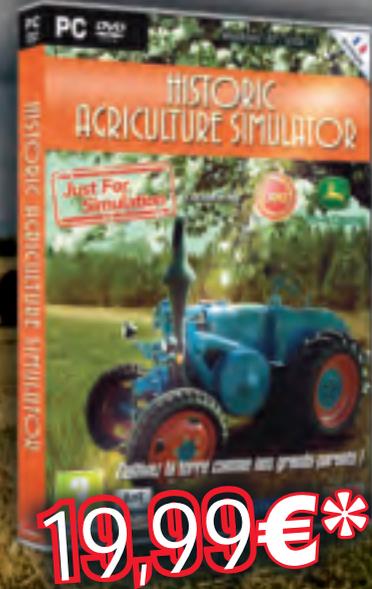
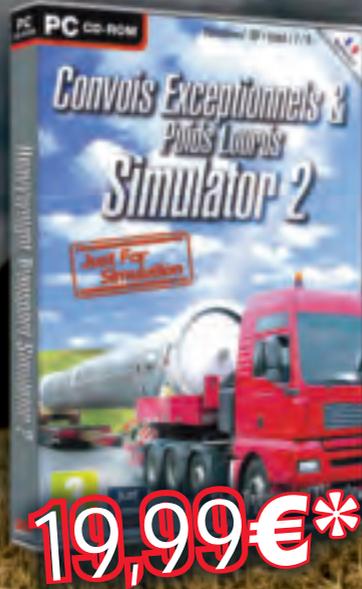
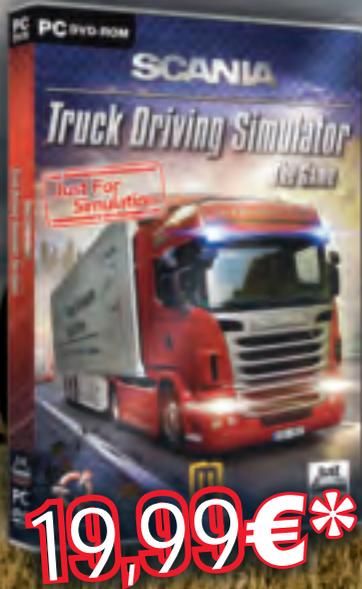
Yamaha fête ses 125 ans

■ Le Nippon connu dans le domaine de la IT pour la qualité de ses produits audio et de ses écrans mène une opération promotionnelle jusqu'au 30 novembre. Il suffit de se rendre sur le site créé à cette occasion (www.125ansyamaha.fr), d'y entrer ses coordonnées, de répondre à une question hautement compliquée (année de création de Yamaha...) et de constater si l'on est retenu pour un tirage au sort qui surviendra à la fin de l'opération. Yamaha fera d'autres opérations promotionnelles d'ici la 31 août.

LES MEILLEURS JEUX DE SIMULATION SONT CHEZ **JUST FOR GAMES** !



Just For Simulation



à partir de 9,99€*



* Prix de vente TTC généralement constaté.

© 2012 JUST FOR GAMES. Tous droits réservés. Just For Games, Just For Gamers, Just For Fun et leurs logos sont des marques déposées de Just For Games. Toutes les autres marques appartiennent à leurs propriétaires respectifs.



MARCHÉ
12 INTERVIEW



Entretien avec
Jean-Claude Ghinozzi,
General Manager Retail
Sales & Marketing France

Entre l'arrivée de **Windows 8**, une **Xbox 360** qui fait plus que jamais l'actualité et de **nouvelles synergies** possibles **entre les plates-formes**, la fin d'année est chargée pour **Microsoft**. **Jean-Claude Ghinozzi** nous détaille la place du retail dans la **stratégie** du groupe. **Par Sébastien Anxolabéhère**



Merci
prêt à s

JDLI : Qu'attendez-vous de la fin d'année ?

Jean-Claude Ghinozzi : Les perspectives sont très positives pour Microsoft, et ceci à tous les niveaux. Il est vrai que la crise économique est là et que les marchés se sont tendus. Mais nous avons un calendrier de sorties pour les semaines et les mois qui viennent réellement exceptionnel, comme sans doute Microsoft n'en n'a jamais eu. Plus que jamais, Microsoft axe sa stratégie de développement sur le contenu et apporte de la valeur ajoutée aux marchés. Nous avons aujourd'hui une proposition de valeur qui intéresse les retailers et évidemment les consommateurs. J'ajoute que c'est également vrai dans le B to B où Microsoft est plus présent que jamais. Ceci dit, nous savons tous que la période est compliquée et qu'il faut travailler sans relâche avec les retailers et vers les consommateurs pour gagner des parts de marché.

Qu'allez-vous proposer aux points de vente ?

Microsoft va apporter un incroyable souffle dans les rayons IT. Windows 8 a libéré la créativité des constructeurs qui arrivent avec plus de 50 produits totalement nouveaux, comme les « hybrides » à la fois PC et tablettes qui devraient vraiment engager les consommateurs vers la voie du renouvellement de leur équipement. Nous allons également être très actifs avec la Xbox 360 et l'univers gaming. Enfin, en 2013 arrive le nouvel Office. Evidemment, nous travaillons depuis des mois avec les enseignes pour leur expliquer les enjeux, leur présenter Windows et les aider à optimiser leurs rayons. L'offre de Microsoft sur les mois à venir sera un puissant générateur de trafic en magasin. Ils demandent de l'innovation, nous leur en apportons.

Quels sont les axes forts du déploiement de Microsoft fin 2012 ?

Pour la fin d'année, nous nous déployons donc sur trois axes : Windows 8, la Xbox 360 et la façon dont tous les devices vont désormais communiquer entre eux.

Que proposez-vous autour de Windows 8 ?

Windows se réinvente et le changement le plus visible est celui de l'interface. Il faut donc expliquer, démontrer, permettre aux consommateurs de vivre l'expérience Windows 8. Cela fait un an que le travail avec les retailers a commencé. La force de frappe déployée est considérable puisque 100 % des enseignes en France sont concernées par nos actions. Depuis le 26 octobre, des forces de vente supplétives et des démonstrateurs se déploient en magasin, de l'hypermarché au spécialiste. Il s'agit évidemment de montrer la facilité d'utilisation et valoriser les applications et le store auprès des consommateurs. Nous aurons formé plus de 3 700 personnes dans les différentes enseignes. Le rayon PC est un rayon « managé » où le consommateur a besoin d'explication, d'aide. Windows 8 est une occasion formidable pour les retailers de générer des ventes, sur le PC, sur la tablette et sur les nouveaux produits hybrides qui





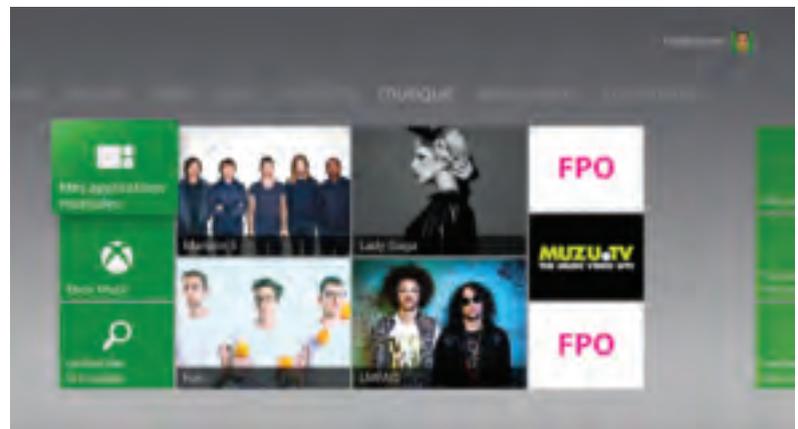
MARCHÉ

INTERVIEW

13

JEAN-CLAUDE GHINOZZI

Microsoft se déployer



apparaissent. Pour les e-tailers, nous proposons des vidéos de démonstration.

Intervenez-vous directement dans la façon de présenter les produits ?

Nous collaborons depuis un an avec des enseignes clés pour élaborer un réaménagement des rayons IT qui tienne compte de ce pour quoi un consommateur est intéressé : l'usage qu'il va faire de son PC, de sa tablette ou de son hybride. Nous avons conclu un accord avec la Fnac, la première enseigne dans la vente de PC en France, pour réaliser dans 25 points de vente une refonte totale du rayon PC. La segmentation est faite par usage. Une table appelée PC Collection réunit les meilleurs

modèles des différents constructeurs. Un ambassadeur de Microsoft est là pour montrer aux clients tout l'intérêt de Windows 8. Parallèlement, une table de démonstration dispose d'un écran de 72 pouces qui permet de montrer in situ la communication entre les différents terminaux, le téléphone, la tablette, le PC... il s'agit de sensibiliser les consommateurs à l'intérêt de l'expérience Windows 8 et de rendre le rayon IT le plus attractif possible et surtout non anxiogène. Nous faisons des propositions fortes pour que cet espace se transforme et que les usages soient enfin au centre de la proposition.

La Xbox 360 est dans sa septième année.

Que reste-t-il à montrer aujourd'hui ?

Nous sommes sans doute au plus haut de la courbe de vie de la machine. La base installée devrait dépasser les trois millions à Noël et 2012 sera une des plus belles en termes de ventes. Il reste donc beaucoup de choses à montrer et à proposer aux consommateurs. Au niveau de la machine elle-même, nous avons une offre vraiment capable de s'adresser à tout le monde avec une console Xbox 4 Go, une 250 Go et une 320 Go, une capacité plus que suffisante même pour les gamers les plus exigeants. Chacun de ces modèles est proposé avec ou sans



Microsoft et la Fnac

Alors que l'enseigne du groupe PPR devrait bientôt faire son entrée en bourse et a besoin de valoriser ses compétences de multispécialistes, notamment sur le haut de gamme, elle vient de conclure avec Microsoft un « partenariat stratégique ». A terme, toutes les Fnac auront une table « PC collection », présentant les meilleurs et les plus intéressantes machines tournant sous Windows 8 dans l'offre des constructeurs de PC. Les bornes de démonstration de l'enseigne seront toutes équipées de l'OS du géant de Seattle. Jusqu'à présent, la Fnac n'avait engagé de partenariat stratégique qu'avec SFR et Apple.

14 MARCHÉ INTERVIEW

JEAN-CLAUDE GHINOZZI

Kinect et nous allons évidemment mettre en place des bundles avec les hits de fin d'année. Par des partenariats avec des enseignes, des opérations très fortes sur la console seront proposées comme une remise de 50 % sur le prix pendant une durée limitée. Comme toutes les enseignes partenaires ne mèneront pas cette opération aux mêmes dates, les consommateurs pourront en profiter pleinement. Côté jeux, le line-up de Microsoft est extraordinaire avec le jeu le plus attendu de l'année, Halo 4, le futur blockbuster issu de la franchise Forza, Forza Horizon,

« Par des partenariats avec des enseignes, des opérations très fortes sur la console seront proposées comme une remise de 50 % sur le prix pendant une durée limitée. »

ainsi que d'autres succès Kinect comme Dance Central 3. Nous lançons également une nouvelle expérience de sport en partenariat avec Nike : Nike + Kinect Training. Une expérience qui s'adresse à tous les amateurs de sport, débutants ou confirmés ayant envie de se dépenser à la maison sans payer le prix d'un abonnement au club de Gym. Cette expérience dépasse très largement ce qu'on a pu voir jusqu'à présent dans ce domaine. Enfin, les éditeurs tiers viennent enrichir notre offre avec des titres exceptionnels comme FIFA 13, Assassin's Creed 3, Call of Duty Black Ops 2 et j'en passe. En conclusion, les fans de jeux, comme la famille pourront vraiment trouver des réponses à leurs envies dans le line-up Xbox 360 de cette fin d'année.

La Xbox 360 et Kinect restent une priorité pour Microsoft ?

Kinect se situe au cœur de nos priorités et le catalogue de titres que nous proposons sur cette fin d'année en est une preuve, que ce soit pour nous comme pour les éditeurs tiers qui continuent à développer des fonctionnalités propres comme EA vient de la faire avec Fifa 13. Kinect est aussi, et on a tendance à l'oublier, un accessoire de reconnaissance gestuelle et vocale qui constitue une véritable porte d'entrée vers le contenu. Au-delà de Kinect, tout l'univers du gaming et du divertissement est une priorité pour Microsoft. Il s'agit de retrouver tous les divertissements sur tous les écrans, où que l'on soit et le plus facilement possible. Auparavant, Xbox signifiait avant tout du jeu vidéo mais le concept a évolué au fil du temps pour devenir bien plus qu'une console. Aujourd'hui Xbox devient le service de divertissement premium de Microsoft. Que vous soyez sur votre PC, votre tablette, votre TV ou votre smartphone, Xbox sera la porte d'entrée pour le meilleur de la musique, des émissions TV, des films et de vos jeux préférés couplée à une expérience multi-écrans révolutionnaire avec Xbox SmartGlass.

Quel est le positionnement du Live aujourd'hui ?

Le Xbox Live est un pilier de l'univers de Microsoft. C'est aujourd'hui le hub de notre offre de divertissement. L'expérience que nous proposons à



Windows 8 : Darty réaménage l'IT

Microsoft a accompli un très important travail avec les enseignes phares de l'IT pour mettre en évidence les qualités de son nouvel OS. Darty en fait partie. Le multisécialiste (228 magasins en France ; 11 500 collaborateurs) a réaménagé l'espace autour de tables où sont disposés des notebooks tactiles, des hybrides et des tablettes. Différentes configurations issues des principales marques sont montrées et des vendeurs sont là pour aider les consommateurs. Darty élargit également à cette occasion ses services d'accompagnement. En plus du paramétrage de la connexion Internet, de l'installation de trois périphériques et de l'aide à l'usage, Darty ajoute, jusqu'au 15 février 2013, le transfert des données pour tout changement d'ordinateur et de système d'exploitation Microsoft. Par ailleurs, mais de façon payante cette fois, Darty propose une prestation d'initiation à domicile. L'ensemble des intervenants de Darty, que ce soit sur la hotline ou à domicile, ont reçu une formation de Microsoft. L'enseigne affirme d'ailleurs que ses experts du centre d'assistance téléphonique de Bercy à Paris sont les seuls de la distribution à être certifiés Microsoft. Enfin, l'enseigne lance sur PC, tablettes et smartphones une application MyDarty fonctionnant sous Windows 8. Elle permet de passer commande, de géolocaliser le magasin le plus proche et de consulter le blog 360000solutions.com pour bénéficier des conseils d'experts.

nos abonnés continue de s'enrichir tous les jours. Nous avons récemment annoncé l'arrivée de nouveaux contenus VOD et Replay avec la TV d'Orange ou plus récemment Gulli, mais aussi l'arrivée d'Internet Explorer sur Xbox. Nous avons également annoncé le lancement d'un nouveau service Xbox Music, qui va proposer une offre musicale inédite sur le marché avec plus de 30 millions de titres disponibles. Enfin en s'intégrant dans la démarche multi-écrans de Windows 8, le Xbox live va être une des pièces maîtresses de la stratégie de Microsoft. Windows 8, avec sa déclinaison sur Windows Phone 8 et l'intégration Xbox, permet de déployer un véritable univers cohérent pour l'utilisateur. Il s'agit maintenant de le mettre en évidence... C'est pour cette raison

que Microsoft fait des efforts sans précédent pour la formation des points de vente. Des opérations sont également prévues avec les boutiques des opérateurs télécoms. Il s'agira de mettre en évidence le lien entre les différents appareils sous Windows 8, et Xbox SmartGlass en est le meilleur outil. Nos démonstrateurs s'en servent pour montrer comment faire fonctionner leurs TV, leurs téléphones et leurs Xbox de façon vraiment intelligente en rendant leur expérience de divertissement plus intéressante que jamais. Dans un monde où de grandes sociétés telles qu'Apple, Google, Sony et bien d'autres luttent pour imposer leur offre de divertissement, Xbox SmartGlass incarne l'innovation qui révolutionne l'expérience TV.

