JDLI

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs
www.jdli.com

N°238 / 6 mars 2013

DEAD ISLAND
RIPTIDE

LE 26 AVRIL 2013

DEEP SILVER

Targus Smartphone Accessories

Targus, leader mondial des accessoires pour ordinateurs portables et tablettes, fait son entrée sur le marché des accessoires en téléphonie avec un portefeuille complet d'étuis pour smartphones et une nouvelle approche de cette catégorie.

- Vos objectifs sont nos objectifs : créer de l'attachement est au cœur de notre activité.
- Targus applique une approche de type Gestion de catégories aux accessoires. Nous investissons dans les études de marché et cherchons en permanence à comprendre les utilisateurs, en utilisant notre expérience & notre savoir-faire.
- Targus a fait ses preuves en matière d'innovation depuis 1983 et a démontré son professionnalisme pour commercialiser et pour accompagner les lancements de matériel.

L'ÉCRIN DE VOS RÊVES PAR Targus®

VersaVu™ pour iPad® Mini

Rotatif 360° | 8 positions | Finition Twill | Garantie à vie
Disponible en rouge ou noir

Une protection unique pour de multiples usages
Targus : créateur du VersaVu™ *

*Seule marque autorisée à distribuer ce concept (innovation protégée)

Kickstand™ pour iPad® Mini

1 position | Finition Twill | Garantie à vie
Disponible en rouge ou noir

Vuscape™ pour iPad® Mini

7 positions | Finition Twill | Garantie à vie
Disponible en rouge, noir ou bleu

Designed for life : Yours

www.targus.com/fr

Innorobo

La V3

La troisième édition d'Innorobo se déroule à Lyon, au Centre des Congrès, du 19 au 21 mars. Dédié à la robotique de service, ce salon professionnel est l'occasion de faire le point sur les avancées dans le domaine et de promouvoir les apports de la robotique dans des secteurs comme la santé, l'agriculture, l'électroménager ou l'habitat et bien sûr l'industrie. Composé de hardware et de software, un robot a beaucoup de qualités pour intéresser développeurs, ingénieurs mais aussi fabricants et distributeurs à la recherche de relais de croissance. Aller faire un tour sur Innorobo est certainement une excellente idée. Les principales entreprises du secteur y exposent leurs solutions et invitent les non-initiés à comprendre en quoi la robotique de service sera sans doute un relai de croissance dans les années qui arrivent.

Konami
réaffirme sa présence en Europe

Le Japonais Konami (PES, Metal Gear, Silent Hill, Castelvania…) a annoncé que son siège européen allait être établi au Royaume-Uni à Windsor. Il s'agit en fait de regrouper ses activités de jeux vidéo, dont le siège était jusqu'à présent en Allemagne, et de licencing, déjà basées à Windsor. Cette annonce est surtout pour l'éditeur l'occasion de réaffirmer sa présence sur le Vieux Continent en coupant court aux rumeurs de fermeture des filiales dans les principaux pays européens. Ainsi, *« Tandis que Konami Digital Entertainment B.V. commencera ses fonctions de siège européen début avril 2013, les branches françaises, allemandes, espagnoles et anglaises conservent leurs responsabilités régionale, le bureau anglais déménageant également à Windsor »* précise la société.

Mobilisation pour les emplois du jeu vidéo en France

Le 20 février dernier, une table ronde dédiée à l'état de l'industrie du jeu vidéo en France était organisée à l'Assemblée Nationale à Paris. Les députés Vincent Feltesse (PS), Patrice Martin-Lalande (UMP) et les sénateurs André Gattolin (Verts) et Catherine Morin-Desailly (UDI) se sont réunis pour *« tirer la sonnette d'alarme »* auprès d'autres parlementaires. Une réunion transpartisane, première du genre, visant à identifier les leviers à mettre en place pour donner un second souffle au secteur de la production de jeux vidéo en France. *« Une fenêtre s'ouvre actuellement pour l'industrie en France mais aussi en Europe au moment où s'opère le basculement du jeu vidéo vers le dématérialisé, la mobilité et alors qu'une nouvelle génération de consoles arrive et qu'une redistribution des cartes se profile »*, souligne Patrice Martin-Lalande. *« Le dispositif qui a été mis en place en 2003 et promulgué en 2008 doit aujourd'hui être mis à jour pour correspondre aux changements profonds du secteur et au développement des jeux qui se fait désormais de plus en plus de façon continue sur la durée ».*

(suite page 8)

Boulanger
propose son téléphone

Le groupe spécialisé dans l'électroménager et l'électronique grand public annonce son premier smartphone sous sa marque Essentiel b. Baptisé Black Diamond, ce terminal fonctionne sous la version 4.0.4 d'Android (Ice Cream Sandwich), pas la toute dernière génération donc, mais il est compatible double SIM et s'affiche au prix de 199 euros. L'acheteur a droit à 30 minutes d'assistance à domicile ou par téléphone pour lancer et paramétrer son téléphone. Côté technique, le smartphone est équipé d'un processeur double cœur à 1 GHz associé à 1 Go de mémoire et d'un écran 4,3 pouces (800 x 400 pixels). On retrouve la compatibilité Bluetooth 3.0 et WiFi.

PlayStation 4 Sony présente sa vision

Lors de la conférence de presse mondiale du 20 février à New York, Sony Computer a présenté les grandes lignes de sa future console de salon. Elle sera technologique, sociale, personnalisable, simple et rapide. Choisissant de faire de cet événement la première étape d'une stratégie de communication qui en comportera plusieurs, Sony a gardé beaucoup d'informations pour ces prochains mois mais assure que la PlayStation 4 sera commercialisée avant la fin de l'année, sans préciser sur quels territoires. Retrouvez l'ensemble de notre dossier sur la PlayStation 4 et l'événement new-yorkais page 22.

Donnez vie à vos divertissements mobiles

Moniteur Philips IPS avec Smart MHL

Offrez à votre smartphone une expérience sur grand écran ! La technologie MHL (Mobile HD Link) transmet le contenu de votre appareil mobile directement au moniteur. Visionnez vos photos et vidéos en Full HD ou vivez l'expérience des jeux mobiles et des apps sur un écran de 23 pouces. L'écran IPS produit des couleurs éclatantes avec un angle de vision incroyable de 178 degrés. Connectez n'importe quel appareil compatible MHL à l'élégant moniteur et il se recharge automatiquement pendant que vous vous amusez.

Venez découvrir l'écran MHL 237E4QHAD et toutes les nouveautés Philips Moniteurs sur le stand D42.

MHL IPS LED Wide Viewing Angle Slim design

PHILIPS

JDLI 238

6 MARS 2013

MARCHÉ

8 News

12 Interview : Samsung PC
Jean-Philippe Castelain, Chef produits

SOFTWARE

16 News

22 Focus : Sony avance ses pions
Présentation de la PlayStation 4 à New York

30 Interview : Dontnod
Oskar Guilbert, CEO et cofondateur et Jean-Maxime Moris, Directeur créatif et cofondateur

HARDWARE

34 News

36 Focus : OS mobiles et smartphones
Quel conseil en rayon ?

42 Panorama : Chaînes connectées
Tradition et modernité

GUIDES

46 Hardware

48 Jeux vidéo

50 DVD vidéo/ Blu-ray

Samsung PC : de grandes ambitions 12

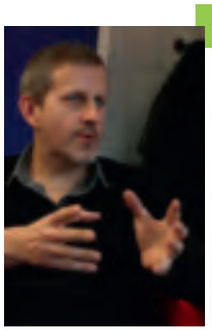
En 2012, la marque coréenne a pris un virage vers la valeur en misant sur des ordinateurs à forte valeur ajoutée, aidée en cela par le fait d'être fabricant d'une grande majorité de composants. Jean-Philippe Castelain, Chef produits, nous parle des ambitions de la marque pour cette année.

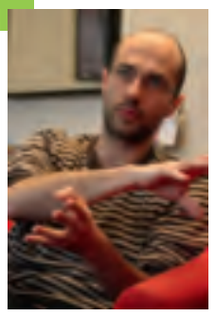
Sony avance ses pions 22

C'est à New York que Sony Computer Entertainment a levé le 20 février un coin du voile sur sa prochaine console de salon, la PlayStation 4. Sans tout dévoiler, et en gardant notamment secrète la forme de la console elle-même, le Japonais a tracé les lignes directrices de la philosophie de la prochaine machine. Le JDLI était présent sur place.

Dontnod, une autre idée de la french touch 30

Sortir un premier jeu aux ambitions AAA quand on est un jeune studio français, c'est plutôt osé. C'est pourtant ce que préparent les Parisiens de Dontnod avec Remember Me qui sera publié début juin par Capcom sur PC et consoles de salon. Rencontre avec Oskar Guilbert, CEO et Jean-Maxime Moris, Directeur créatif et cofondateur du studio.





OS mobiles et smartphones 36

Le smartphone se retrouve dans une situation inédite. Avec les forfaits sans engagement, il s'en vend de plus en plus hors abonnement. Et avec la multiplication des systèmes d'exploitation, l'offre est aussi diverse que compliquée. C'est une réelle opportunité à saisir en rayon avec une création de valeur possible si toutefois on y prodigue les bons conseils.

JDLI
le Journal Des Loisirs Interactifs

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

Directeur de la publication
Laurent Guerder

RÉDACTION

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

Directeur de la rédaction
Laurent Guerder

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

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

Secrétaire de rédaction
Guy Pichard
guy@microscoop.com

Journalistes
Benoit Dupont, Jean-Luc Marianna, Roland Marianna, Pierre Stemmelin, François Arias et Marie-Sylvie Maufus

Photographe
Guy Pichard

PUBLICITÉ

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

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

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

MAQUETTE

Directrice Artistique
Anastasie Babic
anastasie@microscoop.com

Rédacteurs graphistes
Benoît Maurice
Christophe Monfort

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

Site Web : www.jdli.com

Imprimé par Iapca
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.

À VOS MARQUES, PRÊTS... JOUEZ !

POWERED BY NVIDIA TEGRA

Beach Buggy Blitz

TROUVEZ LES MEILLEURS JEUX ANDROID SUR TEGRAZONE™.

Téléchargez TegraZone™, l'application gratuite pour votre appareil mobile boosté par NVIDIA® TEGRA® et entrez dans l'univers du jeu mobile.

Profitez de gameplay avec des graphismes ultra-réalistes et accédez aux derniers tests et actualités. Découvrez une sélection de jeux gratuits !

NVIDIA® TEGRAZONE™
LES MEILLEURS JEUX POUR SMARTPHONES & TABLETTES AVEC TEGRA

Plus d'informations sur www.nvidia.fr/tegrazone

© 2013 NVIDIA Corporation. NVIDIA, le logo NVIDIA, Tegra, TegraZone sont des marques commerciales et/ou des marques déposées de NVIDIA Corporation. Tous droits réservés. ©2011 Vector Unit. Tous droits réservés.

NVIDIA TEGRAZONE™

> suite de la Une

Mobilisation pour les emplois jeu vidéo en France

Messieurs Patrice Martin-Lalande, Vincent Feltesse, Nicolas Gaume et Julien Villedieu, Délégué général du SNJV

Evolution du dispositif

Les quatre parlementaires demandent ainsi l'amélioration de l'actuel système de crédit d'impôts et la création d'un fonds jeu vidéo dans le cadre de la banque publique d'investissement, une mission parlementaire étant lancée. *« Nous avons deux principales missions »*, estime Vincent Feltesse. *« Un objectif d'évangélisation pour rappeler tout le potentiel de création d'emploi que représente le secteur mais aussi combien peut rapporter chaque euro investi dans cette industrie porteuse. Aujourd'hui, 12 millions d'euros environ sont investis dans les dispositifs publics, ce qui comprend crédit d'impôts et fonds du CNC, nous pensons qu'il faudrait atteindre une enveloppe d'environ 50 millions d'euros en identifiant des structures pouvant soutenir le secteur comme la Caisse des Dépots, la BPI, le CNC. Il faut aussi travailler avec les collectivités locales et régionales »*.

Un savoir-faire à préserver

« Des pays ont fait des choix résolus pour accompagner ce secteur comme le Canada, bien sûr, mais aussi Singapour, la Corée, l'Australie, l'Irlande ou encore par exemple les Emirats Arabes qui ont identifié tout le potentiel de l'industrie », rappelle Nicolas Gaume, Président du Syndicat National du Jeu Vidéo (SNJV). *« Au Canada, les crédits d'impôts sont calculés sur 37% de la masse salariale et profitent à 100% des projets alors qu'en France, ils concernent 20% de la masse salariale et un tiers des projets »*. Un regard sur les chiffres en France confirme combien la situation est à prendre au sérieux : les 250 PME que représente actuellement le secteur dans l'Hexagone compteraient environ 5 000 employés contre 10 000 il y a quelques années. Dix dépôts de bilan auraient été enregistrés depuis janvier 2013… *« Nous espérons que ce groupe de travail qui réunit députés et sénateurs de différentes familles politiques va permettre de faire évoluer la situation, il en va de la survie de structures françaises mais aussi de retenir en France des studios à la réputation internationale comme par exemple Quantic Dream »*, développe Nicolas Gaume. Et l'assemblée de rappeler que dans un contexte global de « mal-emploi », le secteur du jeu vidéo a cette particularité de compter 80% de contrats en CDI, signe encore une fois du potentiel que représente ce domaine.

Loisirs interactifs 2012 en repli

Il aurait fallu être diablement optimiste pour espérer l'inverse : le marché de l'entertainment (disques, livres, jeu vidéo et vidéo) a baissé en 2012, de 3%, à huit milliards de dollars. Une évolution inégalement répartie selon les modes de distribution puisque si les ventes physiques restent très dominantes avec un CA de 6,9 milliards, elles reculent de 6%. En revanche, les ventes dématérialisées réalisent un bond en avant de 23 % et se rapprochent du seuil du milliard de dollars (943 millions). Le dématérialisé représente aujourd'hui 12% du montant des ventes totales. Mais Gfk nous met en garde : le piratage et la disponibilité de nombreux contenus sur la toile pèsent lourd dans les résultats. C'est d'ailleurs cette consommation gratuite de contenus dématérialisés qui permet de juger que le volume de contenus est proportionnellement assez faible. La musique, qui a encore vu son chiffre d'affaires global reculer (-4,4%), à 589,7 millions (source SNEP), le doit aux ventes physiques (-11,9 %). Les ventes dématérialisées, elles ont continué de monter (+13%). Sur ce marché, elles atteignent 25% du CA. Rappelons que la vidéo a également connu un recul de son marché en 2012, de 5%, à 1,317 milliard d'euros. Une chute du marché du DVD (-12%) qui n'est pas compensée par les ventes dématérialisées de la VOD, ni par les ventes de Blu-ray. Sur le marché de la vidéo, le chiffre d'affaires du dématérialisé représente 15%. Du côté du marché du livre (qui représente grosso modo la moitié du marché de l'entertainment), la baisse reste très mesurée avec -1,45% sur les ventes physiques tandis que les ventes de contenus dématérialisée restent confidentielle. Face à cette situation où les vents physiques reculent, quel que soit le type de contenus, GfK note que ce sont les magasins qui doivent se réinventer et se doter de vraies raisons de continuer à exister. La distribution des biens culturels est un vaste chantier pour les années à venir.

La musique téléchargée et le streaming supplantent déjà le CD en temps d'écoute

Innelec Partenaire d'Objectif Micro

Le site spécialisé pour les revendeurs indépendants Objectif Micro a conclu un partenariat avec Innelec Multimédia. Dans un communiqué, Objectif Micro vante l'exhaustivité du catalogue d'Innelec, et notamment la capacité du grossiste parisien à proposer des produits non dématérialisables : « Innelec Multimédia accompagne les revendeurs dans la diversification de leurs activités, grâce notamment à des produits qui améliorent significativement la marge bénéficiaire ou qui attirent de nouveaux clients, citons les tablettes numériques, les accessoires audio, les accessoires pour terminaux mobiles, les accessoires gaming. Bref Innelec Multimedia n'est pas un simple fournisseur mais aussi un facilitateur d'affaires. » L'accessoiriste Konix devient également partenaire d'Objectf Micro.

La pub intelligente, c'est malin

Gamned, société créée en 2009 est spécialiste de la publicité en ligne en général et dans les « ad Exchanges », ces places de marché électroniques qui permettent d'acheter des espaces publicitaires en temps réel en particulier. Elle a mis en place des offres de publicité dite « intelligentes », qui cible le consommateur en fonction de son profil. La société a levé 1,5 million d'euros en septembre 2012.
Edgar Baudin, Directeur général de Gamned nous répond.

Edgar Baudin, Directeur général de Gamned

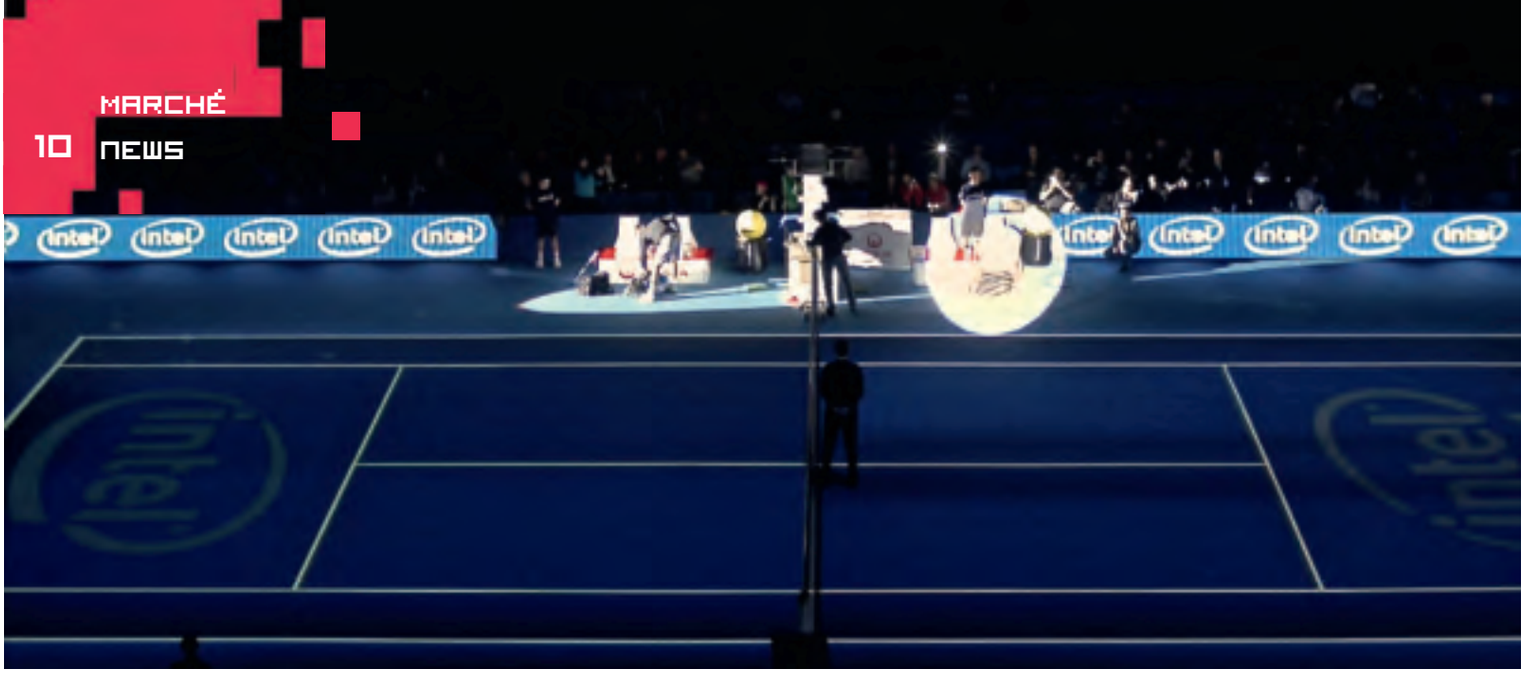
JDLI : Pouvez-vous nous expliquer par l'exemple, ce qu'est la publicité intelligente et performante ?
Edgar Baudin : Une publicité intelligente adapte son message à la personne qui la regarde. En d'autres termes, le défi de la publicité intelligente est de personnaliser l'expérience publicitaire de chacun afin d'avoir un impact maximal. Concrètement pour notre client Ubisoft, nous avons mis en place un dispositif Vidéo, qui diffusait des bannières publicitaires vidéo différentes selon le profil de l'internaute. Est-il déjà client Ubisoft ? A-t-il déjà visionné une de nos vidéos, si oui laquelle ? L'internaute est-il un hardcore gamer ? A partir de ces paramètres, nos algorithmes déterminent quelle vidéo est la plus susceptible d'intéresser l'internaute, et nous lui diffusons alors un message approprié, à un rythme et dans un contexte différent pour chacun. Pour d'autres clients, nous travaillons avec des bannières dynamiques dans lesquelles nous faisons jouer encore plus de variables, en fonction des centres d'intérêt de l'audience, des CSP, de la géolocalisation, etc. Notre technologie calcule en temps réel les scénarios adaptés à chaque cible et diffuse les publicités auprès de l'audience utile pour chaque annonceur. En ultra-ciblant les publicités et les messages, les résultats sont exceptionnels et le ROI des campagnes amélioré par rapport à une approche classique. Ces dispositifs sont possibles grâce aux Ad Exchanges qui permettent cet achat publicitaire en temps réel. Ils représentaient 4% des dépenses média en 2011, 8% en 2012 et atteindront en Europe 30% dès 2017 (source : Forrester). Aux USA, le marché est déjà de 20% ! Principalement présente aujourd'hui via les bannières publicitaires Web, la publicité intelligente concerne également tous les écrans connectés : mobile, tablettes, TV et demain également, les écrans connectés dans les points de vente ou l'espace public.