**OFFERT POUR TOUT ACHAT
DE LA NOUVELLE PS3 !**

**THE AMAZING
SPIDER-MAN**

**EN TÉLÉCHARGEMENT
DÉFINITIF HD SUR
PlayStation®Store**



**THE AMAZING
SPIDER-MAN**

**OFFERT! EN EXCLUSIVITE A
PARTIR DU 4 NOVEMBRE 2012**

VOTRE FILM EN TELECHARGEMENT DEFINITIF HD.
VALABLE JUSQU'AU 31 MAI 2013

Boutique Vidéo du
PlayStation®Store

COLUMBIA
PICTURES

MARVEL

SONY
PICTURES
HOME
ENTERTAINMENT



PS3
PlayStation 3

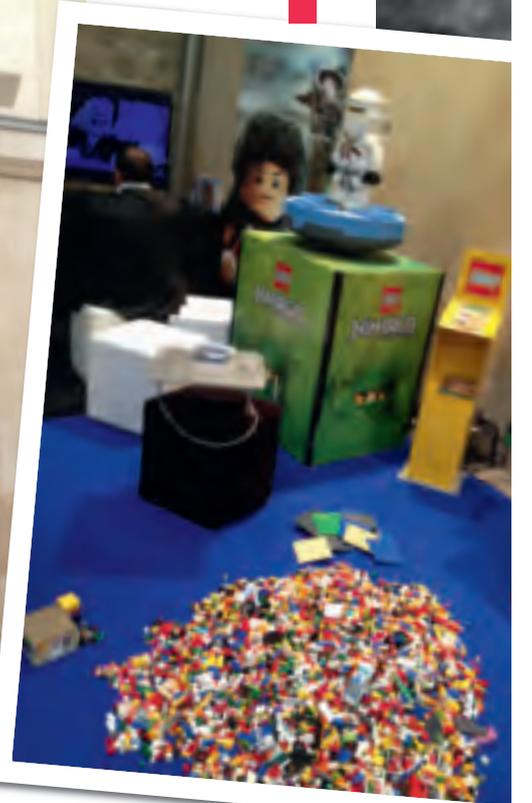
SONY
make.believe

© 2012 Columbia Pictures Industries, Inc. All Rights Reserved. Marvel, and the names and distinctive likenesses of Spider-Man and all other Marvel characters:™ and © 2012 Marvel Entertainment, LLC & its subsidiaries. All Rights Reserved.

MARCHÉ
16 INTERVIEW



Entretien avec
Bonnka Lim,
Directeur marketing France &
Benelux de Warner Bros Games



Le groupe Warner Bros organisait un événement début octobre à Paris pour dévoiler son line-up de fin d'année. Particularité de la manifestation, elle réunissait jeux vidéo, vidéo et même actualité cinéma du groupe autour de ses principaux univers et franchises. Bonnka Lim, Directeur marketing France & Benelux de Warner Bros Games, nous détaille l'actualité jeux vidéo du groupe, entre blockbusters et montée en puissance sur le digital, tout en précisant les synergies qui se dessinent entre les différentes divisions.

Par Patrick Hellio

JDLI : C'est la première fois que Warner Bros organise un événement réunissant vidéo et jeux vidéo. Comment s'est-il mis en place ?

Bonnka Lim : A l'origine, nous voulions organiser un événement spécifique autour de la gamme de jeux vidéo Lego, qui est devenu au fil du temps une gamme de produits incontournables. En discutant avec la division vidéo du groupe qui souhaitait présenter ses coffrets de fin d'année, nous avons identifié une volonté commune de pousser trois grandes licences réunissant jeux vidéo et sorties DVD et Blu-ray : Harry Potter, Batman et Le Seigneur des Anneaux. Nous avons donc décidé de mutualiser nos efforts pour organiser cet événement transversal, nous permettant de présenter toute l'actualité du groupe sur la fin d'année 2012, jeux vidéo, coffret de Noël et même les sorties salles avec une mise en avant de notre blockbuster de décembre, Le Hobbit, Un Voyage Inattendu.

A qui vous adressez-vous ici et quel est l'avantage de ce type de présentation transversale ?

La presse et les revendeurs sont invités sur l'événement. L'un des intérêts de ce genre de dispositifs est de permettre par exemple au jeu vidéo de profiter d'une visibilité auprès d'audiences qui n'y sont pas forcément coutumières, et vice-versa pour les produits vidéo. Le dispositif massif de PLV Batman que nous avons installé ici symbolise d'ailleurs tout à fait l'esprit de cette organisation transversale. Celui-ci regroupe une arche qui était prévue pour le cinéma et l'avant-première de Dark Knight Rises (finalement annulée à cause des événements de Aurora aux Etats-

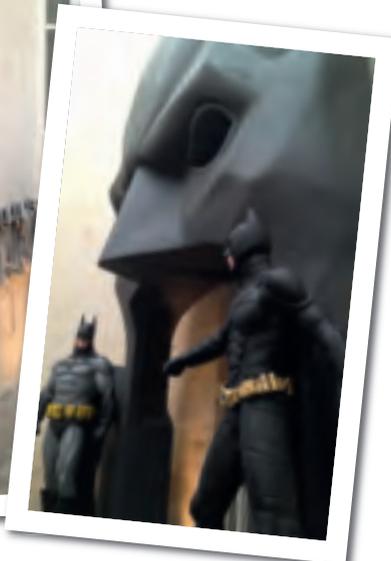
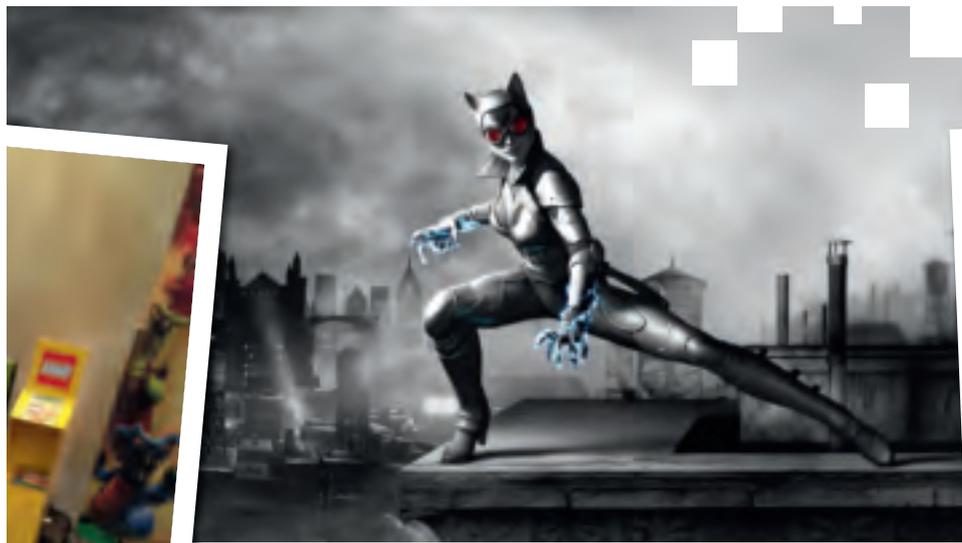
Unis, ndr) qui est ici utilisée pour la première fois, un personnage qui est exploité par la vidéo (Batman The Dark Knight) et un autre dédié au jeu vidéo (Batman Arkham City): une même licence traitée sous différentes formes, ce que le groupe s'évertue à développer.

Cela signifie-t-il que vous allez globalement développer les synergies au sein du groupe ?

Oui et cela a toujours été une volonté du top management chez Warner Bros, de créer des opportunités de synergies entre les différentes divisions. En magasins, nous travaillons dans ce sens même si composer des offres de bundles combinant différents genres de produits pose évidemment la question de l'endroit de leur



Warner



« Nous avons donc décidé de mutualiser nos efforts pour organiser cet événement transversal. »

implantation. Jeu vidéo et vidéo n'ont pas les mêmes coûts, les royalties à reverser dans le jeu vidéo font que le coût du bundle est difficile à bien équilibrer... mais nous menons beaucoup de réflexions dans ce sens. On peut en revanche proposer, chez

certaines retailers, des corners thématiques regroupant plusieurs familles de produits, autour des temps forts d'une licence comme une nouvelle sortie cinéma par exemple à l'occasion de laquelle on pourra réunir jeux vidéo, DVD, produits dérivés...

On a pu voir l'éditeur Urban Comics commercialiser des albums accompagnés de jeux vidéo Warner...

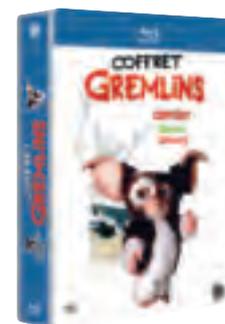
Tout à fait, Urban Comics a les droits de toutes les bandes dessinées DC Comics en France et nous avons décidé de nous associer avec eux parce qu'ils font un travail éditorial qualitatif. Un album Batman Arkham City est ainsi proposé à la vente, accompagné du jeu PC du même nom sorti l'année dernière, le tout pour 20 euros, un prix donc très attractif. Idéalement, nous aimerions développer ce type d'offres regroupant également un comics, un jeu sur consoles et peut-être même autre chose encore tout en conservant un prix d'appel. C'est un procédé que le secteur de la vidéo maîtrise parfaitement depuis des années et sur lequel nous avons encore du travail pour proposer un équivalent dans le jeu vidéo.

En quoi les traitements du jeu vidéo et de la vidéo diffèrent-ils ?

Historiquement, le jeu vidéo se focalise principalement sur les lancements et beaucoup moins sur la gestion à long terme des titres, surtout sur le plan du marketing. La vidéo a cette capacité assez impressionnante à créer de la nouveauté avec des titres de fond de catalogue, à surfer sur l'actualité d'une licence pour remettre en avant les précédents films en DVD et Blu-ray, à composer des coffrets sur de multiples thématiques (acteurs, réalisateurs, genre...) tout en profitant d'un fond de catalogue de très grande taille... Dans le jeu vidéo, ce type d'opérations est généralement mis en place pour faire du déstockage alors que la vidéo presse de nouvelles galettes ! Notre objectif chez Warner Bros Games est de travailler sur le même modèle le fond de catalogue, sachant que plus il sera important, plus il nous permettra de monter des opérations. En septembre, nous avons mis en place une opération spéciale autour de la gamme Lego jeux vidéo avec une importante campagne visant à promouvoir l'ensemble des jeux de la marque, dont tous les jeux partagent le même principe de retrouver un univers reconnu sous la forme d'un jeu d'action/aventure plein d'humour: Lego Batman, Lego Harry Potter... Un box spécial a été créé pour accompagner l'opération avec le slogan « Construis ton aventure » et un spot TV a été diffusé.

Quels sont les temps forts de la fin d'année Warner côté jeux vidéo ?

Notre titre le plus important sur cette fin d'année sort le 23 novembre, il s'agit de Lego Le Seigneur des Anneaux qui est publié sur la plupart des plateformes du marché. Nous allons investir plus d'argent sur ce lancement que sur celui de Lego Batman par exemple. Sony nous aide sur le lancement et une campagne brandée PlayStation (PS3 et Vita) va être mise en place. Lego Seigneur des Anneaux va être soutenu par un dispositif marketing très grand public, avec de la TV hertzienne et cabsat, sur Internet avec un partenariat Habbo.fr et une visibilité importante sur jeuxvidéo.com. En presse, nous avons la couverture de Air For Kids, le magazine qui est distribué chez McDonalds. Des synergies sont mises en place avec les autres divisions du groupe avec notamment une opération virale de grande ampleur mise au point avec la division Warner Bros Pictures, lancée en novembre au cours de laquelle les consommateurs seront invités à se rendre sur les points de vente ou sites Web des revendeurs pour avancer. Toujours en partenariat avec la division cinéma, la station Auber à Paris va être décorée pour recréer un village de Hobbits où l'on pourra également jouer à Lego Le Seigneur des Anneaux.



joue la synergie

MARCHÉ
18 INTERVIEW
BONNKA LIM



Warner joue la synergie

Dans quelle mesure le jeu va-t-il profiter de la sortie de Le Hobbit en fin d'année ?

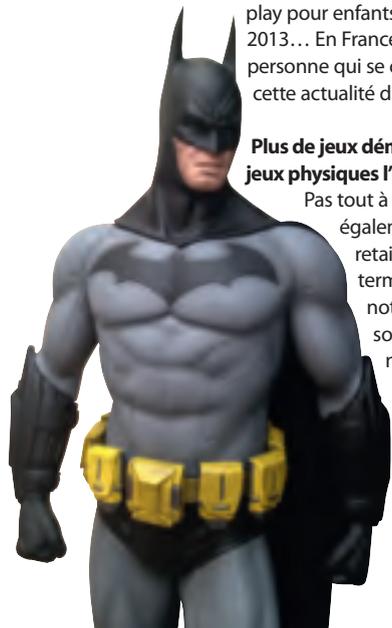
Lego Seigneur des Anneaux sort quelques jours avant le film qui arrive sur les écrans le 12 décembre. Il va donc profiter du buzz qui va se développer dans les semaines avant l'arrivée en salles du film mais aussi de l'impact de l'une des sorties cinéma les plus attendues de la fin d'année. Nous avons d'ailleurs plusieurs jeux basés sur l'univers du Seigneur des Anneaux prévus en fin d'année comme une nouvelle extension au jeu de rôle Free-to-Play, Seigneur des Anneaux Online, qui continue à voir progresser son nombre de joueurs. Les Cavaliers de Rohan est un nouvel add-on qui sort en version digitale et en physique. Cette dernière intègre l'extension plus divers bonus exclusifs. Gardiens de la Terre du Milieu sur PSN et XBLA prévu également pour les prochaines semaines, reprend le gameplay d'un hit comme Leagues of Legends sur PC, qui fonctionne très fort, tout en profitant du background Seigneur des Anneaux. Une version physique sur PS3 sortira en exclusivité chez Micromania, avec là aussi plusieurs bonus comme un season pass.

Warner entend visiblement développer son offre de jeux dématérialisés. A quoi peut-on s'attendre pour 2013 ?

A l'image de l'ensemble de notre catalogue, l'offre 2013 de jeux dématérialisés sera plus variée, en termes de genres de jeux mais aussi de plates-formes concernées. Warner va proposer ses jeux sur toutes les plates-formes de diffusion digitale, du jeu massivement multijoueurs sur PC (Seigneur des Anneaux Online) aux jeux sur les boutiques en lignes des consoles (PSN, XBLA), en passant par l'environnement iOS (jeux Lego) ou encore le cloud gaming puisque nous sommes actuellement en discussions avec des opérateurs pour que notamment les jeux Lego rejoignent leurs offres de jeux sur les box. Il ne faut pas oublier les web based games, sachant que Warner vient de signer un partenariat dans ce sens avec Kabam pour développer des jeux Les Seigneur des Anneaux pour Internet et les smartphones. Cartoon Universe, un jeu en Free-to-play pour enfants, a par ailleurs été annoncé pour 2013... En France, nous avons recruté une personne qui se charge spécifiquement de toute cette actualité digitale.

Plus de jeux dématérialisés donc, et moins de jeux physiques l'année prochaine ?

Pas tout à fait, puisque nous allons également lancer davantage de jeux en retail, et des jeux encore plus forts en termes de potentiels. Je pense notamment à Injustice : Les Dieux sont Parmi Nous, qui sera l'un de nos grands lancements de début 2013 sur PS3, Xbox 360, Wii U... D'autres titres seront annoncés



Actualité transversale

318 coffrets vidéo. Un chiffre impressionnant avancé par Warner au sujet de ses sorties de fin d'année. « Nous avons une offre très large, qui adresse de nombreuses cibles », développe Matthieu Verge, Directeur marketing France & Benelux chez Warner Bros Entertainment. « Sur un marché de la vidéo difficile, il s'agit de redonner de l'envie aux consommateurs. Cela passe notamment par une valorisation du fond de catalogue et la composition de coffrets aux thématiques attractives et dotés d'une présentation la plus souvent originale ». L'éventail de coffrets va de 10 à 100 euros environ. « Pour composer certains coffrets, nous pouvons nous rapprocher d'autres éditeurs vidéo », développe Matthieu Verge (coffrets Inception/Shutter Island ou Tim Burton par exemple). La présentation de certains coffrets joue en effet la singularité, si l'on évoque par exemple le « Party Pack » (trois films en DVD ou Blu-ray accompagnés d'un éthylotest, le tout sous forme d'un pack de bière !). A noter qu'un coffret se présente cette année sous la forme d'un crédit donnant accès à une cinquantaine de films en VOD.