A quels moments dans la chaîne de valeur, Gamned intervient-il ?
Gamned a développé une technologie propriétaire qui lui permet de prendre en charge 100% de l'achat media intelligent des annonceurs en direct. Nous travaillons avec nos clients sur la durée, en intégrant toutes leurs données utiles aux campagnes dans nos algorithmes : catalogues produits, liste de points de vente, CRM, etc. que nous agrégeons avec des données externes (profils internautes, géolocalisation, thématiques de sites, terminal utilisé, etc.).
Nous créons ensuite des scénarii sur mesure selon leurs objectifs : notoriété, acquisition de nouveaux clients, fidélisation. Nos algorithmes analysent chaque jour des millions de données en temps réel pour générer les publicités et les diffuser sur les emplacements les plus adéquats. Nos équipes s'appuient sur notre plateforme technologique Brainr pour diffuser et suivre ces campagnes, en toute transparence pour l'annonceur qui a accès à un tableau de bord complet en temps réel.

Qu'est-ce que la levée de fonds va changer ?
La publicité intelligente repose sur une technologie de pointe et notre dernière levée de fonds sert essentiellement à financer nos efforts de R&D. Avec près de 40% de nos effectifs dédiés à la R&D, nous améliorons chaque jour notre plate-forme techno qui utilise les dernières technologies Big Data et de Business Intelligence.

Protection maximale Targus s'associe à F-Secure

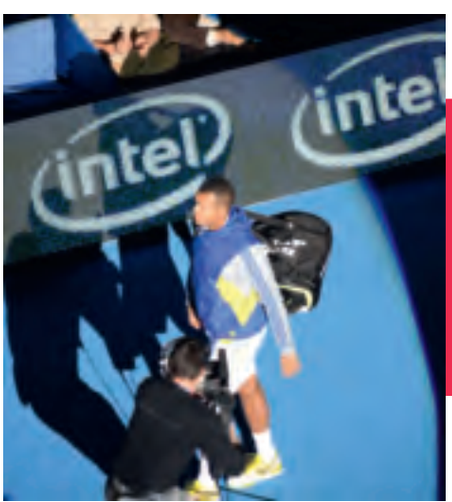
La protection est un sujet important quand il s'agit de tous ces appareils mobiles qui nous accompagnent au quotidien. Que ce soit une tablette ou un ordinateur portable, on leur confie de plus en plus toute notre vie numérique. Et les agressions dont elles peuvent être la victime peuvent provenir à la fois du monde réel et virtuel. Fort logiquement, Targus et F-Secure s'associant pour proposer une protection contre les deux. Le premier se charge de protéger l'appareil physiquement avec une sacoche ou une housse, le second offre une protection maximale contre les agressions par le Web. Cette combinaison évidente ne concerne pas que le notebook sous Windows mais aussi les tablettes sous Android. C'est donc aussi une bonne occasion de sensibiliser les utilisateurs de tablettes qu'elle est aussi exposée que tout autre appareil connecté. Le partenariat prend déjà la forme concrète d'une offre qui permet d'acquérir une sacoche d'ordinateur garantie à vie, une souris sans fil et un abonnement anti-virus de six mois. Boulanger est le troisième partenaire car il va relayer et proposer l'offre dans ses 132 magasins. *« L'association de ses trois intervenants majeurs est une opportunité supplémentaire sur un marché des accessoires en fort développement »* déclare Armel Flin, Directeur Général de Targus France. Comme nous l'avons déjà souligné à plusieurs reprises dans le JDLI, le salut du magasin physique passera par la création d'évènements de ce type qui permettent de syndiquer des intervenants autour d'une idée forte mise en valeur dans le rayon pour créer l'attention et déclencher l'acte d'achat.



Intel à l'Open 13
Sport hi-tech

Laurent Vernat, Directeur marketing d'Intel France, remet un Ultrabook à Tomas Berdych, finaliste

Une fois de plus, Intel a mis ses technologies au service d'un événement spectaculaire avec une démarche marketing globale. Cette fois-ci, c'est à l'occasion du vingtième anniversaire du tournoi ATP de tennis de Marseille qui s'est tenu du 18 au 24 février. Intel a montré ce que son savoir-faire peut apporter à un événement sportif. Chaque match était précédé d'un spectacle d'animation basé sur le mapping 3D. Il s'agit d'un jeu de lumière projeté sur la surface du court qui prend vie, avec par exemple un échange de balles virtuel et une surface de jeu qui se déstructure ou vole en éclat. Intel a d'ailleurs utilisé cette même technologie lors du défilé de mode Haute Couture de Franck Sorbier le 4 juillet dernier et qui avait fait tant parler de lui par son approche technologique iconoclaste dans une industrie de la mode encore peu habituée à ce type d'audaces. Les panneaux lumineux en bordure de court et les deux écrans géants étaient utilisés pour renforcer l'effet très spectaculaire. Pour l'occasion, Intel s'est associé à Toshiba avec un stand de démonstration des ultrabook de la marque. Ainsi, les spectateurs pouvaient expérimenter avant et après les matchs l'informatique ultra-mobile, mais aussi un jeu de tennis en réalité augmenté démontrant les nouveaux usages rendus possible par les dernières technologies. Un dépliant distribué à l'occasion présentait la gamme ultrabook de Toshiba et listait en dernière page les points de vente dans la région. Les joueurs se sont également intéressées aux ultrabook, notamment avec la visite sur le stand du finaliste Tchèque Tomas Berdych (classé sixième joueur mondial) qui s'est vu offrir un Ultrabook Toshiba convertible en tablette, le 920UT. Ce type de sponsoring sportif permet à la fois d'associer la haute technologie à des évènements grand public, de faire découvrir concrètement les produits et même de transformer l'initiative par un renvoi vers les distributeurs locaux. *« L'opération permet à la fois de montrer ce que les technologies Intel rendent possible, mais aussi de démontrer à une large audience les avantages de l'informatique ultra-mobile au travers des ultrabook, tout en faisant le lien vers le magasin en nous associant avec un partenaire comme Toshiba »* nous a déclaré Laurent Vernat, Directeur marketing France à l'origine du partenariat.



Jo-Wilfried Tsonga, vainqueur du tournoi

Toshiba, un partenaire de choix

Florent Lafarge, Directeur marketing France, nous commente l'implication de Toshiba dans l'Open 13. *« Pour nous, le sport est une valeur fondamentale que nous voulons associer à notre marque et nous le faisons d'ailleurs régulièrement, par exemple lors de la Coupe du monde de football et de rugby. Le lien social, le dépassement de soi et le fairplay sont autant de valeurs qui nous importent. L'aspect régional de l'Open 13 revêt également une grande importance car cela nous permet d'aller au contact de nos partenaires et de nos clients sur un évènement fédérateur local. L'association avec Intel nous a permis de mettre en scène notre gamme ultrabook et de faire partie d'un spectacle technologique d'envergure très réussi. Nous avons eu d'excellents retours sur l'opération que nous comptons bien renouveler à d'autres occasions. »*

iiyama

20 YEARS IN MONITOR BUSINESS

IDEK iiyama

MF-5117

Diagonale:	17"
Résolution native:	1024 x 768
H-Freq / V-Freq:	21,9-50KHz / 50-90Hz
Type:	Multisync
Entrée:	HD15

iiyama

20 YEARS IN MONITOR BUSINESS

iiyama G2773HS

Diagonale:	27"
Résolution native:	Full HD 1920 x 1080p
Panel:	TN-LED 120Hz
Temps de réponse:	1 ms
Entrée:	HDMI, DVI et VGA
Type:	Moniteur Pro-Gamers

www.iiyama.fr

Entretien avec
Jean-Philippe Castelain,
Chef Produits

Samsung PC
De grandes ambitions

En 2012, la marque coréenne a pris un virage vers la valeur en misant sur des ordinateurs à forte valeur ajoutée, aidée en cela par le fait d'être fabricant d'une grande majorité des composants. Cette année, les ambitions sont tout autres avec un objectif de volume pour devenir l'un des premiers acteurs du PC en France.

Par Stéphane Kauffmann

JDLI : Pouvez-vous nous dresser un bilan de l'année 2012 ?
Jean-Philippe Castelain : Le marché a été assez difficile sur le notebook avec une baisse globale mais contrastée. Les grandes tailles de 17 pouces et plus ont été en net recul, le 15 s'est maintenu et le 13 pouces a progressé. L'ultrabook n'a pas été au niveau que l'on espérait mais il a quand même permis d'augmenter le prix moyen. Pour Samsung, l'année 2012 a marqué un tournant décisif avec la décision d'arrêter le netbook et de se focaliser sur la valeur. Sans grande surprise, cela a engendré un premier trimestre difficile pour nous avec environ 4% de parts de marché mais la stratégie fut payante car nous avons fini l'année à 7%. Il nous fallait de la valeur et nous avons réussi à en créer, même si cela s'est fait au détriment du volume. Nous avons ainsi été en première position sur l'ultrabook et nous avons réussi de belles opérations sur du 15 et du 17 pouces à valeur ajoutée.

Quelles sont les principales forces de la division PC ?
Samsung produit tous les maillons de la chaîne et nous sommes notamment fabricant de la majorité des composants d'un ordinateur. Cela nous permet déjà de gérer sans problèmes tout le circuit de production. Nos clients apprécient d'être livrés dans les délais et sans soucis d'approvisionnement. Mais cela nous permet aussi de choisir les meilleurs composants, voire de les fabriquer spécifiquement. Ainsi, les batteries de nos ordinateurs sont plus performantes et supportent davantage de cycles de recharge. De même, nous choisissons nos dalles pour ne retenir que les plus lumineuses. Nous pouvons dessiner, concevoir et réaliser un ordinateur pour qu'il soit le plus fin au monde avec la Série 9. Nous apportons d'ailleurs un soin tout particulier à la réalisation de tous nos châssis, même entrée de gamme, ce qui constitue un plus indéniable pour le consommateur.

Vos produits sont plutôt haut de gamme dans leur catégorie. Est-ce un choix délibéré et allez-vous poursuivre dans cette voie ?
C'était la stratégie que nous avions mise en place en 2012 et qui a porté ses fruits à la fois en termes de valeur mais aussi d'image de marque. En 2013, nos ambitions sont plus fortes et nous allons nous orienter vers le volume par une pratique commerciale plus agressive notamment. Ainsi, nous mettrons en place des offres de remboursement et ce dès le mois prochain avec par exemple un remboursement de 100 euros sur un ordinateur

vendu 529 euros. Nous voulons devenir un acteur majeur en France mais sans pour cela rogner sur la qualité de nos produits et nous comptons y parvenir par des actions commerciales attractives.

Quelle part joue le design dans l'acte d'achat et quelle importance lui accordez-vous ?
Les trois premiers critères d'achat sont désormais le rapport qualité-prix, l'image de marque et le design. La configuration précise qui se distingue par des MHz ou de Go n'a plus beaucoup d'impact. Et en matière d'image de marque et de design, nous sommes très bien placés. Le marché s'oriente vers la mobilité et la finesse avec un produit valorisant dans lequel l'utilisateur se reconnait. Ainsi, nous travaillons beaucoup sur les matières. Nous avons par exemple introduit le duraluminium qui permet l'extrême finesse et à l'aspect qualitatif inégalé.

S'agit-il de rendre chaque segment premium pour créer de la valeur à l'image de votre nouvelle Série 3 ?
Oui et c'est en cela que nous nous distinguons de la compétition. Ainsi, notre nouveau Série 3 en blanc est d'ores et déjà un grand succès commercial. Il est clair que cet ordinateur se distingue des autres au même prix par son design ce qui montre l'impact que cela peut avoir sur les ventes. Nous suivons d'ailleurs ce qu'a initié la téléphonie chez nous en lançant des tendances par exemple, par des couleurs nouvelles comme le blanc.

> « Les trois premiers critères d'achat sont désormais le rapport qualité-prix, l'image de marque et le design. »

Avec Windows, comment voyez-vous évoluer l'offre tactile sur les ordinateurs cette année ?
Le tactile, tout le monde veut y croire pour dynamiser les ventes d'ordinateurs portables mais l'usage n'est pas aussi évident que sur un smartphone ou une tablette dont l'écran est immédiatement accessible. Tenu à distance par le clavier, l'écran tactile sur ordinateur sera plus adapté à un usage ponctuel une fois de temps en temps. C'est un atout mais il n'est pas sûr que le consommateur soit prêt à payer pour, du moins pas les 100 euros que cela coûte actuellement. Et sûrement pas sur un produit entrée de gamme à 399 euros sans. On peut espérer qu'avant la fin de l'année le coût soit nettement moindre, ce qui pourrait changer la donne mais en l'état je pense que la demande n'existe pas vraiment. C'est différent sur des modèles plus haut de gamme comme les ultrabook car à partir de 799 euros, le tactile peut s'intégrer sans pour autant déséquilibrer la configuration.

En matière d'hybride, vous avez joué la carte de la tablette à clavier amovible avec la série Smart PC. Un premier bilan ?
Pour pouvoir proposer un produit à un prix de 799 euros, il a fallu faire des compromis sur les composants avec des performances moindres que ce que l'on trouve habituellement à ce prix sur un PC. C'est un frein pour la distribution et il faut impérativement démontrer le produit pour qu'il se vende. Actuellement, nous soutenons d'ailleurs la vente par une campagne de publicité radio qui

Samsung PC De grandes ambitions

propose une offre de remboursement de 100 euros sur le Smart PC Série 5. Il ne faut pas nier que le démarrage est timide avec des parts en volume de l'ordre de 2%, là où l'ultrabook a atteint les 9%. Pour autant, nous allons continuer à nous investir et nous espérons que de mois en mois les volumes augmentent peu à peu. D'autant qu'au second semestre, nous introduirons de nouveaux concepts innovants. Une fois démontré, l'usage du convertible est évident et il est probable qu'à terme le consommateur en soit convaincu aussi.

Pensez-vous que l'offre ultra-mobile et en particulier l'ultrabook vont peu à peu s'imposer au détriment des ordinateurs plus gros ?
Il est certain que la finesse va s'imposer car elle devient majoritaire dans les offres grand public surtout en 13 et 15 pouces. Nous sommes ainsi passés de 28 à 21 mm sur 80% de notre offre. Il est donc probable que les ventes vont glisser progressivement vers le fin et le léger. Notre Série 5 fin et au design soigné à 529 euros a été la meilleure vente à la Fnac. Pour l'ultrabook, c'est toujours une question de prix en ces temps d'arbitrages budgétaires. Avec des offres à 799 euros dès le second trimestre, les volumes peuvent augmenter.

> « Notre ambition est d'être dans le top trois à la fin de l'année et nous mettrons tout en œuvre pour y parvenir. »

Peut-on dire que l'ultrabook série 7 tactile est votre nouveau porte-drapeau ?
Jusqu'au prochain Série 9 oui. Nous avons voulu réunir tout ce qui se fait de mieux à un prix encore envisageable de 999 euros. Il est très léger pour du tactile, il est très fin, il est réalisé dans un aluminium magnifique, le clavier est rétro-éclairé et l'autonomie dépasse les neuf heures !

Votre gamme multimédia Chronos évolue-t-elle ?
Elle est rafraîchie avec un design plus fin, notamment en 15 pouces sans lecteur optique. L'autonomie est portée à 10 heures et les cartes graphiques embarquées sont plus performantes. Mais cela reste un marché de niche qui fait environ 5% en volume chez nous.

Quid du tout-en-un ? Se dirige-t-on également vers le tactile ?
Selon nous, le tout-en-un doit devenir un produit de convergence avec le monde de la TV et de l'électronique grand public, ce qui peut justifier un prix qui démarre à 999 euros et allant jusqu'à 1599 en 27 pouces. Le tactile est certes un atout mais il y a aussi l'intégration d'un tuner TNT et surtout un design qui s'inspire de la Série 8 de nos téléviseurs. Nous pouvons ainsi faire valoir l'aspect premium pour le salon. Nous allons également apporter de réelles innovations en la matière au second semestre.

Comment voyez-vous évoluer le marché de l'IT en 2013 ? Quelles sont les ambitions de Samsung ?
Le marché va croître sur la partie hybride et sera peut-être même en légère hausse sur le notebook. Le desktop continuera sa baisse mais de manière un peu plus contenue, notamment grâce aux tout-en-un. Notre ambition est simple, nous voulons être dans le top trois à la fin de l'année et nous mettrons tout en œuvre pour y parvenir.

Que faut-il faire en magasin pour créer de la valeur ?
Il faut faire de la démonstration, le plus possible. Pour Windows 8, le consommateur ne fait que l'associer au tactile de manière abstraite. Pour donner envie, il faut démontrer l'usage impérativement. Nous avons déjà commencé depuis un certain temps avec de la mise en avant, des tables d'expérience et de l'animation. Cette année, nous allons étendre ce dispositif au plus grand nombre d'enseignes possible.

Le WIFI dans toutes les prises électriques!

dLAN® 500 AV Wireless+

L'Internet facilement. Partout, simplement.
Le dLAN® 500 AV Wireless + transforme toutes les prises de courant en connexion internet. Enfin une puissance de réception maximum dans toutes les pièces!
Optimal pour l'utilisation de vos Smartphones, Tablettes et Ordinateurs portable. Avec 3 ports Ethernet pour encore plus de possibilités.
Juste branchez : vous êtes prêts !

devolo
The Network Innovation

Trouvez la bonne solution individuelle dans le monde versatile du dLAN®!

www.devolo.fr

Razor's Blade pour tous

L'exclusivité de la version Wii U aura été de courte durée puisque l'éditeur Tecmo Koei annonce l'arrivée de Ninja Gaiden 3 : Razor's Edge sur PlayStation 3 et Xbox 360. Prévues pour le 4 avril, ces deux nouvelles versions du jeu de combat signé Team Ninja vont permettre aux possesseurs de consoles Sony et Microsoft de profiter des améliorations apportées dans l'édition Razor's Edge : un niveau de difficulté plus salé, un système de combat optimisé, de nouveaux personnages jouables… Tous les DLC de l'édition originale de Ninja Gaiden 3 (mars 2012) sont également présents sur la galette.