Batman sort de l'ombre

Côté nouveautés, Batman tiendra la vedette encore une fois chez Warner en fin d'année. The Dark Knight Rises, dernier film de la trilogie de Christopher Nolan, sort en vidéo le 28 novembre. DVD et Blu-ray, édition limitée du « masque brisé » (2 000 pièces en exclusivité chez Amazon), coffret trilogie en DVD et Blu-ray sont au programme. Divers coffrets vidéo engageront également l'homme chauve-souris (DC Comics Anthologie, compilations de dessins animés Batman) de même que le jeu vidéo puisque Batman Arkham City fera partie du line-up de lancement de la Wii U (300 000 ventes des autres versions) et qu'une édition Game of the Year du titre est disponible sur PC, PS3 et Xbox 360. Quand à Batman Lego 2, sorti en juin, l'éditeur évoque « le meilleur démarrage de toute la série Lego ». A noter par ailleurs que Warner fêtera en 2013 ses 90 ans, et que des opérations devraient être mises en place pour célébrer l'événement.



très prochainement. 2013 sera une année très importante pour Warner, après une année 2012 qui aura été une transition puisque nos capacités de production ne nous permettent pas encore pour le moment de lancer des jeux AAA à un rythme régulier. Mais cela ne va pas tarder à changer !

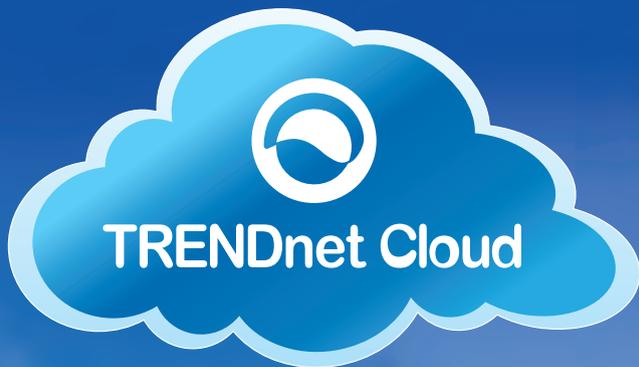
L'objectif annoncé par Martin Tremblay, patron de Warner Games à la création de la division était d'atteindre le top 5 d'ici 2015. Pensez-vous être en phase ?

Nous sommes déjà dans le top 10 et nous gardons cet objectif en tête. En venant dans le jeu vidéo, Warner Bros. Games voulait se positionner comme un acteur crédible du jeu vidéo, pas seulement là pour vendre ses licences. Je pense qu'on y parvient et Warner apporte aujourd'hui une approche différente de l'industrie en proposant par exemple un traitement différent du fond de catalogue, en tentant l'innovation et la différenciation sur le plan marketing comme nous l'avons fait sur Mortal Kombat et Batman Arkham City par exemple. Et, comme

toujours, il faut avant tout de bons jeux pour se distinguer sur le marché.

Quel regard portez-vous sur cette fin d'année ?

Le marché est très difficile. Le début 2012 a été très décevant alors que l'on espérait que les nouvelles consoles portables PS Vita et Nintendo 3DS redonnent du dynamisme au marché, ce qui n'a pas été le cas. Les ventes de jeux PlayStation 3 et Xbox 360, qui portaient l'industrie l'année dernière sont en décroissance sur 2012, ce que la sortie tardive de la Wii U ne pourra pas combler sur l'année calendaire. Nous soutenons la nouvelle console de Nintendo avec deux titres (Batman Arkham City Armored Edition et Game Party) qui vont toucher des cibles différentes. Nintendo nous soutient avec un titre comme Batman qui contribue à montrer que la console s'adresse aux gamers. Martin Tremblay était d'ailleurs intervenu à la conférence Nintendo de l'E3 pour présenter le jeu... Warner Bros Games a toujours cherché, quoi qu'il en soit, à travailler avec tous les constructeurs de consoles.



NOUVELLE GÉNÉRATION DE CAMÉRAS WI-FI CONNECTÉES VIA LE CLOUD

Gardez un œil
sur vos biens et vos proches,
où que vous soyez.



TV-IP851WIC



TV-IP751WIC



Le service **TRENDnet Cloud** en quelques mots :

- Visualisez et écoutez ce qui se passe chez vous à tout moment
- Utilisation simplifiée sur ordinateur, tablette et Smartphone
- Installation rapide et accès facile à vos caméras
- Connexion au Cloud via les applications iOS, Android et Windows gratuites et sans abonnement

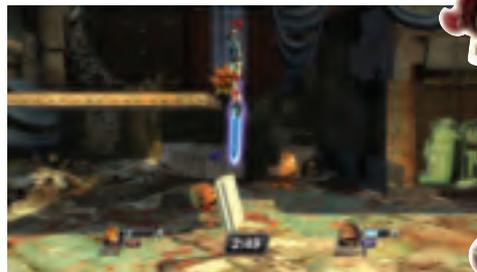


Plus d'informations sur www.TRENDnet.fr





Une belle brochette sur PlayStation



Le 21 novembre, une bande de personnages bien connus de l'univers PlayStation va se retrouver dans un même jeu, avec l'idée bien affirmée d'en découdre.

« PlayStation All-Stars Battle Royale est un jeu du type mash-up brawler, un jeu de combat en arène reprenant des figures très connues de l'univers PlayStation, depuis la PS one jusqu'à la PS3 », situe Antoine Mendel,

Chef de produits software chez Sony Computer. Kratos de God of War, Nathan Drake de Uncharted, Sackboy de

LittleBigPlanet, bien connus des joueurs actuels mais aussi d'anciennes gloires comme Parappa The Rapper se retrouvent donc ici pour régler leurs comptes dans des arènes elles aussi référentielles aux grands classiques de la marque pouvant accueillir quatre combattants simultanément. Une vingtaine de personnages

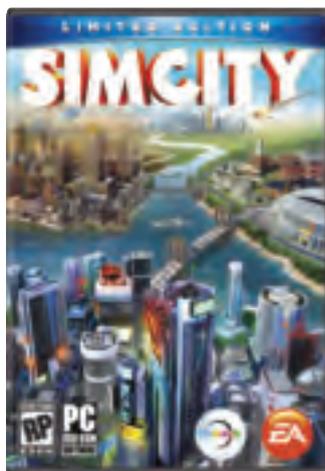
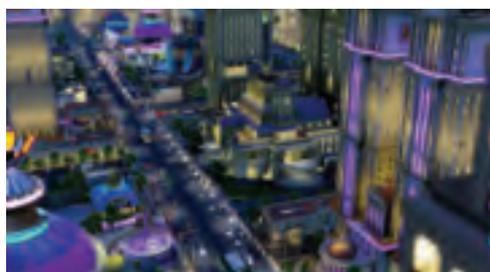


différents sont au programme, sachant que des figures d'éditeurs tiers comme Big Daddy (BioShock), Mishima (Tekken) ou Raiden de Metal Gear Solid répondent aussi à l'appel. « C'est un titre qui s'adresse à la fois aux gamers de par ses multiples références à des jeux cultes et à une cible plus large car son gameplay le rend accessible au plus grand nombre ».

Ambassadeur des synergies PS3 et Vita

Une telle réunion de stars de l'ère PlayStation est une première mais ce titre ouvrira également le bal au niveau des fameuses interactions entre les consoles de salon et portables. Le 21 novembre, le jeu sera publié simultanément sur PS3 et Vita en versions physiques. Mais les acheteurs de la version de salon pourront gratuitement télécharger la version pour console portable. Voilà pour le « Cross buy ». Une fois en possession du jeu sur ses deux machines, le joueur pourra sauvegarder sa progression en « cloud » pour la poursuivre indifféremment sur l'un des deux supports et jouer ainsi du « cross save ». Enfin, ce titre sera également l'un des premiers à proposer le « cross play », autorisant les joueurs sur PS3 et PS

Vita à se retrouver au sein d'une même partie en ligne. Cette connectivité entre les deux consoles devrait être mise en avant dans la campagne TV (chaînes hertziennes et cabsat) qui va accompagner le lancement du titre. L'éditeur prévoit une mise en place de 60 000 exemplaires du titre. Le prochain jeu Sly Cooper, Thieves in Time, devrait être l'un des prochains titres à proposer différentes fonctions « cross » entre les deux consoles, début 2013.



SimCity toujours en construction

■ C'est le 7 mars 2013 qu'arrivera en magasins le nouvel opus d'une série référence dans le domaine du jeu de gestion urbaine : Sim City. Apparue en 1989 notamment sur ordinateur Amiga et PC, la licence fera là son grand retour sur PC et Mac. Bénéficiant du moteur de jeu GlassBox, le SimCity nouveau permettra au joueur de « gérer sa ville personnalisée et construire un monde en coexistence avec celui de ses amis » selon l'éditeur. Electronic Arts promet également un impact nouveau aux décisions prises par les joueurs, avec « des répercussions à long terme, qui s'étendront au-delà des limites de leur ville voire dans le monde entier ». A noter que la version Mac ne sera disponible que sur Origin, la plate-forme de téléchargement d'Electronic Arts.

MINI-ENCEINTE DE L'ESPACE

Son Spatial



- Prise mini-jack 3,5 mm
- Compatible avec tous les baladeurs et tous les téléphones
- Rechargeable en USB
- Possibilité de chaîner plusieurs enceintes

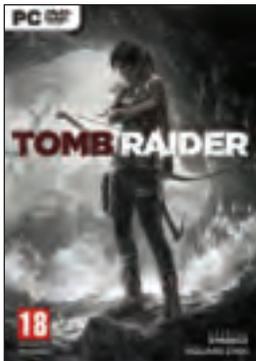
ANGRY BIRDS SPACE™



LE SON
EN ORBITE

gear4

Lara Croft se dévoile

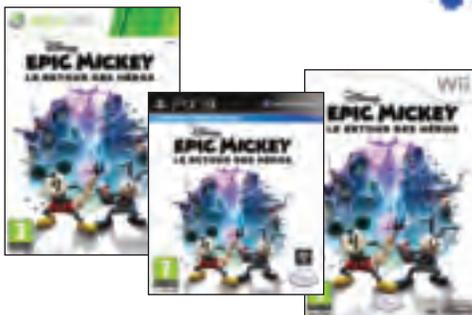


■ **Attendu pour le 5 mars 2013, le prochain Tomb Raider se dévoile via notamment la publication par Square Enix de la jaquette officielle.** Celle-ci est à l'image de ce que l'on a pu voir jusqu'ici de la prochaine aventure de la célèbre Lara Croft, plutôt sombre. Pour rappel, Tomb Raider sera un reboot de la série, une franchise qui s'est vendue à plus de 35 millions d'exemplaires à travers le monde (selon Square

Enix) depuis son apparition en 1996 notamment sur la première PlayStation. La jeune Lara Croft se retrouvera ici sur une île pleine de dangers où elle devra apprendre à survivre... Trois éditions du jeu seront commercialisées ; une édition Standard, une édition Survival et une édition Collector Deluxe au tirage limité. L'édition Survival contiendra en plus du jeu un mini livre d'artworks, une carte de l'île et un sac « de survie » décoré. Ce contenu sera accompagné de deux bonus numériques : la bande originale du jeu et un pack d'armes en DLC. L'édition Collector Deluxe inclura en plus une figurine de 15cm de Lara Croft dans une boîte métallique de survie.



Mickey plus Epic que jamais

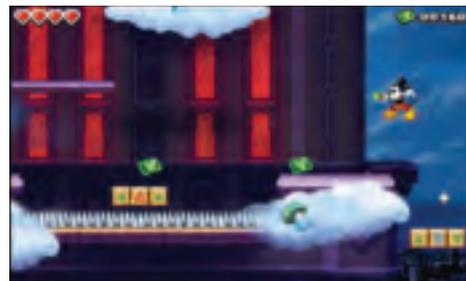


■ **Le 21 novembre, le personnage emblématique de Disney tiendra la vedette d'un nouveau blockbuster maison avec Epic Mickey, le Retour des Héros.** Un premier rôle qu'il devra tout de même partager avec le lapin Oswald, l'un des tout premiers personnages créés par Walt Disney et récemment réintégré dans le giron de la firme. « Les retours des joueurs sur le premier Epic Mickey sorti en 2010 sur Wii ont été écoutés. La possibilité de jouer à deux en coopération était souvent évoquée », explique Laure Bernou, Chef de produits Jeux vidéo chez Disney. Deux joueurs peuvent donc désormais pratiquer l'aventure de concert (Mickey utilise toujours son pinceau magique et Oswald une télécommande pour maîtriser l'électricité) tandis que le joueur solitaire incarmera un Mickey accompagné par un Oswald contrôlé par la console. « Une autre demande des joueurs concernait la présence de voix et le jeu est désormais intégralement localisé en français. C'est d'ailleurs dans ce jeu que le personnage d'Oswald aura pour la première fois une voix ! ». Avec 3,5 millions d'exemplaires du premier jeu vendus dans le monde sur Wii, le créateur Warren Spector (Deus Ex) avait réussi son pari. Avec ce Retour des Héros, l'ambition est visiblement de passer à une autre dimension via une sortie multiplates-formes.

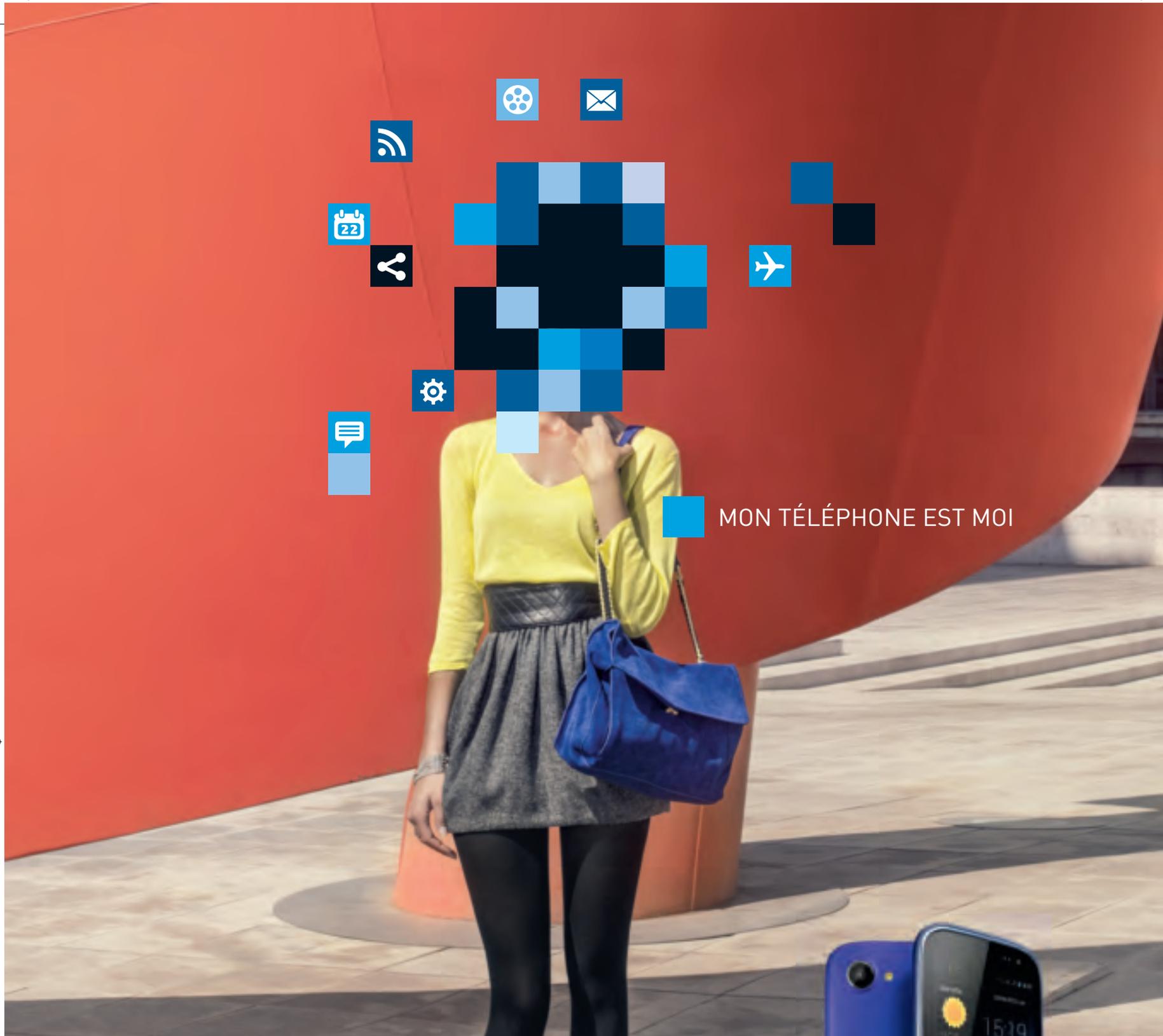
Désormais multiplates-formes

Le jeu sortira le 21 novembre sur PC, PlayStation 3, Xbox 360 et Wii. Une version Nintendo 3DS sort simultanément, qui se présente comme une relecture

d'un classique du jeu sur console Megadrive, Castle of Illusion. La version Wii U sera quant à elle publiée au « printemps 2013 ». Pour soutenir ce qui représente le lancement « physique » le plus important de l'année pour Disney, l'éditeur met en place un dispositif marketing massif incluant une mise en avant sur les médias du groupe, en TV, sur Internet, sur les réseaux sociaux... Si la communication a débuté dès l'annonce du titre en mars dernier, le dispositif va s'intensifier à la sortie. « Une campagne TV d'un mois, jusqu'à la fin de l'année, va viser les 4 à 14 ans, avec 675 GRP ». Sur Internet, le jeu sera mis en avant sur Aufeminin.fr, Gulli et des sites spécialisés jeux vidéo. « Nous avons un partenariat avec Sony, pour de la visibilité en TV et sur leur stand au Paris Games Week. La version PS3 a en effet ma particularité d'exploiter le PS Move ». Disney annonce une mise en place « deux fois supérieure à celle du premier jeu » et prévoit déjà de continuer à soutenir le titre début 2013 via la parution de la version Nintendo Wii U.