Le prochain David Cage daté !

Beyond : Two Souls, prochaine production du studio parisien Quantic Dream emmené par le créateur David Cage, a enfin une date de sortie. Sony Computer annonce enfin la parution du jeu d'aventure ou plutôt « thriller psychologique » pour le mois d'octobre prochain. Une bonne nouvelle ne venant jamais seule, le studio annonce également que l'acteur Willem Dafoe (Spider-Man, La Dernière Tentation du Christ, Aviator, Platoon…) fera partie du casting et apparaîtra dans le jeu ! Un casting qui s'étoffe, sachant qu'il comprend également Ellen Page (Juno) dans le rôle principal. Dafoe incarnera ici un scientifique se dressant face à l'héroïne dotée de pouvoirs paranormaux. Le précédent jeu du studio, Heavy Rain, avait marqué par la qualité de sa narration et ses partis-pris de gameplay. Beyond : Two Souls sera exclusif à la PlayStation 3.

Willem Dafoe, David Cage et Ellen Page

Assassin's Creed 4 dévoilé : à l'abordage !

Ubisoft organisait fin février un événement à Paris pour dévoiler Assassin's Creed IV, le prochain opus de la fameuse série qui sortira comme la tradition le veut, en fin d'année. Les rumeurs qui évoquaient depuis quelques semaines un épisode basé sur l'univers de la piraterie avaient donc du vrai : Assassin's Creed 4 Black Flag se déroulera bien dans l'univers des pirates, au beau milieu des Caraïbes du début du XVIIIème siècle. « *Nous souhaitions dans ce nouvel épisode proposer un monde totalement ouvert dans le milieu naval* », situe Jean Guesdon, Directeur créatif chez Ubisoft Montréal. « *On parle ici du véritable univers de la piraterie, dans un jeu où il ne sera pas question de monstres marins ou autres créatures mythiques. Cette période et ses personnages sont tellement incroyables qu'on n'a finalement pas grand-chose à ajouter pour développer un univers de jeu riche !* ». Le célèbre Barbe-Noire sera ainsi l'un des personnages célèbres que l'on sera amené à croiser. La principale promesse d'Assassin's Creed IV tient en un monde ouvert explorable librement, « *plus homogène et fluide* », en bateau ou à pied. Il sera également possible d'explorer les fonds marins pour partir à la chasse aux trésors… Plusieurs villes seront présentes comme La Havane, Nassau ou Kingston mais Ubisoft annonce également des dizaines de lieux à découvrir au gré de l'exploration de la carte comme des villages de pêcheurs, des plantations, des forts, des ruines mayas, des criques cachées ou encore des îles de cocotiers !

Nouveau héros, même lignée

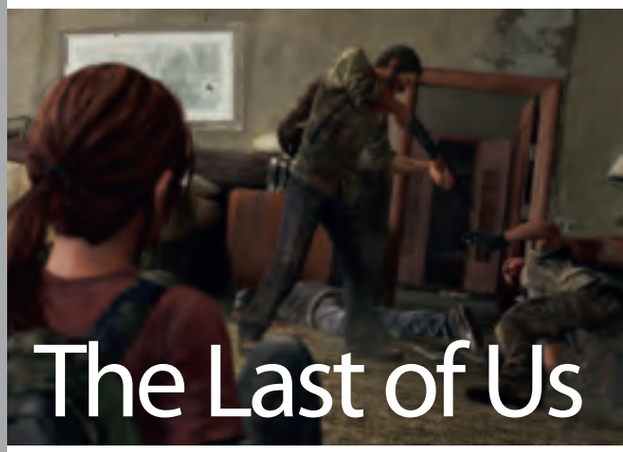
Le personnage principal du jeu sera un certain Edward Kenway, grand-père du héros de Assassin's Creed III (75 ans séparent l'action des deux jeux). Pirate, celui-ci va se retrouver au milieu de l'affrontement entre assassins et templiers. « *La mentalité du personnage va être amenée à fortement évoluer au fil de l'aventure* », souligne Jean Guesdon. Le bateau du héros, Jackdaw, sera comme « un second personnage principal » selon l'éditeur qui annonce de multiples manières pour le joueur de customiser et personnaliser son navire. Les combats en mer et les séquences d'abordage s'annoncent ainsi particulièrement impressionnantes et sans transition, le titre reprenant le principe des séquences navales d'Assassin's Creed III mais le poussant plus loin. A l'heure actuelle, plus de 500 personnes travailleraient sur le titre dans huit studios différents, un effectif qui va être amené à augmenter dans les prochains mois. Du multijoueurs sera également au programme du jeu qui est annoncé pour le moment sur PS4, PS3, Xbox 360, PC et Wii U, le 31 octobre prochain. Les versions PS3 et PS4 devraient profiter en bonus de 60 minutes de jeu supplémentaires.

La Wii U descend dans la rue

Une nouvelle application vient d'être lancée en téléchargement sur Wii U, signée par Nintendo et Google. Wii Street Wii U permet d'explorer les rues du monde entier et de profiter d'une vue à 360° des endroits (3 000 villes dans 47 pays modélisées selon Google). Disponible depuis plusieurs années sur ordinateur via navigateur Internet, le service profite ici d'une version aménagée pour la console de salon. Tandis que l'écran du téléviseur propose en effet la carte de l'adresse demandée, le GamePad affiche la fameuse vision subjective dans laquelle on peut balader le regard à 360° simplement en orientant la manette. Quelques clics sur l'écran permettent de se déplacer virtuellement dans les rues tandis que l'image du GamePad peut également être envoyée sur le téléviseur pour la partager avec les autres personnes dans le salon. La consultation du service profite bien entendu de cette ergonomie plus instinctive que sur un navigateur Web. Si l'application est actuellement gratuite, son téléchargement devrait devenir payant prochainement. A essayer donc.

Total War Shogun 2 la totale

En attendant Total War : Rome II (prévu pour octobre 2013), Sega propose Total War Shogun 2 en édition « gold », sur PC bien sûr. Commercialisé initialement en 2011, le titre salué par la critique revient dans un coffret complet contenant le jeu original enrichi des deux DLC L'essor des Samouraïs et La Fin des Samouraïs (sortis respectivement en 2011 et 2012) ainsi que huit packs de contenu. Cette édition du jeu de stratégie mêlant tour par tour et temps réel propose donc de revivre près de sept siècles de l'Histoire du Japon par le biais des batailles opposant d'innombrables unités (même navales), de la diplomatie et du développement économique. Distribué par Koch Media et développé par The Creative Assembly, Total War Shogun 2 Gold Edition sort le 8 mars sur PC.



The Last of Us en juin

On attendait l'apocalypse pour début mai mais il faudra finalement patienter jusqu'au 14 juin pour pouvoir mettre la main sur The Last of Us, l'un des titres les plus attendus de la PlayStation 3. Développé par Naughty Dog (Uncharted), ce jeu d'action prendra place dans une ambiance post-apocalyptique suite aux ravages d'un virus. Accompagné d'une jeune fille, le héros devra lutter pour sa survie et affronter de terrifiants infectés. Du multijoueurs sera également de la partie.

Pour les plus jeunes sur 3DS

L'éditeur Nemopolis vient de publier Gummy Bears : Magical Medallion sur Nintendo 3DS. Ce jeu de plate-formes est destiné en premier lieu aux enfants à partir de quatre ans qui vont pouvoir s'initier au genre sur une douzaine de niveaux mais aussi participer à différents mini-jeux type puzzles. Le titre est disponible au prix conseillé de 24,99 euros, distribué par Nemopolis.

Le Circle Pad Pro version XL arrive

Accessoire paru début 2012 sur Nintendo 3DS pour doter la console d'un stick analogique supplémentaire à droite, le Circle Pad Pro sera décliné en version XL le 22 mars prochain. Comme son nom l'indique, le Nintendo 3DS XL Circle Pad Pro se présentera sous la même forme que son prédécesseur mais avec des mensurations plus larges pour correspondre au gabarit des modèles XL de la console. L'accessoire sort le même jour que le jeu Monster Hunter 3 Ultimate sur Nintendo 3DS, un titre attendu qui profitera de contrôles alternatifs pour l'occasion. D'autres titres sont ou seront par ailleurs compatibles avec.

Lego en force sur Wii U

Attendu pour le 28 mars en exclusivité sur la nouvelle console de salon de Nintendo, Lego City Undercover bénéficiera d'une édition collector regroupant le titre plus une mini-figurine Lego de Chase McCain, le personnage principal du jeu. Dans une ville de pièces Lego, le joueur incarne un policier parti en chasse à travers la cité contre un criminel à l'origine d'une vague de crimes. Dans un monde ouvert, il sera possible d'utiliser des dizaines de véhicules différents tandis que le Gamepad donnera accès à un GPS, un système pour scanner l'environnement… A noter qu'un jeu est prévu pour 2013 sur Nintendo 3DS, Lego City Undercover : The Chase Begins, qui se présentera comme une préquelle au jeu sur console de salon.

Les héros DC Comics aussi

Du côté de Warner Interactive, on apprend que Lego Batman 2 allait prochainement être publié en version Wii U. Après les versions PC, PS3, Xbox 360, Wii, Vita, Nintendo DS et 3DS parues fin 2012, cette adaptation devrait exploiter les caractéristiques de la console en proposant par exemple une carte interactive sur le GamePad ou encore la possibilité pour un second joueur d'utiliser la manette comme écran à part entière. Selon l'éditeur, le titre se serait vendu à plus de 3,4 millions d'exemplaires dans le monde depuis sa sortie en juin 2012.