Version Nintendo 3DS



MON TÉLÉPHONE EST MOI

wiko
*Share your identity**

CINK SLIM

Écran 4" / Android ICS / Dual Core 1GHz
Appareil photo 8MP, Autofocus,
Flash LED / Caméra frontale 1.3 MP



DOUBLE SIM

DAS : 0,874 W/kg. Le DAS (débit d'absorption spécifique) des téléphones mobiles quantifie le niveau d'exposition maximal de l'utilisateur aux ondes électromagnétiques, pour une utilisation à l'oreille. La réglementation française impose que le DAS ne dépasse pas 2W/Kg. *Partagez votre identité



wikomobile.com





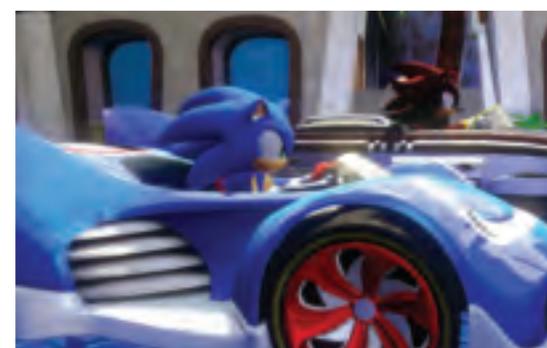
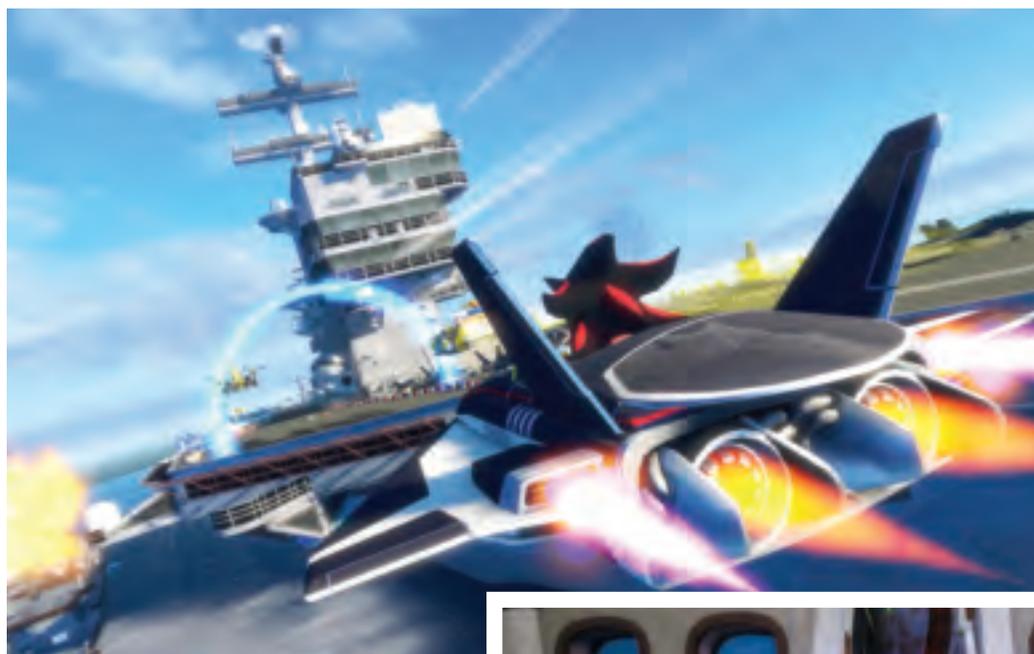
Sonic met le turbo

Le 16 novembre, Sega va proposer un nouveau jeu de course mettant en scène des personnages bien connus de l'univers Sonic...

entre autres. « *Sonic & All Stars Racing Transformed* profite d'une des plus importantes campagnes marketing pour un jeu Sega », situe Emmanuel Melero, Directeur marketing chez Koch Media qui distribue les jeux Sega en France depuis la fermeture de la filiale du Japonais. Les versions



PS3, Xbox 360, Nintendo 3DS et PS Vita du jeu sortent le 16, tandis que la version Wii U sera présente au lancement de la nouvelle console, le 30 novembre. Le titre devrait également être proposé sur PC ultérieurement « *uniquement en version dématérialisée* », précise l'éditeur. Après un premier Sonic & Sega All-Stars Racing début 2010, Sega reprend le concept de courses de



véhicules faisant s'affronter des gloires maison dans des décors eux aussi inspirés de jeux mythiques de la marque. Mais on a ici droit à une version bien plus riche, avec une vingtaine de personnages en provenance de l'univers Sonic ou de jeux bien connus de l'éditeur japonais (Shinobi, Jet Set Radio, Golden Axe...) concourant dans une vingtaine de pistes thématiques (Panzer Dragoon, Super Monkey Ball...) ou même du film d'animation de fin d'année, Le Monde de Ralph. « *L'une des grandes nouveautés du jeu consiste en cette faculté des véhicules de chaque personnage à se transformer en trois modèles différents : voiture, bateau ou avion* », développe Emmanuel Melero. Au cours des tracés, les véhicules se transforment en effet à la volée pour s'adapter aux circonstances, apportant diversité au gameplay. En fonction des versions, jusqu'à 10 joueurs pourront s'affronter en ligne (en cumulant écran divisé et connexion en ligne).

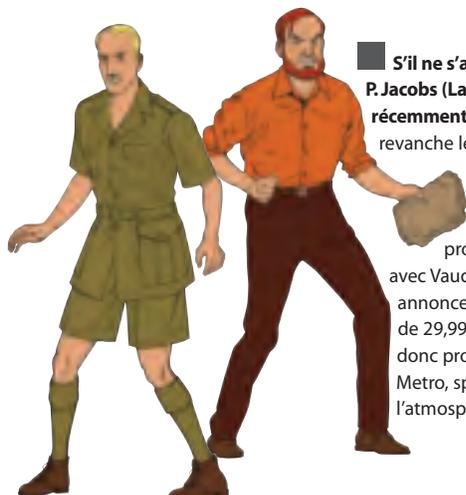
Ambition grand public

S'adressant en premier lieu à un jeune public, mais aussi aux fans des jeux Sega de par les nombreuses références qui sont au programme, Sonic & All Stars Racing Transformed va profiter d'une campagne très « grand public ». « *Nous lançons une campagne TV à partir du 23 novembre et qui va courir jusqu'au 20 décembre, sur de nombreuses chaînes enfants : Gulli, Cartoon Networks,*

Boomerang. Des spots sont également prévus sur Game One. Nous allons aussi communiquer sur l'IPTV et le catch-up TV de Gulli », dénombre Koch Media. « *Le jeu sera aussi mis en avant dans les cinémas, autour du film Le Monde de Ralph. Enfin, une campagne d'affichage numérique sera également lancée sur la période* ». Koch Media communique un objectif de mise en place ambitieux de 200 000 exemplaires pour le lancement. Le titre sera commercialisé à un prix assez agressif (39,99 euros pour les versions PS3, Xbox 360, Nintendo 3DS ou 49,99 euros pour la version Wii U). A noter que la version Wii U permettra à cinq joueurs de concourir simultanément dans la même pièce, l'utilisateur équipé du Gamepad utilisant alors l'écran embarqué pour suivre son personnage.

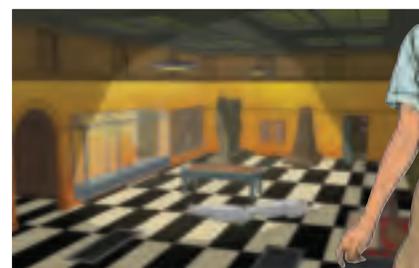


Blake et Mortimer aventure inédite



S'il ne s'agit pas de la première adaptation du célèbre duo imaginé par Edgar P. Jacobs (La Marque Jaune signé Cobra Soft en 1989, Les Trente Deniers plus récemment par Anuman sur iOS), le nouveau jeu de Nemopolis constitue en

revanche le premier titre basé sur un scénario inédit spécialement concocté pour le jeu vidéo. Attendu pour le 16 novembre sur PC et Mac, Blake et Mortimer & Les Tables de Babylone lance le fameux duo sur une enquête revenant sur les origines de l'écriture, alors qu'une vague de meurtres touche de plein fouet la communauté des archéologues. Comme toujours dans les productions du studio français Nemopolis (Marie-Antoinette et les Disciples de Loki, Enquête à Versailles sous Louis XIV avec Vaudan...), le titre se double d'une dimension pédagogique et historique, tout en proposant divers mini-jeux. L'éditeur annonce ici une vingtaine d'épreuves différentes : quiz, puzzles, taquins et autre séquences de cryptologie. Commercialisé au prix de 29,99 euros environ, le titre sort le même jour que la nouvelle bande dessinée de la série, Le Serment des Cinq Lords et va donc profiter de la campagne développée autour de la franchise, incluant partenariat avec Ouest France, surcouverture du gratuit Metro, sports radio sur France Inter, de l'affichage en gares et métros. En BD et/ou en jeu vidéo, retour imminent donc dans l'atmosphère unique de cette série référence se déroulant dans les années 50.



Le CES de Las Vegas

dans les meilleures conditions



Pink Sky Travel vous propose
ses forfaits voyage tout inclus



Prix par personne Chambre individuelle	Prix par personne Chambre double	NOS FORAITS VOYAGES*
1890 €	1595 €	CIRCUS CIRCUS 3*** Chambre West Tower Un hôtel mythique sur le thème du cirque à moins d'1 km à pied du salon.
2095 €	1695 €	FLAMINGO 3*** Supérieur - Chambre - FAB - Chambres de 1ère catégorie entièrement renouvelées cette année. Accès au CES en 5 min. avec le monorail.
2225 €	1775 €	FLAMINGO 3*** Supérieur - Chambre - GO - Chambres de catégorie supérieure.
2365 €	1875 €	MGM 4**** Supérieur Le plus grand hôtel de la ville, avec + de 25 restaurants, bars et clubs. A 9 min. du salon en monorail.
2495 €	1950 €	TI - TREASURE ISLAND 4**** Sur le thème des pirates, adjacent au plus grand shopping center du strip - le fashion show mall.
2595 €	1995 €	PLANET HOLLYWOOD 4**** Supérieur Le glamour est de retour! Au cœur du strip, une galerie marchande pleine de boutiques, restaurants et bars.
2795 €	2085 €	VENETIAN PALAZZO 5***** Luxe Logement en suite - Doté d'une galerie marchande luxueuse, sur le thème de Venise. Suites de 65m ² avec coin salon et bureau.
2895 €	2185 €	WYNN RESORT 5***** Luxe Resort hôtel très luxueux, chambres de 60m ² .
2995 €	2235 €	ENCORE RESORT 5***** Luxe Le dernier caprice « chic » de la folie Vegas LE TOP. Logement en chambres salon / suite de 65m ² .

NOTRE SUGGESTION
AERIEENNE AVEC BRITISH
AIRWAYS DEPUIS PARIS

VOL DIRECT
LONDRES / LAS VEGAS...

FINI LES FASTIDIEUSES ESCALES
AUX USA, DOUANES, RECUPERATION
DE BAGAGES ET CHANGEMENT
DE TERMINAL ...

A PARIS, VOUS ENREGISTREZ VOS
BAGAGES ET UNE UNIQUE CARTE
D'EMBARQUEMENT VOUS SERA
DELIVREE. A LONDRES, VOUS
CHANGEZ SIMPLEMENT D'APPAREIL.

LE PETIT PLUS : LE VOL RETOUR
LAS VEGAS / LONDRES DECOLLE
LE SOIR A 20H20, VOUS POURREZ
AINSI PROFITER PLEINEMENT DES
4 JOURS DE SALON AU LIEU DE 3 !

* dates de voyage du 07/01/13 au 11/01/13
Tarifs connus en date du 05/09/12 et au taux 1\$ = 0,81 euros

Voyages à la carte : vols classe affaires,
autres dates, dîners, spectacles, consultez nous.

CONTACTEZ-NOUS
Tél : 01.60.43.58.90 - pinksky.emilie@wanadoo.fr

SOFTWARE

26 FOCUS



BOOK OF SPELLS

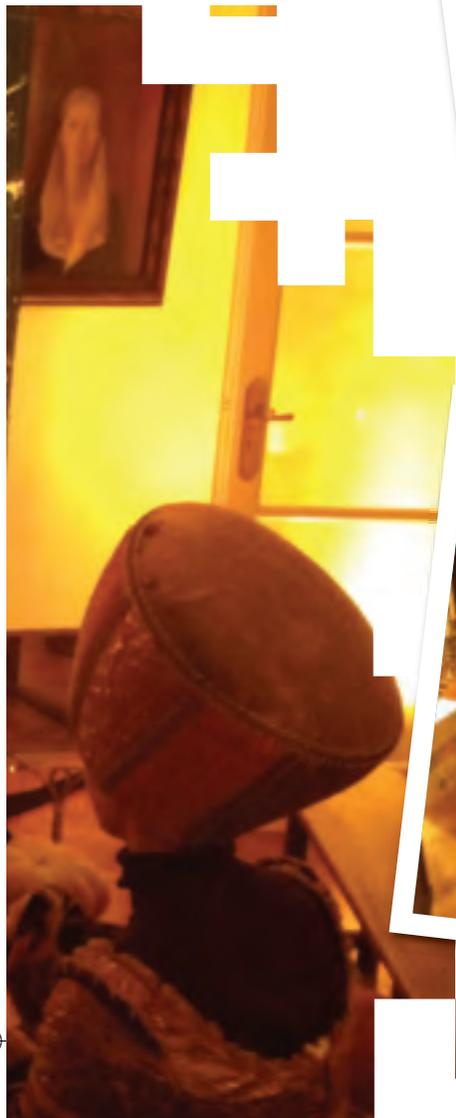


Avec *Wonderbook*, un jeu en *réalité augmentée* mettant en scène un *livre interactif*, Sony entend continuer à *élargir le public* de sa console de salon. Une tendance de fond pour le constructeur qui fait de *Wonderbook* son *titre le plus important* sur la *période hautement stratégique* des dernières semaines de l'année. Le fabricant organisait mi-octobre une *journée de présentation* et de *prise en main* du jeu, dans un somptueux hôtel particulier du Bois de Boulogne à Paris. Ambiance !