La Wii Mini en Europe

Lancée dans un premier temps fin 2012 sur le marché canadien, la Wii Mini vient d'être confirmée pour l'Europe avec une date de sortie fixée au 28 mars. Dotée d'un nouveau design, la célèbre console devrait être commercialisée une centaine d'euros environ (selon les sites de vente en ligne). Livrée avec Wiimote Plus et Nunckuck rouges, cette version de la console se verra en revanche privée de connectivité en ligne et de compatibilité avec les jeux GameCube. La collection de jeux à prix réduits Nintendo Selects accueillera au même moment quelques nouvelles références : Mario Party 8 et Wii Sports Resort. Sortie fin 2006, la Wii premier modèle s'est vendue à ce jour à plus de 100 millions d'exemplaires dans le monde, un des plus grands succès de l'histoire du jeu vidéo.

AFTERGLOW®

CASQUES **FILAIRE** ET **SANS FIL** UNIVERSELS

CONFORT **INCROYABLE**

Serre tête à double suspension éliminant la pression latérale.

Coussinet anatomique profilé avec rembourrage en molleton offrant des heures de confort.

SON **EXTRAORDINAIRE**

Conducteurs de 50 mn customisés avec déflecteur angulaire pour une diffusion sonore optimale.

Acoustique développé en Studio pour une performance audio de pointe.

Type de son sélectionnable pour une expérience audio personnalisée.

FONCTIONNE AVEC

XBOX 360® • PLAYSTATION®3 • WII™ & WII U™

PC GAMING & SMARTPHONES* *AVEC CABLE AUDIO INCLUS

120 Rue Jean Jaures
Levallois Perret - 92300 – France
Tél. +33 147 562 033

VISITER NOTRE SITE WEB : WWW.AFTERGLOWGAMING.COM

Blizzard sur PlayStation

C'est dans le contexte de la conférence organisée par Sony Computer pour présenter la PS4 (voir pages 22) que l'on a appris que Blizzard préparait des versions de Diablo 3 à destination des consoles de salon Sony. Des versions en effet car le fameux jeu de rôle/action bien connu des possesseurs de PC et de Mac sera proposé à la fois sur la prochaine PlayStation 4 et sur l'actuelle PS3. L'interface de jeu et la maniabilité devraient être retravaillés dans ces versions pour correspondre au gameplay à la manette. Jouable en solo, le titre devrait proposer de la coopération à quatre en ligne ou en local.

Borderlands 2
Du DLC vraiment physique

Le FPS post-apocalyptique de Gearbox Software accueille – chose rare – un pack de contenu additionnel commercialisé en magasin au prix public conseillé de 30 euros. Cette compilation regroupe une valeur estimée à 40 euros de contenus supplémentaires précédemment sortis sur le Xbox LIVE et sur le PSN, soit Le Capitaine Scarlett et son Butin de Pirate, Le Carnage Sanglant de M. Torgue, un cinquième personnage jouable, le Creature Slaughter Dome, des armes uniques, des têtes et skins additionnelles et une Clé en Or pour obtenir un butin rare. Le Pack Contenu Additionnel Borderlands 2 est d'ores et déjà disponible et exige de posséder le jeu original pour fonctionner.

Meurtres et magie
chez Square Enix

L'éditeur japonais annonce deux nouveaux titres. Tout d'abord Murdered : Soul Suspect, un jeu attendu pour début 2014 sur PC, PS3 et Xbox 360. Une courte bande-annonce a été mise en ligne par l'éditeur, qui promet une enquête plongeant *« les joueurs dans un monde imprégné de mystère, où l'affaire est personnelle et les indices hors de portée »*. Un jeu d'aventure/enquête donc basé sur un univers noir dont il devrait être possible d'en apprendre davantage en menant sa propre enquête sur le site officiel du jeu (www.murdered.com) ainsi que sur ses comptes Facebook et Twitter. Une affaire à suivre de près donc. Plus proche sur le calendrier, **Kingdom Hearts HD 1.5 remix** vient d'être confirmé pour l'Europe pour cet automne. Première apparition de la saga sur PlayStation 3, le titre se présente comme une compilation de Kingdom Hearts Final Mix et Kingdom Hearts Re : Chain of Memories, tous deux initialement sortis sur PS2 mais pas en Europe. Les deux jeux de rôle qui mêlent les univers de Square Enix et ceux de Disney profitent pour l'occasion de graphismes améliorés en HD, d'une jouabilité revue ainsi que de cinématiques HD.

Metro Last Light
la fin du tunnel

Attendu de longue date car notamment repoussé suite à la banqueroute de l'éditeur THQ, Metro : Last Light a enfin une date de sortie confirmée par son nouvel éditeur, Deep Silver. C'est le 17 mai prochain que l'on pourra en effet repartir à l'exploration du réseau sous-terrain moscovite envahi par des mutants post-apocalyptiques. L'univers du jeu met en scène un monde ravagé par une guerre nucléaire en 2034 et repose sur les romans signés Dmitry Glukhovsky (Metro 2033 et 2034) qui a également contribué à l'écriture des dialogues du jeu. Un premier jeu, Metro 2033, était paru chez THQ début 2010. C'est Koch Media qui se chargera de la commercialisation du nouveau jeu en France.

L'ÉVÉNEMENT TRADE EUROPÉEN DU JEU VIDÉO

www.idefexpo.com

IDEF

INTERACTIVE & DIGITAL ENTERTAINMENT FESTIVAL

25·26·27 JUIN 2013

AU PALAIS DES FESTIVALS DE CANNES

L'EQUIPE DU SALON

Stéphanie COLLOT
Directeur du salon
+ 33 (0)1 76 77 16 57
+ 33 (0)6 13 57 26 38
stephanie.collot@comexposium.com

Eva de ROBERTIS
Attachée Commerciale
+ 33(0)1 76 77 11 96
eva.derobertis@comexposium.com

Jeannine MARTINEZ-ETHVIGNOT
Votre contact acheteurs
+ 33 (0)1 76 77 14 48
jeannine.martinez-ethvignot@comexposium.com

Emmanuelle GONIDEC
Responsable Communication
+ 33 (0)1 76 77 15 29
emmanuelle.gonidec@comexposium.com

un événement comexposium
The place to be

S.E.L.L
SYNDICAT DES EDITEURS DE LOGICIELS DE LOISIRS

Sony avance ses pions

C'est à New York, au cœur de l'Amérique du business, que Sony Computer Entertainment (SCE) a levé le 20 février un coin du voile sur sa prochaine console de salon. Sans tout dévoiler, et notamment en gardant le secret sur la forme de la console elle-même, le Japonais a tracé les lignes directrices de la philosophie qui l'anime : « *il ne fallait pas faire la suite, mais reconsidérer comment les joueurs veulent jouer* », selon les termes de Andrew House, le patron de SCE. Le JDLI était dans la salle. Par Sébastien Anxolabéhère.

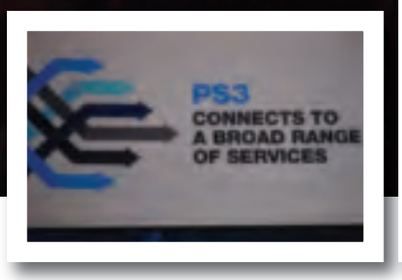
Ce sera donc la PlayStation 4. Finies les spéculations sur le nom de la nouvelle console de Sony, elle s'inscrit dans la lignée de ses prestigieuses ainées. Lors d'une conférence de presse mondiale de deux heures donnée à New York, le Japonais s'est appliqué à en dire suffisamment pour démontrer que la PS4 était bien née, mais a retenu suffisamment d'informations pour continuer à alimenter l'actualité dans les prochains mois. Avec un challenge : montrer que l'on est suffisamment innovant pour être à la hauteur de l'ambition exposée (reconsidérer comment les joueurs veulent jouer), mais aussi respectueux d'une culture PlayStation dans laquelle la nouvelle console s'inscrit. Proposer une machine en rupture qui s'inscrit dans une tradition à laquelle les joueurs sont attachés.
Andrew House l'assure en ouverture de la conférence, la priorité de SCE a été de permettre aux développeurs de s'exprimer le plus librement possible. C'est sans doute la première et plus importante leçon retenue de la carrière de la PS3 : lever au maximum les obstacles technologiques qui ont gêné les développeurs dans leur créativité et qui ont généré des coûts de développement très élevés. Exit donc le processeur Cell conçu avec Toshiba et IBM, bienvenu à deux processeurs, un central, un graphique, fournis par AMD. Ce qui a fait dire à Marc Cerny, ex-Atari, ex-Sega, ex-Universal Studio, et désormais consultant ayant à ce titre participé à l'élaboration de la PS4, qu'elle était désormais la console la plus ouverte du marché. Pour les joueurs, outre une définition d'image d'une qualité jamais atteinte, le gain se situe également au niveau du téléchargement. Plus besoin d'attendre le téléchargement d'un jeu ou de ses mises à jour pour y jouer, tout se passe en tâche de fond, ce qui constitue un gain de temps et évitera certains découragements pour remettre dans sa console un jeu resté quelques semaines dans sa boite par crainte d'être confronté à d'interminables mises à jour. On retrouvera cette idée avec la ludothèque dématérialisée à laquelle accède la PS4, le joueur pouvant commencer sa partie sans que le jeu ait été téléchargé totalement. L'idée défendue par Sony est bien évidemment de rendre sa console le plus « plug and play » possible.
Côté lecteur optique, pas de révolution, la PS4 étant dotée d'un lecteur de Blu-ray.

Social, forcément social

Il paraissait impossible qu'une console de nouvelle génération ne fut pas orientée vers la communication et le partage. La PS4 l'est, et de façon innovante comme l'a confirmé David Perry, le patron de Gaikai, la société spécialisée dans le cloud gaming rachetée par Sony 380 millions de dollars l'an dernier. D'une simple pression sur un bouton de la manette (le bouton « Share », tout nouveau), le joueur peut partager sur un réseau comme Facebook la vidéo des dernières minutes de sa partie, mais surtout, peut diffuser sa partie en direct sur le réseau Ustream. Et, énorme cerise sur le gâteau, il sera possible d'appeler un ami à l'aide dans un jeu pour franchir un passage par exemple. Celui-ci pourra non seulement prodiguer des conseils par chat, mais aussi fournir armes ou points de vie par exemple.

Les éditeurs répondent présents

C'est tellement la condition sine qua non pour la réussite qu'on ne peut s'étonner que SCE puisse annoncer qu'une centaine d'éditeurs et de développeurs travaillent d'ores et déjà sur la sa nouvelle console. Pour sa présentation new-yorkaise, le Japonais avait choisi de faire monter sur scène quelques figures emblématiques du secteur, dont les Français Yves Guillemot et David Cage. Les deux se sont déclarés très séduit, le patron d'Ubisoft affirmant même que la PS4 ferait venir de nouveaux consommateurs au jeu vidéo.



La PS Vita trouve sa place

Sans surprise, la PS4 permettra de jouer sur d'autres écrans que celui auquel elle est connectée, c'est-à-dire dans la majorité des cas, le téléviseur du salon. Et bien sûr la PS Vita, la console portable de Sony qui tarde à rencontrer son public, est aux avant-postes de cette stratégie. Comment ? Tout simplement en streaming depuis la console, mais sur l'écran de la Vita, via le WiFi. Sans être révolutionnaire, cette fonctionnalité (à l'image de ce que propose la Wii U de Nintendo), qui ne fait plus dépendre la console du téléviseur est un atout sur lequel SCE compte bien capitaliser. SCE annonce d'ailleurs que la plupart de ses futurs jeux seront optimisés pour cette fonction. De plus, les devices sous Android ou iOS, qu'il s'agisse de téléphones ou de tablettes, pourront également servir de « second screens » via l'application « PlayStation App », pour fournir des compléments d'informations ou découvrir de nouveaux jeux. On s'approche là davantage de ce que Microsoft propose avec le concept « smart glass ».

« Technologique, sociale, personnalisable, simple et rapide : voilà la PlayStation 4. »

Interview

Philippe Cardon, Directeur général de SCE France & Benelux

JDLI : SCE a décidé de dégainer le premier en révélant une partie des informations sur sa prochaine console de salon. Pourquoi ?

Philippe Cardon : Sony a décidé de présenter aujourd'hui sa vision, sa philosophie de ce que doit proposer une console de jeux dans les années à venir et comment elle doit s'intégrer au mode de vie des joueurs. La PlayStation 3 est sortie il y a maintenant sept ans, et le travail sur la PlayStation 4 a débuté il y a cinq ans. Depuis cette époque, l'environnement technologique, économique, les habitudes de consommation ont évolué. Sony a su prendre toutes ces évolutions en compte et même les anticiper pour proposer une solution totalement en adéquation avec la culture d'aujourd'hui. Nous avons fait le choix de présenter cette nouvelle console par étape. D'autres rendez-vous viendront vite. E3 par exemple, c'est déjà demain.

Pourquoi avoir choisi cette méthode de communication ? Pourquoi n'a-t-on pas vu la PS4 physiquement ?

Nous avons voulu montrer ce que les joueurs étaient en droit d'attendre de la nouvelle génération de console vue par PlayStation. De ce point de vue nous avons clairement montré en quoi la PS4 est une révolution, en quoi elle est résolument orientée vers les joueurs et leurs façons d'utiliser les réseaux sociaux, les tablettes, les smartphones, et à quel point la communauté des développeurs soutient massivement cette nouvelle technologie. Mais n'ayez pas d'inquiétude sur la console elle-même, Sony a souvent démontrer que la beauté du design faisait partie intégrante de sa culture d'entreprise, de son ADN.

Nous sommes ici à New York, une ville-symbole de l'Amérique. Faut-il y voir un signe de la part de SCE qui est distancée sur le continent nord-américain par son concurrent Microsoft ?

Il est vrai que pour un événement d'importance comme celui qui révèle l'existence de la PS4, le choix du lieu n'est pas laissé au hasard. New York est de loin la ville aux US et dans le monde qui permet de toucher le plus grand nombre de media locaux et internationaux. Une société comme la nôtre a besoin de tous les territoires pout amortir ses investissements. Le marché du jeu vidéo est un marché globalisé, et

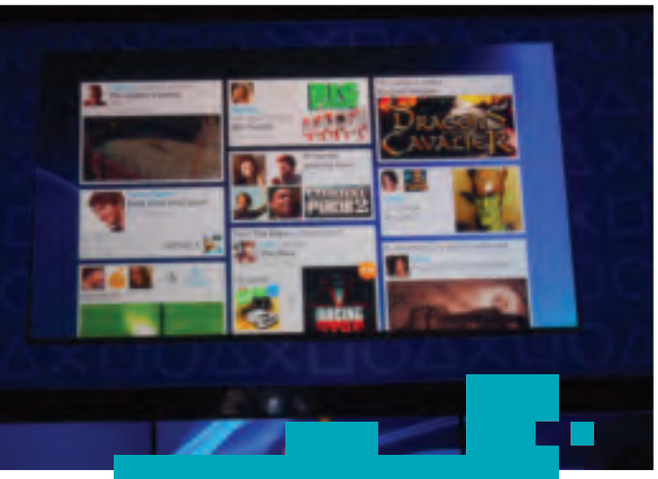
LES MEILLEURS JEUX D'AVENTURES & OBJETS CACHÉS

En exclusivité chez Just For Games

© 2013 Big Fish Games, Inc. Big Fish, le logo Big Fish, le logo Hidden Expedition, le logo Mystery Case Files, Hidden Expedition: L'Archipel Fantôme, Hidden Expedition: Titanic, Mystery Case Files: Ravenhearst, Mystery Case Files: Prime Suspects, et Mystery Case Files: Terreur à Ravenhearst sont des marques commerciales de Big Fish Games, Inc. utilisées avec autorisation. Toutes les autres marques commerciales appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

Gaikai comme ludothèque

Mais là où l'acquisition de Gaikai prend tout son sens, c'est dans la possibilité de tester gratuitement (via le PSN évidemment) et sans téléchargement les jeux avant de se décider à les acheter. Pour l'instant Sony ne précise pas le nombre de niveaux qui seront ainsi offerts. Autre proposition forte via le cloud : l'accès à la ludothèque de 3000 jeux PS3. Des jeux PS2 ou PS1 pourraient aussi être concernés pour le plus grand plaisir des nostalgiques. En effet, la PS4 n'étant pas compatible avec les jeux des anciennes PlayStation du fait de son architecture technologique, elle pourra les proposer en cloud, car rappelons-le, le calcul est alors déporté sur des serveurs « dans le nuage ». Pour l'instant rien n'est dit sur le coût d'acquisition pour les joueurs, ni même si le consommateur qui fournira la preuve qu'il possède un jeu PS3 (via le PSN ?) bénéficiera d'offres alléchantes pour le retrouver en cloud sur



Interview

Suite de l'interview avec Philippe Cardon

pour Sony, il n'y a pas de territoires moins privilégiés par rapport à d'autres. Pour information la conférence diffusée en live streaming sur le web a été suivi par 3,5 millions de personnes ce soir et Google vient d'appeler notre Président pour le féliciter. En effet le mot PS4 est le mot le plus rechercher sur leur moteur dans le monde aujourd'hui.

Si vous deviez résumer le message adressé hier en conférence de presse…
Le message est limpide : la PS4 intègre les évolutions technologiques les plus avancées qui permettent de développer des jeux toujours plus impressionnants et immersifs, et elle fait totalement sienne la dimension sociale qui rassemble les joueurs autour de leur passion en permettant d'échanger immédiatement et simplement. Technologique, sociale, personnalisable, simple et rapide, voilà la PS4.

Les consoles sont devenues des Media Center performants. C'est un aspect peu mis en avant. Pourquoi ?
Un peu de patience. On sait bien qu'à trop multiplier les informations, on dilue l'essentiel. Aujourd'hui nous voulons démontrer que la PS4 est en mesure de combler toutes les attentes d'un joueur. Mettre en avant ses autres avantages viendra dans un prochain temps.

La grande nouveauté, c'est le service de cloud gaming intégré avec Gaikai. Quelle place cela aura-t-il dans l'avenir ?
Le cloud gaming est un axe de développement très fort de tout le marché du jeu vidéo. SCE se doit d'être en pointe sur ce type de service. Proposer grâce au cloud une ludothèque de plusieurs milliers de jeux qui ont déjà fait leurs preuves sur les précédentes PlayStation ou permettre aux joueurs de

rester connecté à leur jeu sur un autre écran, voilà deux services très innovants que Sony met à disposition. A l'instant présent, nous avons révélé que la PS Vita sera en mesure de permettre de jouer en streaming à un jeu PS4, et que les devices iOS et Android pourront servir de deuxième écran pour apporter des informations complémentaires. Mais à termes, sans doute permettront-ils encore davantage. C'est aussi aux développeurs de s'exprimer.

Quel est le message que vous allez maintenant transmettre aux revendeurs ? La date de commercialisation pour l'Europe n'est pas annoncée…
Nous allons leur dire, comme à la presse et donc aux joueurs, que la PS4 sortira dès les fêtes de fin d'année dans le cadre d'un déploiement progressif… Evidemment le retail reste au centre de notre stratégie de commercialisation, mais il est encore un peu tôt pour en parler précisément.

Certains sujets comme la reconnaissance vocale, ou la reconnaissance de mouvements n'ont pas été abordés. Que sait-on à ce sujet ?
Il reste encore beaucoup d'informations à dévoiler sur la PS4 et son environnement ! A propos de la reconnaissance de mouvement le jeu développé par Media Molecule montré lors de la conférence utilise le PlayStation Move de façon très innovante! Le nouveau PlayStation 4 Eye est doté de deux optiques grand angle et d'un micro à quatre voies qui permet de localiser très précisément les sons et leur source dans l'espace. Plus de précisions à venir !