Par Patrick Hellio

Wonder Nouvelle





Wonderbook

page pour la PS3

Sony Computer lancera un nouveau concept le 14 novembre prochain avec Wonderbook. Basé sur le système de réalité augmentée permis par la caméra de la PS3 et la manette PS Move, le logiciel exploite un accessoire sous forme d'un épais livre de 12 pages, bardé de symboles ésotériques. Mais filmé, celui-ci arbore sur l'écran du téléviseur personnages, décors et autres éléments interactifs sur lesquels le joueur interagit directement via le PS Move ou en bougeant le livre. Le premier jeu à exploiter ce concept est Book of Spells (Le Livre des Sorts), un jeu d'apprentissage à la magie écrit par une certaine J.K. Rowling, créatrice d'une des figures les plus

populaires de la littérature contemporaine : Harry Potter. En manipulant le livre des sorts de la bibliothèque de Poudlard, le joueur va utiliser son PS Move (transformé évidemment en baguette magique à l'écran) pour résoudre des énigmes et apprendre à maîtriser différents sorts magiques. Doté d'une jolie réalisation graphique, ce premier jeu Wonderbook fonctionne très bien et laisse augurer d'un certain potentiel du système pour l'avenir. Après Book of Spells, Wonderbook accueillera d'autres jeux sous forme de livres interactifs en réalité augmentée. Trois titres sont annoncés pour l'an prochain et Disney travaille également à du jeu exploitant Wonderbook.

3 questions à



Nathalie Dacquin,
Directrice
marketing
SCE France



JDLI : Quel cœur de cible adressez-vous précisément avec ce titre ?

Nathalie Dacquin : Nous avons identifié deux cibles principales : les enfants de quatre à 10 ans et les ménagères avec enfants, sachant que Wonderbook est typiquement un jeu qui se pratique en famille. Nous déployons un plan média très grand public avec un dispositif TV sur 25 chaînes (hertziennes et cabsat) et un partenariat avec Gulli. Wonderbook va être soutenu également en presse enfants (Journal de Mickey), avec du publi-rédactionnel dans des magazines grand public (Public et Marie-Claire) et de la visibilité dans Télé 7 Jours et Télé Star ainsi qu'une campagne Web (Allociné...). Côté CRM, nous allons nous adresser à la part casual de notre base de données. Le jeu va être fortement mis en avant sur le Paris Games Week. Wonderbook : Book of Spells est notre plus grand lancement de l'année, tant en termes d'implantation que de moyens mis en œuvre.

L'offre de fin d'année est très grand public chez Sony. Pourquoi ?

Avec des titres comme Wonderbook, LittleBigPlanet ou PlayStation All-stars, nous proposons en effet une ouverture vers un public plus large, assez familial. Cela nous permet de compléter l'offre de fin d'année sur PS3, où les éditeurs tiers proposent déjà de nombreuses expériences gamers. L'objectif est toujours d'atteindre un équilibre entre les jeux gamers et grand public sur nos consoles.

Un titre comme Wonderbook doit demander une approche trade-marketing particulière ?

Tout à fait, le jeu va s'inscrire dans les programmes de nos démonstrateurs à destination des plus grands points de vente. 250 démos sont prévues sur la période. Des kits de démonstration du jeu sont proposés ainsi que de nombreux outils de PLV dont des grands box intégrant un écran vidéo.



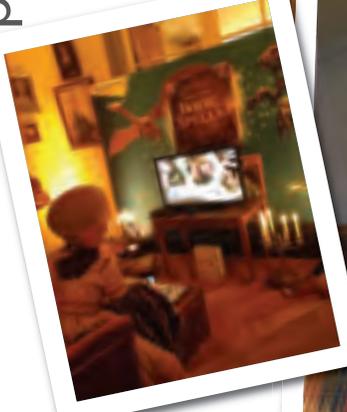
Le logiciel exploite un accessoire sous forme d'un épais livre, bardé de symboles ésotériques.





Wonderbook

Nouvelle page pour la PS3



Wonderbook représente le plus important lancement de Sony en cette fin d'année sur sa console de salon.

Un livre, plusieurs éditions

Le 14 novembre, Wonderbook se présentera sous différentes formes en magasins. Les possesseurs de PS Move (700 000 en France selon Sony) pourront opter pour un pack basique incluant simplement le livre et un exemplaire du jeu (39 euros environ). Pour les non-possesseurs des accessoires, un « Starter Pack » est tout indiqué (avec jeu, livre, PS Move et caméra) pour 79 euros. Enfin, le jeu fait également l'objet d'un bundle hardware comprenant la nouvelle PS3 en version 12 Go et l'ensemble accessoires et jeu, le tout pour 289 euros. Sony Computer nous annonce une mise en place de 150 000 exemplaires pour ce titre qui représente le plus important lancement de la firme en cette fin d'année sur sa console de salon.

Questions à



Kevin Mason,
Lead Designer
à London Studio



JDLI : Comment est né le concept de Wonderbook ?

Kevin Mason : Chez SCE London Studio, nous avons une longue expérience dans le domaine des jeux sociaux et basés sur l'exploitation d'accessoires puisque nous avons signé Eye Toy Play, Eye Toy Groove sur PlayStation 2, basés sur Eye Toy mais aussi Singstar... En bref, des jeux dans lesquels la star, c'est le joueur. En 2005, alors que la PlayStation 3 était en développement, nous sommes demandés vers quels types de jeux évoluer pour la nouvelle génération. Nous avons créé deux prototypes basés sur la réalité augmentée, l'un consistait en un livre magique et l'autre en un animal qui prenait vie dans le salon du joueur. Ce second projet nous a paru le plus facile à lancer dans un premier temps pour développer notre savoir-faire en la matière (EyePet, sorti en 2009, ndr). Les premiers story-boards de Wonderbook datent donc de 2005 et mettaient à l'époque en scène une sorte de génie qui sortait du livre pour interagir avec le joueur. Il y a trois ans, Sony a travaillé avec J.K. Rawlings pour le portail Web Pottermore. Nous avons eu l'occasion de lui présenter ces concepts sur lesquels nous travaillions et, alors qu'elle considérait visiblement la possibilité d'écrire un nouveau roman sur la pratique de la magie, elle a été tellement convaincue par ce qui devenait le concept Wonderbook qu'elle a décidé d'écrire un jeu pour !

Combien de temps avez-vous travaillé sur le jeu et combien de personnes ont participé ?

Les premiers prototypes datent donc de sept ans et, vers la fin du développement, 70 personnes du studio travaillaient dessus en interne dans les studios de Londres, tout en recevant l'aide de partenaires pour créer certains éléments.

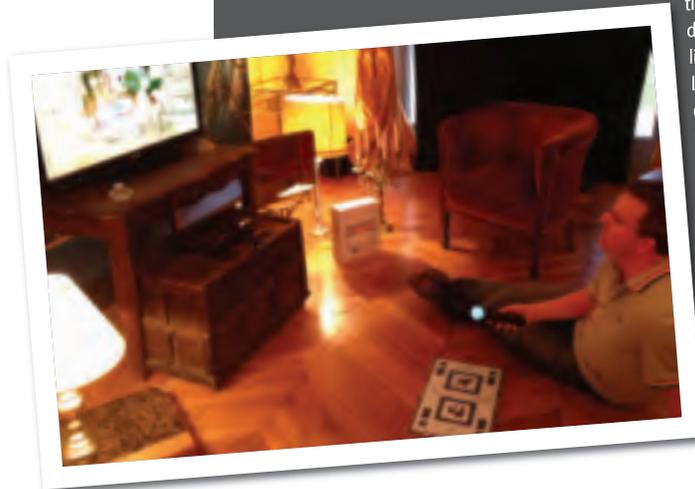
A quelles difficultés avez-vous été confrontés ?

L'utilisateur tournant les pages, il nous a fallu nous assurer que le système assurait parfaitement la transition entre les deux, à ce moment notamment où les deux pages sont affichées simultanément car il ne s'agissait pas que l'écran affiche la surface bleue. Nous avons aussi veillé à ce que le livre comporte assez de symboles de tracking sur sa surface pour que la réalité augmentée ne s'interrompe pas si l'utilisateur en recouvre un des repères par exemple ou bien lorsqu'il s'agit de remuer le livre dans le jeu. C'était primordial pour ne pas rompre la magie du concept. Nous avons dû faire face à un nombre de pages évidemment plus réduit (12, ndr) sur cet accessoire que dans un livre traditionnel, c'est pourquoi le refermer active le choix du chapitre qui permet ainsi de parcourir l'ensemble du contenu.

Quels seront les prochains contenus exploitant Wonderbook ?

Après Le Livre des Sorts qui est parfait pour accompagner le lancement, d'autres jeux arriveront en 2013. Wonderbook : Diggs Nightcrawler reposera sur une histoire pleine de références aux films noirs dans laquelle le joueur doit aider un enquêteur, ver de bibliothèque, qui est conscient de la présence du joueur et interagit avec lui en lui demandant par exemple de déplacer Wonderbook ! Le jeu est développé par Moonlight Studios mais nous collaborons avec eux sur le plan technique, pour créer des mécaniques de jeu par exemple. BBC Walking with Dinosaurs va mettre en scène les créatures préhistoriques de manière assez inédite en permettant par exemple d'interagir avec des fossiles en réalité augmentée, d'en apprendre plus sur la période avec un scénario. Si nos livres scolaires d'histoire pouvaient prendre vie de la sorte, je pense que l'apprentissage serait plus facile ! La ligne de Wonderbook, c'est « un seul livre, des centaines d'histoires ».

Les premières productions s'adressent surtout aux plus jeunes mais il est tout à fait envisageable qu'à l'avenir, des contenus plus adultes soient proposés, qui pourraient s'adresser aux hard core gamers également. Développer un jeu d'horreur par exemple, dans lequel on parcourrait un livre dans le noir serait assez excitant.



GARMIN
Leader mondial du GPS

Venez découvrir le nüvi® 2545 chez Darty

Disponible dans les magasins Darty et sur Darty.com

2014 NOUVEAU CENTRE COMMERCIAL

2016 NOUVEAU CENTRE D'AFFAIRES



nüvi® 2545 LM

2013 NOUVELLE SORTIE
D'AUTOROUTE

Nouveaux ronds-points, nouvelles adresses, changements de sens de circulation... Pour que les mauvaises surprises sur la route ne soient plus qu'un mauvais souvenir, choisissez l'offre « carte à vie » Garmin.

Mise à jour gratuite valable pendant toute la durée de vie du produit, disponible sans aucune condition, ni restriction.

RCS Numéro 349 096 384



www.garmin.com/fr

*Durant toute la durée de vie du produit. Voir modalités sur www.garmin.com/fr

**EN VENTE
SERVICE COMPRIS
CHEZ**



HARDWARE

30 NEWS

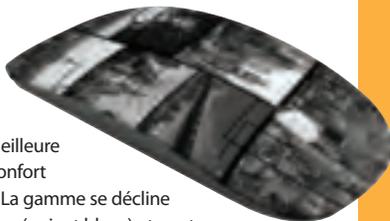


T'nB

Des souris et des couleurs

T'nB présente sa nouvelle gamme de souris sans fil Tweety.

Elles affichent un design ergonomique pour une meilleure prise en main et un bon confort d'utilisation au quotidien. La gamme se décline en deux modèles unicolores (noir et blanc) et quatre modèles colorés et décalés (New York et Londres, Fraise et Peace). Ultra-plates, légères et surtout optiques sans fil, elles sont disponibles aux prix de **17,90** et **19,90 euros**.



AMD



Le renouveau de la gamme FX

Un an après avoir introduit sa gamme de processeurs FX destinée aux ordinateurs de bureau et basé sur l'architecture appelée Bulldozer, AMD rempile avec une nouvelle génération dénommée cette fois-ci Piledriver. L'objectif est d'améliorer les performances, aussi bien dans le domaine des applications bureautiques que celui des jeux. Pour cela, AMD a retravaillé la manière dont les calculs sont effectués au sein de la puce pour essayer de venir titiller les processeurs Core i5 et i7 de son éternel concurrent Intel. Dans la pratique et à la vue des premiers résultats, il faut bien admettre qu'AMD a effectué des progrès avec des performances bureautiques équivalentes à celles des Core i. En revanche pour le jeu vidéo, le gain en performance est réel mais insuffisant pour venir faire de l'ombre à son concurrent. En outre, l'enveloppe thermique des processeurs FX reste relativement élevée avec 135 watts contre 77 watts pour les Core i chez Intel. En attendant, une nouvelle mouture plus économe en énergie, AMD propose quatre modèles : FX-8350, FX-8320, FX-6300 et FX-4300 dont les prix sont plutôt agressifs avec respectivement **195, 169, 132** et **122 dollars**. A noter également qu'AMD propose le premier processeur avec une fréquence native de 4 GHz pour le FX-8350.



GoPro Hero 3

Embarqué en 4K



GoPro lance sa nouvelle gamme de caméras GoPro Hero 3. Elle comprendra trois produits : White Edition, Silver Edition et Black Edition. Tout en conservant le design qui a fait le succès de ses prédécesseurs, les nouvelles caméras arborent une ligne plus fine et plus légère, intégrant toutes la technologie WiFi. Produit phare de cette nouvelle gamme, la HD Hero 3 Black Edition est 30% plus petite, 25% plus légère, offre une résolution quatre fois plus grande jusqu'à 12 millions de pixel, un processeur deux fois plus rapide et une prise de vue deux fois plus rapide que la précédente Hero 2. Autre nouveauté, la caméra peut capturer jusqu'à 15 images par seconde en 4K (3840 x 2160), le nouveau standard de très haute résolution pour les TV. Elle permet également de filmer en 720p à 120 images par seconde, ce qui autorise un ralenti jusqu'à quatre fois. Les trois versions seront disponibles courant décembre au prix de **249 euros** (White Edition), **349 euros** (Silver Edition) et **449 euros** (Black Edition avec télécommande incluse).

iPad mini

et résolution maxi

Sans surprise, Apple a présenté l'iPad Mini attendu depuis quelque temps. Il s'avère d'ailleurs conforme aux rumeurs avec un écran de 7,9 pouces adoptant une résolution de 1024 x 768 pixels. Il est propulsé par le même processeur que l'iPad 2. L'appareil sera disponible en version WiFi et 3G à partir de **339 euros**. Petite surprise tout de même au rayon tablette, Apple a présenté un nouvel iPad doté d'un processeur graphique plus puissant et qui troque son connecteur Dock contre une prise Lightning. Les prix restent eux identiques à la version précédente. Les ordinateurs ont eux aussi droit à un sérieux coup de jeune. L'iMac en particulier est totalement repensé, étant plus puissant et surtout beaucoup plus fin, atteignant les 5 mm d'épaisseur sur les bords. On a toujours le choix entre 21,5 et 27 pouces pour des premiers prix de **1349** et **1879 euros**. Le Mac Mini conserve lui son format mais gagne un processeur plus puissant et la possibilité d'adopter un disque dur hybride. Dernière nouveauté de cette présentation déjà chargée, l'annonce d'un Macbook Retina en version 13 pouces. Une nouvelle fois la résolution impressionne (2560 x 1440) et surtout le portable est particulièrement puissant avec un processeur Intel Core i7 et un SSD extrêmement rapide. Bien entendu, tout ceci se paye au prix fort, ce nouveau Macbook étant vendu à partir de **1749 euros**. La fin d'année est donc chargée chez Apple, quasiment tous les produits ayant été renouvelés en moins de deux mois.





Logitech



Des claviers et du son

Pour cette fin d'année, Logitech propose deux nouveaux claviers avec le G710+ et le K810 mais aussi un kit d'enceintes 2.1 avec le Z553.

Le G710+ Mechanical Gaming Keyboard est un clavier destiné aux joueurs. Les touches sont mécaniques et assurent ainsi une bonne réactivité pour les jeux. Par ailleurs, chaque touche intègre un amortisseur qui permet de réduire le bruit sans pour autant diminuer leur efficacité, chose importante pour les joueurs. Le G710+ dispose d'un rétro-éclairage de couleur blanche dont l'intensité peut être réglée sur quatre niveaux. En outre, les touches de déplacements (QZSD) et les touches directionnelles (flèches) sont d'une couleur différente et leur rétro-éclairage peut être ajusté indépendamment des autres touches. Enfin, le logiciel fourni permet d'associer des macros pour peaufiner et parfaire son type de jeu. Le G710+ sera disponible en décembre au prix de **149,99 euros**. Le Bluetooth Illuminated Keyboard K810 est un clavier sans fil qui peut piloter plusieurs appareils à la fois. Ainsi, il peut s'appairer avec un ordinateur, une tablette et même un smartphone. Une touche permet de passer très simplement de l'un à l'autre. Il dispose par ailleurs d'un rétro-éclairage qui se déclenche lorsque l'on approche les mains et qui s'ajuste en fonction de la lumière ambiante. A noter que le K810 comporte des touches spéciales pour faciliter la navigation sous Windows 8, comme la touche de démarrage ou celle de

changement d'application qui permet de basculer facilement d'une application ouverte à une autre. Logitech annonce une autonomie d'environ 10 jours. La recharge s'effectue via un câble USB. Le K810 sera disponible en novembre au prix de **99,99 euros**. Enfin, le kit d'enceinte Z553 est un système 2.1 constitué d'un caisson de basses de forme cylindrique et de deux satellites au design original avec deux tubes superposés l'un sur l'autre, le tout fixé sur un pied. L'ensemble est piloté par un boîtier de commande compact qui permet de régler le volume général ainsi que les basses. Le Speaker System Z553 est disponible au prix de **129,99 euros**.



Asus Déjà un nouveau Padfone

A peine six mois après l'annonce du premier Padfone, Asus introduit déjà une nouvelle génération de son concept d'hybride tablette/téléphone. Le Padfone 2 semble régler l'essentiel des défauts du premier modèle. Il adopte par exemple un écran plus grand, un processeur quadri-cœur plus musclé et il sera surtout plus fin et plus léger. A noter que le clavier qui permettait d'utiliser la tablette comme un notebook n'est plus de la partie ce qui devrait permettre de proposer l'ensemble à un tarif plus attractif. Le prix et la date de sortie du Padfone 2 sont pour le moment inconnus.



Dell Un hybride qui pivote

Comme tous les constructeurs, Dell y va de son form factor dédié à Windows 8. L'américain adopte une forme des plus originales avec un écran tactile de 12,5 pouces qui pivote dans son cadre pour devenir une tablette. Pour le reste, on est sur un ultrabook relativement classique couplant un processeur Intel Core i5 et un SSD de 128 Go. Une nouvelle fois le tactile a un coût puisque ce XPS 12 sera vendu à partir de **1 199 euros**.

Samsung



Big Bang à l'envers

Samsung vient de dévoiler le Galaxy S III mini, version compacte du très réussi Galaxy S III. Il est doté d'un écran Super AMOLED 4 pouces (800 x 480), fonctionne sous Android 4.1 et embarque toutes les fonctions de son grand frère comme le S-Voice ou le NFC. Seule grosse différence, un processeur mono-cœur en lieu et place des quatre du S3. Le Galaxy S3 Mini sera disponible en novembre pour **429 euros** sans abonnement.





Gigabyte

Tout pour le joueur



■ **Plutôt connu pour ses composants, Gigabyte fait un retour dans l'univers des notebooks pour joueurs avec le P2542G2.** Avec son écran de 15,6 pouces Full-HD et son lecteur Blu-ray, il sera parfait pour les vidéos HD. Bien entendu la configuration est aussi taillée pour supporter les derniers jeux à la mode. On trouve ainsi un processeur Intel Core i7 mais aussi une carte graphique Nvidia Geforce GTX 660M de dernière génération. Cerise sur le gâteau, deux disques durs sont présents, l'un de 750 Go pour le stockage et un SSD de 128 Go pour le système et les jeux. Le P2542G est déjà disponible au tarif agressif de **1529 euros**.

Urban



Protège l'iPad des petites mains

■ **Urban Factory a bien compris que la nouvelle génération serait celle du numérique.** C'est pour cette raison que la marque propose une solution aux parents des iPad addicts : un étui protecteur qui ne craint pas les accidents ! En silicone renforcé, l'Urban Kid Shell protège tous les iPad sans distinction. Doté d'une anse extra large et crantée permettant une bonne prise en main, cet étui a été pensé et créé pour les enfants. La poignée est amovible et l'étui devient alors un support de visionnage incliné ou à 90 degrés. Côté look, on retrouve l'esprit Vtech avec des couleurs orange fluo ou bleu azur, et une texture pâte à modeler. L'Urban Kid Shell est disponible au prix de **34,90 euros**.

Altec Lansing

Le son nomade



■ **Pour les possesseurs d'iPhone et iPod, Altec Lansing propose l'inMotion 400. Il s'agit d'une enceinte nomade**

rechargeable assurant un fonctionnement pendant huit heures environ. Sur le dessus, on trouve un dock compatible iPhone (jusqu'à 4S) et iPod mais il est également possible d'y connecter d'autres smartphones via l'entrée auxiliaire. A la base de l'enceinte vient se loger discrètement une télécommande sans fil. L'inMotion 400 est disponible au prix de **99,99 euros**. Altec Lansing propose également un kit d'enceinte 2.0 baptisé VS-3020. Cet ensemble permettra la restitution du son issu de tous types d'appareils (baladeurs MP3, smartphones, tablettes, ordinateurs, etc.) en disposant d'une sortie audio jack 3,5 mm. Le VS-3020 dispose d'un unique bouton de contrôle situé sur l'enceinte droite. Une seconde entrée auxiliaire et une sortie casque trouvent également leur place sur le satellite droit. Chaque enceinte est constitué de deux haut-parleurs, l'un pour les aigus/mediums et l'autre pour la restitution des graves. Le VS-3020 est disponible au prix de **79,99 euros**.



Hercules

L'expérience sans fil

■ **Hercules présente quatre nouvelles solutions dans sa gamme de systèmes d'écoute sans fil, WAE (Wireless Audio Experience).** On commence avec le BTP02 qui est destiné aux adeptes des smartphones qui transportent toute leur audiOTHèque. Cette enceinte offre une autonomie d'environ 20 heures à volume médian et dispose d'une poignée à l'arrière pour faciliter le transport. Le rendu des graves est amélioré grâce à un event. Les BTP202 sont par ailleurs compatibles iOS et Android via une application idoine et seront disponibles en novembre au prix de **249,99 euros**. Avec le WBT06, Hercules propose une conception sonore pointue, avec des basses profondes et des aigus riches.

Le système affiche une puissance de 90 watts RMS et s'assure les services d'une double technologie sans fil, le Bluetooth et un adaptateur à connecter à tout ordinateur. Le WBT06 sera disponible en novembre en noir ou blanc au prix de **299,99 euros**. Le BTP05 est un haut-parleur sans-fil de forme parallépipédique couvert d'une grille stylée sur sa façade



avec une finition blanche laquée et une poignée métallisée. Le BTP05 est optimisé pour Android mais il peut également être utilisé avec tous les autres équipements Bluetooth. Il est disponible au prix de **199 euros**. Enfin, pour tous les adeptes des solutions compactes et monobloc, Hercules a conçu un quatrième concept au sein de sa ligne WAE, le BT03. Inspiré du même design que le BTP05, il privilégie la compacité pour encore plus de mobilité. Il est prévu en trois versions (blanc laqué/vert, noir laqué /vert, noir laqué/orange), intègre la technologie Bluetooth et affiche une puissance de 12 watts RMS. Le BT03 est disponible au prix de **99,99 euros**.



Targus

Retrouvez-nous sur [Facebook](#)



LES MEILLEURES PROTECTIONS POUR VOTRE iPad Mini GARANTIES À VIE !



iPad mini Vuscape™ Stand & Cover

(Disponible en Twill Noir ou Rouge ou bleu)
Vuscape™ est une housse offrant une haute protection de l'iPad® Mini, de multiples angles de vue et un angle de frappe confortable. L'intérieur doux protège des rayures tandis que l'extérieur en Twill offre une protection complète sur l'avant, l'arrière et les côtés de votre iPad® mini. Vuscape™ est conçu pour un usage avec une seule main afin de pouvoir lire ou jouer en se déplaçant. Logo Apple apparent.

[Garantie à vie.](#)

iPad mini Versavu™ Case with 360° Rotating Stand

(Disponible en Twill Noir ou Rouge)
Pour les utilisateurs d'iPad® les plus exigeants : ce best-seller pour iPad® est désormais disponible pour iPad® mini. Orientable en mode portrait ou paysage grâce à un système rotatif unique, Versavu™ offre de multiples angles de vue et un angle de frappe confortable. L'intérieur doux protège des rayures tandis que l'extérieur en Twill offre une protection complète sur l'avant, l'arrière et les côtés de votre iPad® mini. Versavu™ est conçu pour un usage avec une seule main afin de pouvoir lire ou jouer en se déplaçant. Logo Apple apparent.

[Garantie à vie.](#)



iPad mini Kickstand™ Case for iPad mini

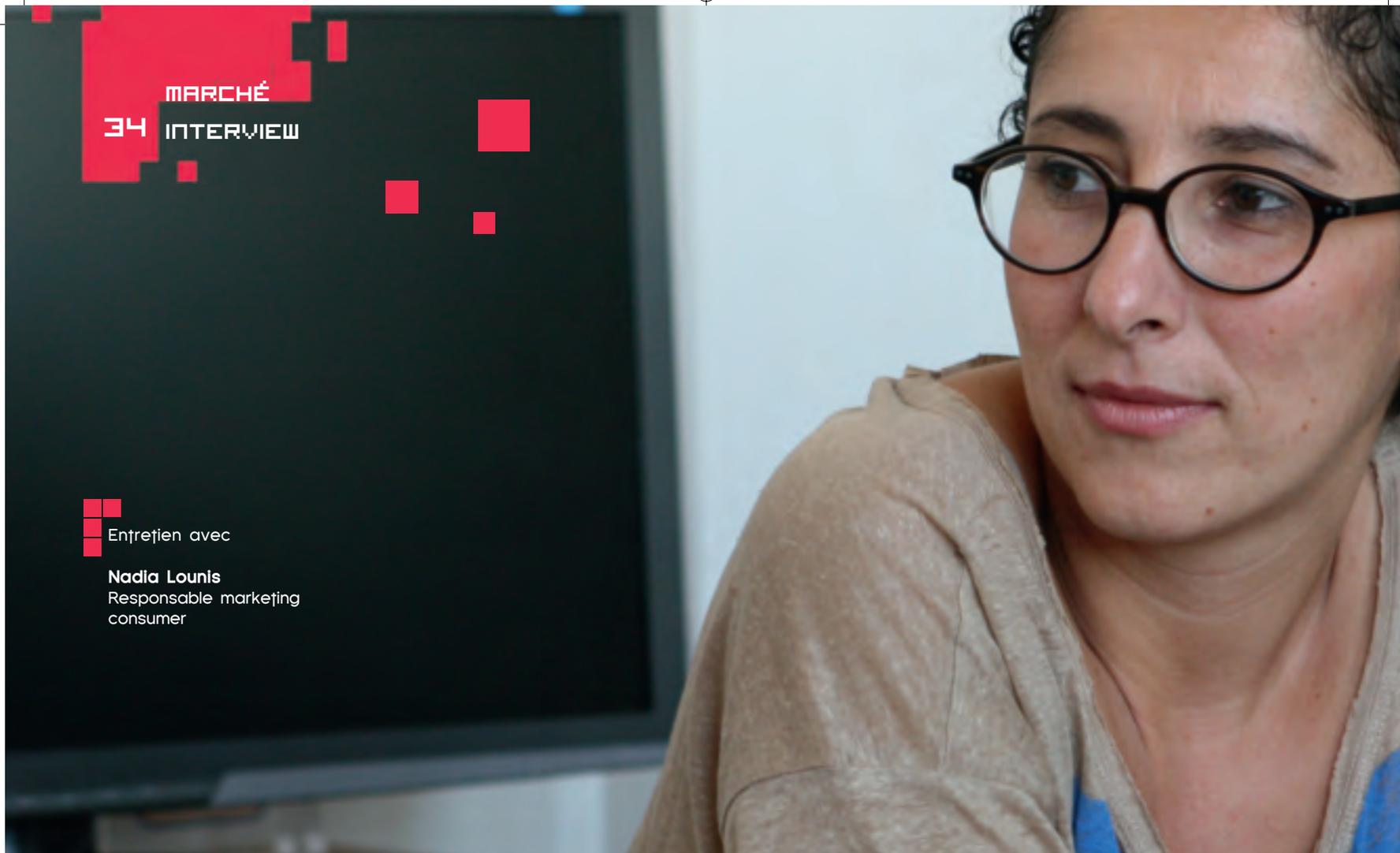
(Disponible en Twill Noir ou Rouge)
Kickstand™ est une housse de protection pour l'iPad® Mini offrant un angle de vue et un angle de frappe confortable. L'intérieur doux protège des rayures tandis que l'extérieur en Twill offre une protection complète de votre iPad® mini. Kickstand™ est conçu pour un usage avec une seule main afin de pouvoir lire ou jouer en se déplaçant.

[Garantie à vie.](#)



Designed for life - Yours

www.targus.com



MARCHÉ
34 INTERVIEW

Entretien avec
Nadia Lounis
Responsable marketing
consumer

nvidia

du PC au mo

Nvidia est un spécialiste du processeur graphique qui a largement contribué à permettre le jeu vidéo d'aujourd'hui. Si le PC est toujours au cœur de la stratégie avec des puces graphiques dédiées, Nvidia propose aussi des processeurs mobiles qui équipent une grande majorité des tablettes sous Android et des smartphones haut de gamme. Avec Windows 8, on les retrouvera désormais dans l'environnement PC pour des appareils nomades très autonomes mais aussi particulièrement doués pour le jeu. Par Stéphane Kauffmann

JDLI : Du PC au smartphone, quelle est l'étendue des activités de Nvidia et quel est le poids de chaque segment ?

Nadia Lounis : Nvidia développe des processeurs graphiques pour l'ordinateur. Ils équipent les cartes graphiques destinées aux modèles de bureau mais sont également intégrés dans les notebooks. Nommés GeForce, la série 6 actuelle se décline en 10 références qui vont du processeur grand public pour le multimédia aux GTX qui affichent des performances ultimes pour les jeux vidéo. Cela représente environ 50% de notre activité en valeur. En parallèle, nous

concevons des processeurs mobiles qui animent les tablettes et les smartphones. Appelés Tegra, ils représentent 20% mais cette part est grandissante. D'ores et déjà, nous équipons 80% des tablettes sous Android et une dizaine de smartphones haut de gamme. Les 30% restant proviennent de nos activités professionnelles avec des processeurs destinés aux calculs graphiques intenses comme les Quadro utilisés par exemple en conception 3D assistée par ordinateur. Le chiffre d'affaires total s'élève à environ quatre milliards de dollars.





transférer les siennes sur les sites d'échange. Notre technologie Optimus permet d'associer une puce graphique au processeur central sans pour autant entamer l'autonomie. Là encore, nos ventes sont en hausse avec sept notebooks sur 10 équipés en Nvidia lorsqu'ils sont dotés d'un processeur graphique dédié.

Le jeu sur PC fait-il toujours autant d'adeptes et est-ce que cela demeure stratégique pour Nvidia ?

Le jeu sur PC ne s'est jamais aussi bien porté et il est au cœur de notre activité. Nous avons pour vocation de travailler avec les développeurs de jeux pour concevoir le matériel qui leur permette de s'exprimer au mieux. Contrairement à d'autres secteurs, nous ne faisons que ce qui est utile et qui est réellement réclamé par les studios pour réaliser des jeux toujours plus immersifs et toujours plus beaux. De plus, nous allons aussi grandement faciliter l'accès à cette technologie pour l'utilisateur final. En effet, le jeu sur PC traîne une réputation de réglages complexes et ce n'est pas faux. Sous peu, nous allons lancer une nouvelle manière de paramétrer automatiquement les jeux en fonction du matériel de chacun. Comme sur console, il suffira d'installer le jeu et les réglages seront automatiquement ajustés pour la meilleure qualité graphique possible tout en gardant une bonne fluidité. Cela va permettre d'élargir la cible des joueurs sur PC à ceux qui sont passionnés mais ne veulent pas mettre les mains dans le cambouis.

Avec un ordinateur portable qui glisse progressivement vers le nomade et un Windows 8 tactile, n'y a-t-il pas un risque de voir le besoin en puces graphiques reculer ?

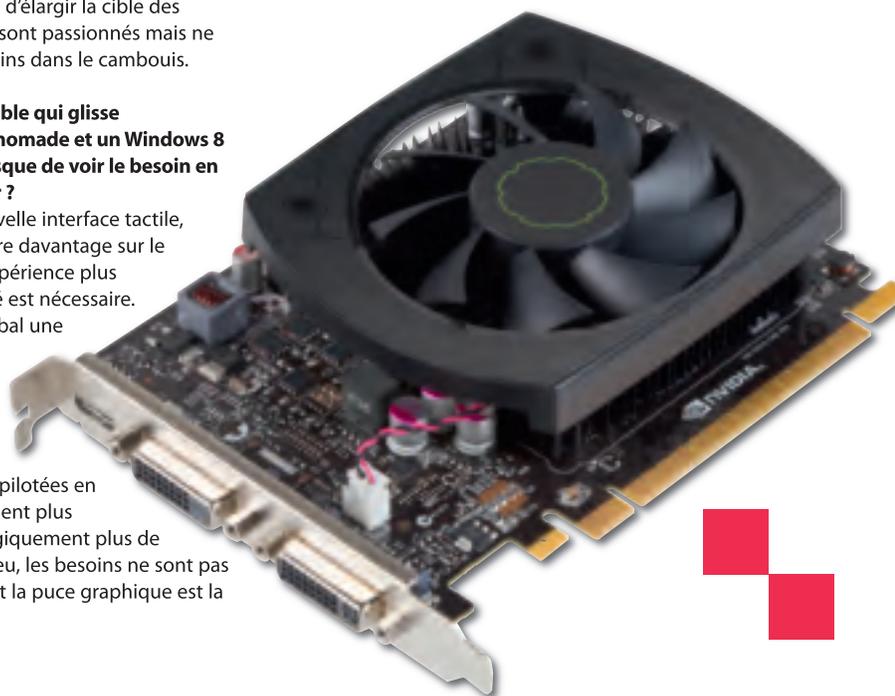
Au contraire. Avec sa nouvelle interface tactile, Windows 8 s'appuie encore davantage sur le graphique et pour une expérience plus fluide, le processeur dédié est nécessaire. Il va aussi procurer au global une expérience plus satisfaisante car il décharge le processeur central de tout ce travail d'affichage. Avec des applications entièrement pilotées en tactile, l'aspect visuel devient plus important et nécessite logiquement plus de ressources aussi. Pour le jeu, les besoins ne sont pas modifiés par Windows 8 et la puce graphique est la



« Les joueurs du monde entier sont nos meilleurs ambassadeurs car pour eux Nvidia est synonyme d'immersion et de réalisme. »



seule à même de faire fonctionner correctement des titres un peu exigeants. De leur côté, les applications et logiciels sous Windows 8 vont intégrer plus massivement la vidéo et cela demande là encore plus de ressources graphiques. Les applications seront souvent programmées en HTML 5 qui nécessite aussi une accélération graphique pour donner le meilleur de lui-même. Et dans le futur, même les applications productives supporteront l'accélération de l'affichage par le processeur graphique dédié.



obile

Comment se comporte le marché de la carte graphique pour ordinateurs de bureau ?

Au global, l'ordinateur de bureau est un segment en baisse mais Nvidia y progresse. Cela s'explique assez simplement par une tendance lourde vers les ordinateurs haut de gamme destinés avant tout aux joueurs les plus exigeants. Dans cette catégorie, les prix moyens des machines se situent autour de 1 000 euros, ce qui permet de créer beaucoup de valeur. Les joueurs connaissent la valeur ajoutée et sont prêts à payer pour. Par ailleurs, il y a un phénomène migratoire des consoles de jeu vers le PC qui est la plate-forme la plus performante, surtout avec des consoles de salon en fin de vie. De plus, les jeux exploitent réellement les capacités graphiques du PC avec un véritable bond en avant récemment qui incite les joueurs à se rééquiper. Cela se traduit d'ailleurs par de plus en plus de constructeurs qui proposent des PC pour joueurs, comme Asus, Acer, Medion, HP et bien d'autres.

Et celui de la puce graphique pour ordinateurs portables ?

Nous équipons tous les constructeurs d'ordinateurs portables. Dès que la performance augmente, nous sommes présents pour garantir une expérience graphique fluide et satisfaisante pour le jeu mais aussi pour la vidéo, si par exemple on veut





MARCHÉ
36 INTERVIEW

NADIA LOUNIS

Les smartphones haut de gamme équipés de processeurs Nvidia vont-ils se multiplier aussi ?

C'est ce que nous espérons et nous avons désormais toutes les armes pour remporter les appels d'offre. Nous pensons même que c'est le segment sur lequel nous serons le plus en croissance l'année prochaine. Nous avons ainsi acquis la société Icera spécialisée dans le modem pour téléphone mobile. Une première version de notre Tegra 3 accompagné par un modem externe 4G/LTE a déjà été intégré dans un smartphone vendu outre-Atlantique. Avec la LTE qui arrive en France, il faut absolument offrir de solutions intégrées ce que nous allons faire avec la prochaine génération de Tegra prévue sous quelques mois. Notre nouveau processeur mobile sera donc en parfaite équation avec les exigences d'un smartphone haut de gamme.

Le jeu constitue-t-il un argument de poids pour vos processeurs mobiles ?

Absolument, c'est ce qui nous distingue d'ailleurs de nos concurrents. En acquérant une tablette ou un smartphone haut de gamme, on veut aussi pouvoir se servir de la performance dont ils disposent. Et le jeu est le plus consommateur de ce point de vue. Comme nous avons une longue expérience dans ce domaine, nous en faisons profiter les développeurs à la fois par de l'aide mais aussi par des outils et un langage de programmation bien établi. Nous sommes même partie prenante de certains développements, comme par exemple le moteur d'Unreal qui est au cœur de nombreux jeux. Cela facilite grandement le travail de studios. Mais nous intervenons aussi au niveau du consommateur. Nous avons ainsi créé la Tegra Zone qui recense et décrit tous les jeux optimisés pour nos processeurs mobiles avec en plus des exclusivités. L'utilisateur d'un smartphone



« Sous Windows RT, notre processeur mobile allonge l'autonomie et améliore l'expérience ludique. »

ou d'une tablette équipée en Tegra voit donc immédiatement les avantages de ce choix.

Que peut-on attendre des tablettes en Windows RT ? Est-ce un axe important de développement pour vous ?

C'est la première fois que Windows supporte des processeurs autres que ceux en x86. Pour nous, c'est l'opportunité d'animer des appareils avec un processeur Nvidia qui s'occupe de tous les calculs et de prouver ainsi notre maîtrise dans le domaine. Ce développement est donc très stratégique pour nous et nous y sommes commis à 100%. Sous Windows 8 RT, il y aura des tablettes, des hybrides et des ordinateurs dont le premier avantage sera une autonomie très longue que permet notre architecture mobile très économe en énergie. Tous ces appareils permettront une utilisation qui dépasse la journée sans avoir besoin de recharger. On y retrouve aussi tout ce qui fait la spécificité d'un appareil sous Windows classique comme les outils de messagerie ou le cloud. A signaler d'ailleurs qu'Office est installé en standard. Evidemment, notre processeur Tegra apporte là aussi une expérience ludique inédite dans le monde de l'ultra-mobilité sous Windows. Nous allons d'ailleurs répliquer la Tegra Zone sous Windows 8 avec le portage de la grande majorité des jeux sous Android et d'autres exclusifs. Cela permettra d'avoir accès à des jeux vidéo immersifs et somptueux dans un environnement très nomade. Avec notre processeur mobile sous Windows 8 RT, il est possible de développer des titres ambitieux très facilement puisqu'il s'agit de Direct X et qu'il sera aussi possible d'utiliser notre moteur Unreal par exemple. Plus généralement, pour toutes les nouvelles applications Windows 8, il sera très facile de les porter sur RT car il n'y a que la compilation finale qui est spécifique. De plus, notre processeur mobile sera parfaitement adapté à l'intégration de vidéos et à l'utilisation du HTML. Les tablettes et ordinateurs nomades sous Windows RT et équipé en Nvidia Tegra n'auront que des avantages avec une autonomie énorme, des performances adaptées à toutes les applications et une expérience vidéo-ludique sans équivalent.





RYGHT™

Le spécialiste
de l'enceinte
nomade

BUTTERFLY

Par la forme
et par le son



320 grammes



 **Bluetooth**

Transmission sans fil avec tous les Smartphones
Batterie longue durée rechargeable en USB
Musicalité sans compromis.

229 grammes

 **STORM**
PURE COLOR
Labyrinth™ Super Bass System

Petite par la taille,
grande par le son





Samsung T24B750

■ Moniteur

Le Samsung T24B750 est un moniteur 24 pouces à rétro-éclairage LED doté d'une riche connectivité. Il est déjà muni d'un tuner TNT HD qui le transforme en téléviseur d'appoint. On trouve sinon deux prises HDMI, une prise VGA, une entrée cinch, une prise Péritel, deux entrées USB, et même une prise Ethernet ainsi qu'une connectique WiFi. Pour les appareils mobiles, l'appareil est compatible MHL via le HDMI. Enfin, il donne accès au portail d'applications Samsung qui est le plus fourni du marché. La dalle offre un réglage chaud qui est suffisamment proche du standard pour être acceptable. Globalement, nous avons été agréablement surpris par la qualité de l'image, il faut bien l'avouer. Il y a un vrai bond technique par rapport à la génération précédente. Le rendu des couleurs est de grande qualité, les tons chair sont bien respectés, et les nuances de rouge ne sont pas extravagantes. L'appareil est surtout à l'aise en HD. Le rendu sur nos Blu-ray de référence est incroyable. Bien sûr, il y a quelques saccades faute de compensation de mouvement mais le piqué est saisissant. Le Samsung T24B750 est donc un bon écran, à mi-chemin entre le moniteur et le téléviseur.

■ CARACTÉRISTIQUES

Dalle LCD/LED 24 pouces, résolution 1920 x 1080, latence 5 ms, contraste 1 000 :1, luminosité 250 cd/m2, tuner TN HD, connectique VGA, 2 HDMI, compatibilité MHL, WiFi, 2 USB, Ethernet

- CATÉGORIE Milieu de gamme
- CONTACT Samsung, tél.: 01.49.21.70.00
- PRIX **359€**

HTC One X+

■ Smartphone

Disponible depuis déjà quelques mois, le One X s'offre une mise à jour. Baptisé One X+, ce smartphone reprend l'excellent design de son aîné. On retrouve donc un smartphone mono-corps utilisant un plastique polycarbonate à la fois solide et agréable au toucher. On peut même préférer le noir utilisé sur ce modèle, à notre sens plus réussi que le gris original. La forme rend l'utilisation confortable et ce malgré la taille conséquente de l'écran. Mesurant 4,7 pouces, ce dernier est l'un des meilleurs que nous ayons rencontré, alliant superbes couleurs, haute résolution (1280 x 720) et luminosité élevée. Le smartphone est propulsé par une version sous stéroïdes du processeur Nvidia Tegra 3 qui atteint les 1,7 GHz (contre 1,4 pour le One X). Ajoutez à cela la dernière version d'Android (4.1), plus de stockage (64 Go) et une batterie plus conséquente et vous obtenez le meilleur androphone de cette génération.

■ CARACTÉRISTIQUES

Écran 4,7 pouces SuperLCD, processeur Nvidia Tegra 3 1,7 GHz, Mémoire 1 Go, capteur photo 8 Mpxels, A-GPS, Android 4.1, connectivité WiFi n, Bluetooth 3.0, micro-USB, 134,4 x 69,9 x 8,9 mm, 135 grammes

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT HTC tél. : 01 70 75 91 71
- PRIX **649€**

Viewsonic VSD220

■ Tout-en-un

Si les tout-en-un tactiles sous Windows sont communs sous Android c'est une première. Extérieurement, l'appareil ne se distingue d'un écran classique que par une connectivité un peu plus riche que d'ordinaire et un pied qui permet de contrôler l'inclinaison. Le design est basique mais la finition est tout à fait correcte. La dalle en elle-même mesure 22 pouces et adopte une résolution Full-HD. La qualité d'image est dans la moyenne des moniteurs de ce format et l'entrée micro-HDMI permet d'utiliser le VSD220 comme un écran classique. A l'intérieur, on trouve des composants typiques d'une tablette milieu de gamme d'il y a quelques mois, à savoir un processeur Texas Instruments double cœur cadencé à 1 GHz, 1 Go de mémoire vive et 8 Go de stockage interne. C'est correct sur le papier mais l'utilisation est moins convaincante. Bien que fonctionnelle, cette tablette géante souffre de trop nombreux ralentissements. Autre regret, l'absence de batterie limite la mobilité. Le VSD220 est donc un produit atypique qui se destine à un usage de consultation tactile en situation résidentielle mais qui manque de performances pour être vraiment confortable à utiliser.

■ CARACTÉRISTIQUES

Écran 22 pouces Full-HD, processeur TI OMAP 4428 1 GHz double cœur, mémoire 8 Go, Android 4.0, connectivité WiFi n, connecteur RJ-45, micro-hdmi, USB Host, 4,8 Kg

- CATÉGORIE Milieu de gamme
- CONTACT Viewsonic, tél. : 01 41 47 49 00
- PRIX **399€**

Samsung 700G7C-S02FR

■ Notebook

Samsung met à jour son portable destiné aux joueurs passionnés. Extérieurement, rien ne change. On est toujours en présence d'un châssis fonctionnel, loin du glamour des modèles haut de gamme de la marque, et ce tant du point de vue du design que des matériaux. Pour autant, la sobriété est de mise et pour une machine qui vise avant tout la performance et l'efficacité, c'est adapté. Le clavier est de type classique, pas de chiclet donc. C'est un peu moins confortable pour taper du texte mais c'est plus agréable pour le jeu en raison de la profondeur supplémentaire. Le touchpad est grand et précis mais l'usage d'une souris reste recommandé. L'écran de 17,3 pouces est Full-HD et compatible 3D. Sa qualité est correcte avec un bon contraste mais avec un traitement brillant et une colorimétrie un peu fantaisiste, ce qui ne sera guère gênant dans les jeux. Les lunettes 3D livrées sont fines, légères et particulièrement confortables. Si le passage chez Nvidia assure la compatibilité avec tous les titres en relief, la puce graphique GTX675M manque un peu de puissance pour faire fonctionner de manière fluide les titres 3D les plus exigeants. En dehors du jeu 3D, il n'y a pas de limites en revanche. C'est un des notebooks les plus performants du marché. Que ce soit le processeur, la mémoire, la puce graphique ou même l'espace de stockage, difficile de faire mieux à un prix encore abordable. D'autant que le poids reste aussi raisonnable au regard des spécifications.

■ CARACTÉRISTIQUES

Processeur Intel Core i7-3610QM, mémoire vive 7 Go, écran 17,3 pouces LED (1920x1080), puce graphique Nvidia GeForce GTX675M, Disque dur 2x 750 Go, WiFi n, Bluetooth 3.0, 409 x 284,8 x 49,8 mm poids 3,8 kg

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Samsung, tél : 08 25 08 65 85
- PRIX **1589€**



Ricoh PJWX4130

■ Vidéoprojecteur

Le Ricoh PJWX4130 est sans conteste un vidéoprojecteur original comparé aux modèles plus traditionnels qui se placent face à la surface de projection, l'appareil étant le plus souvent au fond de la pièce, suspendu au plafond ou posé sur une table. Il se positionne la tête en haut et près de la surface de projection. Pour réussir cette prouesse, l'image est d'abord déviée à l'intérieur avant d'être projetée. De fait, il n'est plus nécessaire d'avoir un recul important pour obtenir une image de grande taille. A une distance de seulement 11,7 cm on obtient une image de 117 cm de diagonale. L'accès au menu se trouve près de l'objectif et la mise au point se fait par un curseur qui balance de droite à gauche. Les connectiques sont déportées sur le côté pour faciliter l'accès. Dans la pratique, l'appareil ajuste automatiquement la distorsion trapézoïdale ainsi que la couleur de l'image en fonction de la surface de projection. L'image est très lumineuse, même en plein jour. Le projecteur de noir est dans la moyenne observée sur les projecteurs data, c'est-à-dire loin des standards du home cinéma. Au final, le Ricoh est plutôt destiné à un usage bureau mais peut servir de vidéoprojecteur tout-terrain à la maison.

■ CARACTÉRISTIQUES

Technologie DLP, résolution 1280 x 800, luminosité 2500 lumens, contraste 2500 : 1, connectiques : 1 HDMI, 1 D-sub, composite vidéo, audio jack 3,5 mm, dimensions 257 x 144 x 221 mm, poids 3 kg

■ CATÉGORIE Milieu de gamme

■ CONTACT Ricoh, tél.: 0 892 012 012

■ PRIX **1290€**

Garmin Forerunner 10

■ Montre GPS

Garmin miniaturise et démocratise la montre GPS pour la course à pied. Deux modèles colorés rose et vert pomme se distinguent par une taille vraiment réduite et parfaitement adaptée aux poignets les plus fins. Une version noire un peu plus massive propose aussi un écran plus grand. Le design est réussi, assez proche d'une montre de sport traditionnelle et le poids est vraiment réduit. Les informations sont très lisibles, même sur le petit modèle. En plus de l'heure et de la date au repos, on y lit en mode course le temps écoulé et la distance parcourue. Un deuxième écran renseigne sur les calories brûlées et indique la vitesse ou l'allure. Il est juste dommage qu'il faille choisir entre les deux avant de démarrer l'enregistrement. Dans les options, on peut aussi opter pour une mise en pause à l'arrêt et pour le suivi d'une allure témoin. Chaque activité est mise en mémoire pour être consultée par la suite ou être transmise à l'ordinateur avec le parcours. Le site Garmin Connect permet aussi de se fixer des objectifs et de partager avec la communauté. Pour charger ou échanger, on fixe une plaque à contact équipée d'un câble USB standard. C'est assez pratique et évite d'alourdir la montre. L'autonomie est d'un mois en mode montre et de cinq heures en GPS. La réception des satellites est très rapide la plupart du temps et les mesures sont précises, tant que la couverture est assurée.

■ CARACTÉRISTIQUES

Montre GPS, multisport/jogging, 36/43 grammes, mémoire sept activités, rechargeable, connexion USB

■ CATÉGORIE Milieu de gamme

■ CONTACT Garmin, www.garmin.com/fr

■ PRIX **129€**

LG Optimus 4X HD

■ Smartphone

Après une longue absence, LG revient sur le segment haut de gamme avec ce smartphone. L'apparence et de la finition sont un peu en retrait des meilleurs de la catégorie. En revanche, l'ergonomie est convaincante et ce malgré un écran assez grand. Ce dernier est d'ailleurs de bonne facture, offrant une belle image aux couleurs assez justes. La lisibilité est cependant limitée par des reflets particulièrement visibles, ce qui oblige à augmenter la luminosité. Le processeur Nvidia Tegra 3 embarqué fait des merveilles, offrant des performances de tout premier ordre tout en conservant une autonomie très correcte (38 heures). Si 16 Go de mémoire sont jugés insuffisants, le lecteur micro-SD permet d'augmenter facilement cette capacité. La partie photo offre des clichés propres mais trop rapidement bruités en basse lumière. A signaler que ce smartphone est doté du NFC. Au final s'il n'est pas le plus désirable des androphones haut de gamme, l'Optimus 4X HD offre toutefois un excellent rapport qualité/prix.

■ CARACTÉRISTIQUES

Écran 4,7 pouces LCD, processeur Nvidia Tegra 3 1,4 GHz, Mémoire 1 Go, capteur photo 8 Mpixels, A-GPS, Android 4.0, connectivité WiFi n, Bluetooth 3.0, micro-USB, 132 x 68 x 8,9 mm, 141 grammes

■ CATÉGORIE Haut de gamme

■ CONTACT LG : tél. : 01 49 89 89 49

■ PRIX **489€**

Egardia

■ Alarme connectée

Egardia est un système d'alarme connecté, pilotable à distance par smartphone. Le constructeur hollandais y ajoute même un soupçon de domotique avec des prises intelligentes. Le principe de fonctionnement est assez simple. La centrale est reliée à la box Internet et communique avec les capteurs par un protocole sans fil propriétaire. Ensuite, le tout se configure par un navigateur sur Internet et les alertes sont relayées sur tout appareil mobile. Le kit de base vaut 300 euros et comprend outre la centrale, deux capteurs de mouvement, un capteur de porte et un clavier pour le code. Comme les systèmes concurrents, Egardia prévient de toute intrusion par un appel téléphonique qui demandera de réagir, sauf que le système va plus loin en doublant avec un SMS ainsi qu'un mail et surtout en permettant de tout piloter à distance grâce à une application disponible sur smartphone (iOS ou Android). Par ailleurs, il est possible d'accéder au système par le Web depuis un ordinateur. Pour la domotique, Egardia propose des prises pilotables qui peuvent être allumées ou éteintes, ce qui ouvre un champ d'application intéressant. Pour le service d'appel sur smartphone, un abonnement de 9,99 euros par mois est facturé.

■ CARACTÉRISTIQUES

Système d'alarme, fonctionne par liaison Internet, communication sans fil avec les détecteurs, extensions domotiques, pilotable à distance et par smartphone, alerte par sirène et message sur smartphone

■ CATÉGORIE Milieu de gamme

■ CONTACT Egardia, tél.: 01 82 88 00 44

■ PRIX **299€**

GUIDE
40 JEUX



Hitman Absolution

■ **Action/infiltration**

■ **Le 20 novembre**

L'un des titres pionniers dans le domaine du jeu d'action/infiltration fait son grand retour après plusieurs années d'absence. Six ans après l'épisode Blood Money, l'Agent 47 va devoir affronter une situation à haut danger, la police et ses anciens alliés cherchant à le supprimer. Basé sur un nouveau moteur propriétaire (Glacier 2), le jeu reste fidèle aux fondamentaux de la série (laisser au joueur le choix de la manière pour remplir une mission) tout en se rendant plus accessible aux nouveaux venus. Un environnement communautaire peut se développer autour du jeu, notamment grâce aux éditeurs de missions et défis.

■ **PLAN MARKETING**

Square Enix entend communiquer massivement sur le nouveau Hitman, via notamment une campagne TV (chaines hertziennes, cabsat) ainsi qu'un important dispositif sur Internet (avec même un jeu Hitman : Sniper Challenge pour certaines réservations). Le jeu a été mis en avant sur le salon Paris Games Week.

■ **MISE EN PLACE**

Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR**

IO Interactive

■ **EDITEUR**

Square Enix

■ **DISTRIBUTEUR**

Square Enix

■ **NOMBRE DE JOUEURS** 1

■ **JEU EN LIGNE** Non

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

70€ environ (consoles)

50€ environ (PC) en versions standards



Need For Speed Most Wanted

■ **Course automobile**

■ **Disponible**

Franchise star dans le secteur de la simulation automobile, Need For Speed accueille cette année une nouvelle version de Most Wanted, l'un des épisodes les plus populaires de la série. Sept ans après le titre original, Most Wanted se met au goût du jour avec un univers ouvert et de nombreuses possibilités pour le multijoueurs. On garde cependant le concept original qui consiste à piloter de prestigieuses bolides pour mieux narguer les forces de police et ainsi devenir le pilote le plus recherché de la région.

■ **PLAN MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Criterion Games

■ **EDITEUR** Electronic Arts

■ **DISTRIBUTEUR** Electronic Arts

■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

70€ environ (consoles HD)



LEGO Le Seigneur des Anneaux

■ **Action/plate-forme**

■ **Le 21 novembre**

Alors que le film Le Hobbit : Un Voyage Inattendu s'apprête à sortir en salles (le 12 décembre), Warner propose de se replonger dans la trilogie originale... à la mode Lego. Dans l'esprit de Lego Batman, le jeu revisite les moments forts des trois films de Peter Jackson (Communauté de l'Anneau, Les Deux Tours, Le Retour du Roi), le tout saupoudré de pas mal d'humour. Jouable à plusieurs, le jeu permet de débloquer et contrôler 80 personnages différents.

■ **PLAN MARKETING**

Plan média massif pour ce jeu, avec un plan TV conséquent (Gulli, 9, M6...), une forte mise en avant sur Internet (partenariat avec le réseau social Habbo...) et une campagne presse grand public. Sony PlayStation supporte le titre et une campagne TV commune va être mise en place pour les versions PS3 et Vita. Des synergies sont prévues avec la division cinéma du groupe.

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** TT Games

■ **EDITEUR** Warner Bros Interactive Entertainment

■ **DISTRIBUTEUR** Warner Bros Interactive Entertainment

■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

Entre **30€** et **50€** environ



Wonderbook : Book of Spells

■ **Jeu en réalité augmentée**

■ **Le 14 novembre**

Book of Spells (Le Livre des Sorts) est le premier jeu tirant partie de Wonderbook. Basé sur la réalité augmentée, celui-ci permet d'animer à l'écran les pages d'un livre plastifié via la caméra de la PS3. Le joueur interagit via le PS Move ou en bougeant le livre. Book of Spells se présente comme un guide d'apprentissage à la magie, dans l'univers créé par J.K. Rowling (Harry Potter). Le cœur de cible se situe chez les quatre à 10 ans.

■ **PLAN MARKETING**

Un dispositif TV massif va être mis en place (chaines hertziennes et cabsat, partenariat avec Gulli) ainsi que de la visibilité en presse (publi-rédactionnel dans Public et Marie-Claire, articles dans Télé 7 Jours et Télé Star). Côté Internet, le jeu va être vu sur des sites enfants, sur Allociné... De nombreux outils de PLV sont prévus, dont des box avec écran vidéo.

■ **MISE EN PLACE** 150 000 exemplaires

■ **DÉVELOPPEUR** Sony London

■ **EDITEUR** Sony Computer

■ **DISTRIBUTEUR** Sony Computer

■ **NOMBRE DE JOUEURS** 1

■ **JEU EN LIGNE** Non

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

39,99€ environ (livre et jeu)

79,99€ environ

(livre, jeu, PS Move et caméra)

289,99€ environ

(console 12 Go et starter pack)

NPG®

Transformez n'importe quelle TV en une **SMART TV**



Gamme Smart TV Box

Ça y est! Vous pouvez transformer n'importe quelle TV en une Smart tv avec les Smart Tv Box de NPG. Vous aurez accès à une multitude d'applications, vidéo online et contenus internet. Fonctionne avec le système Android.



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





Sonic & All-Stars Racing : Transformed

■ **Action/aventure**
 ■ **Le 16 novembre**
 (30 novembre sur Wii U)

Les figures les plus populaires de l'univers Sega se donnent rendez-vous pour un jeu de course dans lequel les véhicules peuvent se transformer en trois modèles différents (voiture, avion, bateau) pendant les courses. Une vingtaine de personnages répondent à l'appel (univers Sonic et autres jeux Sega) pour s'affronter dans 20 arènes. Différents modes sont proposés : Grand Prix, combats dans des stades, tour mondial...

■ **PLAN MARKETING**

Le jeu va profiter d'une campagne en TV (spots sur Gulli, Cartoon Network, Boomerang mais aussi sur Game One) et sera mis en avant sur Internet (catch-up TV de Gulli, TFou, Disney). On verra également le jeu dans les cinémas via des spots liés au film Le Monde de Ralph ainsi qu'en affichage numérique.

■ **MISE EN PLACE**

Objectif 200 000 exemplaires

■ **DÉVELOPPEUR** Sega

■ **EDITEUR** Sega

■ **DISTRIBUTEUR** Koch Media France

■ **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 10

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

39,99€ environ (PS3, X360, 3DS)

49,99€ environ (Wii U)



PlayStation All-Stars Battle Royale

■ **Action**
 ■ **Le 21 novembre**

A l'image des Smash Bros de Nintendo, PlayStation All-Stars Battle Royale permet de participer à des combats en arène à quatre, réunissant les personnages les plus populaires de l'histoire PlayStation (plus quelques invités venus de jeux éditeurs tiers). Publié simultanément sur PS3 et Vita, le titre propose aussi pour la première fois des interactions avancées entre les deux consoles (jeu Vita offert pour jeu PS3 acheté, sauvegardes communes entre les deux versions, possibilité d'affronter les joueurs de l'autre version).

■ **PLAN MARKETING**

Une campagne TV va être lancée (spots du 21/11 au 11/12) en chaînes cabsat et hertziennes. Sur Internet, la campagne est orientée sur les sites spécialisés (jeuxvideo.com, jeuxactu...). Un partenariat a été conclu avec Yahoo.

■ **MISE EN PLACE**
 Environ 60 000 exemplaires

■ **DÉVELOPPEUR**
 SuperBot Entertainment

■ **EDITEUR** Sony Computer

■ **DISTRIBUTEUR** Sony Computer

■ **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 4

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

60€ environ (PS3)

40€ environ (PS Vita)



Mass Effect Trilogy

■ **Action/rôle**
 ■ **Le 8 novembre**
 (version PS3 un peu plus tard)

Electronic Arts propose de redécouvrir les trois jeux de la saga Mass Effect dans un coffret trilogie. Dans le rôle du commandant Shepard, le joueur doit affronter la menace terrible des Moissonneurs, une race extraterrestre sans pitié. Action, décisions, rencontres avec de multiples personnages sont au menu. Cette compilation permet de retrouver l'intégralité des jeux de la série, y compris dans sa version PlayStation 3 qui marquera la première apparition de Mass Effect 1 sur la plate-forme de Sony (disponible également en téléchargement sur le PSN).

■ **PLAN MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Bioware

■ **EDITEUR** Electronic Arts

■ **DISTRIBUTEUR** Electronic Arts

■ **NOMBRE DE JOUEURS** 1

■ **JEU EN LIGNE** Non

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

49,99€ environ



Epic Mickey : Le Retour des Héros

■ **Action/plate-forme**
 ■ **Le 21 novembre**

Après un premier Epic Mickey il y a deux ans sur Wii, Warren Spector (Deus Ex) signe un nouveau jeu d'action/ plate-forme mettant en scène la mascotte de Disney. Celui-ci est ici accompagné du lapin Oswald, qui permet de traverser le jeu en coopération à deux puisque les deux personnages ont des pouvoirs complémentaires. Le jeu est rythmé par de la musique et des chansons et la version PS3 est compatible Move. A noter que la version 3DS se présente comme un hommage à Castle of Illusion, un classique de la console Megadrive. Version Wii U du titre prévue pour début 2013.

■ **PLAN MARKETING**

Le jeu va être mis en avant dans les médias du groupe Disney. Par ailleurs, un plan TV massif va être mis en place (un mois, 675 GRP). Dispositif également grand public sur Internet avec mise en avant sur AUFEMININ.COM, GULLI, des sites spécialisés... Des bornes vont être proposées dans le parc Disney. Le lancement de la version Wii U, début 2013, sera l'occasion pour relancer la gamme.

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Junction Points, Dreamriffs

■ **EDITEUR** Disney

■ **DISTRIBUTEUR** Disney

■ **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 2

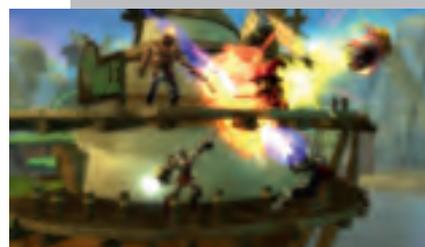
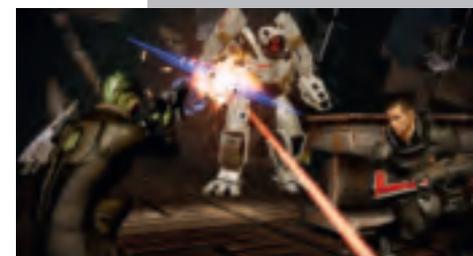
■ **JEU EN LIGNE** NC

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

Entre **40€** et **50€** environ



visuel non définitif



***Wesh, ma gueule,
tu veux du gros son ?***

SW-G 2.1 3000 / 70W.

Forte puissance 70 Watts RMS
Ampli-Préampli séparés, Basses profondes
Finition piano black 'deluxe'
Design gaming
Packaging haut de gamme



***quand ça déchire
et que c'est bon***

...c'est Genius



®

contact : sales@genius-europe.com

CALL OF DUTY[®] BLACK OPS II



GAME ONE[®] recrute **CALL OF DUTY[®]**
PRO TEAM

Suivez la progression des meilleurs Pro Gamers sur



gameone.net

f /gameone

t #LEJTG1



Appli mobile gratuite

avec  **XBOX 360**

La chaîne est disponible sur **CANALSAT**  et autres réseaux ADSL et téléphones 3G

18
www.parc-jeux.com

© 2012 Activision Publishing, INC. CALL OF DUTY[®] est une marque commerciale d'Activision Publishing, Inc. Toutes les autres marques et designations commerciales appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

 treyarch

ACTIVISION
activision.com