Finalement, la PlayStation 4, une évolution ou une révolution ?
Sony a intégré toutes les évolutions, non seulement technologiques, mais aussi comportementales et quasiment sociétales de ces dernières années, avec l'hyper-connexion des individus, le développement des réseaux sociaux, la demande de simplicité dans l'utilisation… A l'arrivée, oui, la PlayStation 4 est une révolution !

PS4, les caractéristiques

Processeur :
- Partie graphique intégrée
- CPU x86-64 AMD Jaguar, 8 cœurs
- GPU 1,84 Tflops, AMD nouvelle génération basée sur le moteur graphique Radeon

Mémoire :
- GDDR5 8 Go

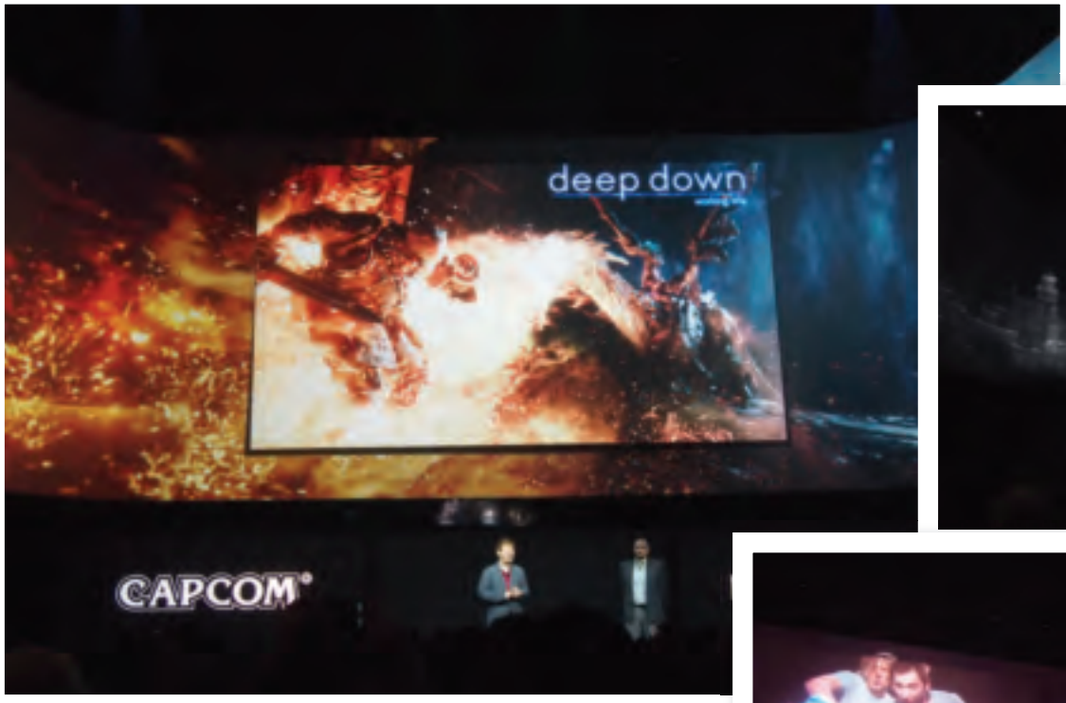
Disque Dur :
- Intégré

Lecteur optique :
- Blu-ray
- DVD

Entrées - sorties :
- USB 3.0, Aux

Connexions réseaux et sans fil :
- Ethernet 100 Mbits
- WiFi n
- Bluetooth 2.1

Sortie audio-vidéo :
- Analogique
- Sortie audio numérique



Proposer une machine en rupture qui s'inscrit dans une tradition à laquelle les joueurs sont attachés.

sa PS4. Tout comme sa grande sœur la PS3, et probablement en mieux, la PS4 proposera des services de musique et de vidéo, mais cette fois-ci basés sur les services de Gaikai, donc en cloud et non plus en téléchargement. Ces fonctions, et peut-être d'autres, qui donneront à la PS4 toute sa dimension de centre névralgique des loisirs numériques du foyer ne devraient cependant pas être au centre de la stratégie de communication de Sony dans un premier temps. Car on le sait, trop de message tuent le message. Et celui-ci est d'abord et surtout que cette console est la meilleure, la plus aboutie des consoles de jeux jamais proposée. Et pour cela, une seule manière existe : montrer et proposer des jeux plus aboutis, plus immersifs que cela n'a jamais été fait. Lors de sa conférence new-yorkaise, Sony s'est donc attaché à donner la parole (et l'image !) à quelques-uns des développeurs les plus emblématiques de l'époque.
Se sont donc succédés sur la scène quelques-unes des stars du jeu vidéo, vantant tous les qualités de la machine et le bond en avant qu'elle permet. Et reconnaissons-le, les images sont généralement convaincantes, car la qualité graphique semble à la hauteur des espoirs.

Des offres dynamiques

La PS4 se met également à l'information « intelligente ». En se basant sur les goûts du joueur, mais aussi sur les recommandations que pourront lui faire ses amis, la console lui fera des suggestions en termes de jeux, de films ou d'émission télé. Et à terme, le but de Sony est de devancer les désirs du consommateur en lui permettant d'accéder immédiatement aux contenus qu'il souhaite, sans avoir à pâtir du temps habituel de téléchargement. Autrement dit, Sony prétend pouvoir anticiper les envies d'un consommateur pour lui offrir un accès immédiat au bien dématérialisé convoité.

Suite de l'article

Questions à

« Toute la dimension services autour des jeux va fortement être amenée à se développer. »

Damien Moret,
Brand development Director chez Ubisoft

Après avoir créé l'événement sur l'E3 2012 en dévoilant la franchise inédite Watch Dogs, Ubisoft mettait à nouveau le titre en avant autour de l'annonce de la PS4. Fidèle à sa stratégie visant à être présent très tôt au lancement d'une nouvelle console, l'éditeur semble particulièrement investi sur la question de la prochaine génération de consoles. Damien Moret, en charge du développement des marques, nous en dit plus.

JDLI : Que va changer la prochaine génération de consoles ?
Damien Moret : Elle va notamment définir de nouvelles relations avec les joueurs via des écosystèmes qui vont de plus en plus s'ouvrir. Avant, les consoles étaient relativement fermées et cette génération va les voir s'ouvrir tant vers l'extérieur (réseaux sociaux) qu'au sein des jeux eux-mêmes. Si le jeu en solo et en multijoueurs étaient jusqu'ici des pratiques bien distinctes, cette séparation deviendra de plus en plus poreuse, sachant qu'un joueur pourra par exemple se joindre à la partie d'un autre à un moment donné pour l'aider, l'accompagner avant éventuellement de ressortir de la partie lorsqu'il le désire. Toute cette dimension sociale et communautaire va vraiment être au cœur de ce que va apporter cette nouvelle génération de consoles. C'est une évolution très importante dans l'usage du jeu vidéo qui s'annonce, même si elle sera certainement moins voyante ou « tape à l'œil » que les précédentes transitions.

Dans quelle mesure cela va-t-il impacter sur la manière de concevoir les jeux ?
Si les budgets et temps de développement vont être amenés à augmenter logiquement comme à chaque passage à une nouvelle génération de machines, ce sera un gap probablement moins important que ce que l'on a pu connaître notamment à la précédente transition. C'est par exemple la première fois que les tout premiers jeux next-gen présentés reposent sur des outils et moteurs déjà connus et bien maîtrisés comme Unreal Engine, Havok… C'est en revanche toute la dimension « services » autour des jeux qui va fortement être amenée à se développer.

Quels types de services ?
Avant, le travail des développeurs se finissait pour une grande part au moment du passage du jeu en version Gold lorsqu'il partait en duplication, alors que l'on ira beaucoup plus loin après avec la prochaine génération. Avec l'aspect plus connecté et social des consoles, on peut imaginer par exemple la tenue d'événements spéciaux autour d'un jeu à des moments donnés, une mise en relation plus fine des joueurs entre eux, un système permettant à un joueur néophyte de se faire épauler dans sa partie par un autre plus aguerri… La manière dont les communautés sont gérées sur PC, la dimension sociale des MMO ou du e-sport sont autant de domaines dont on devra s'inspirer. Les consoliers vont bien sûr proposer des infrastructures pour cela via leurs nouvelles machines et environnements en ligne, mais il y aura un important travail des éditeurs à faire pour inscrire leurs jeux sur la durée et renforcer la dimension communautaire.

Cette nouvelle génération de développement pourrait-elle créer de nouveaux types de métiers ?
Très probablement. Toute la dimension « community management » va être amenée à se développer, à l'image de l'ensemble des métiers de ce que l'on appelle le « design social » en général.

Selon vous, quels sont les principaux défis qui attendent l'industrie avec cette génération ?
C'est simple, on n'a jamais eu autant de consoles et machines de jeu sorties ou à venir simultanément ! Pour les éditeurs, cela va être synonyme de choix à faire en ce qui concerne les plates-formes mais aussi en termes de propositions à faire aux consommateurs. D'autant que les consoles ne sont plus du tout seules et que l'on doit aussi réfléchir aujourd'hui en termes de mobilité, d'adaptabilité des concepts de jeux et des franchises en direction d'autres supports. Les univers créés par les licences et franchises de jeu vidéo vont devoir avoir la capacité à s'étendre sous différentes formes pour se distinguer, se différencier mais sous des déclinaisons chaque fois adaptées aux spécificités de l'IP. On peut citer l'exemple de l'application Auto Dance pour iOS et Android qui n'est pas directement reliée au jeu Just Dance mais s'inscrit dans son univers. L'un des défis pour les éditeurs va être d'aller encore plus loin dans ce sens. Encore une fois, ce qu'il se passe par exemple dans l'univers du PC, des smartphones et tablettes mais aussi sur les marchés asiatiques très connectés doit être observé de près.

MedPi 2013

DU 14 AU 17 MAI 2013
GRIMALDI FORUM MONACO

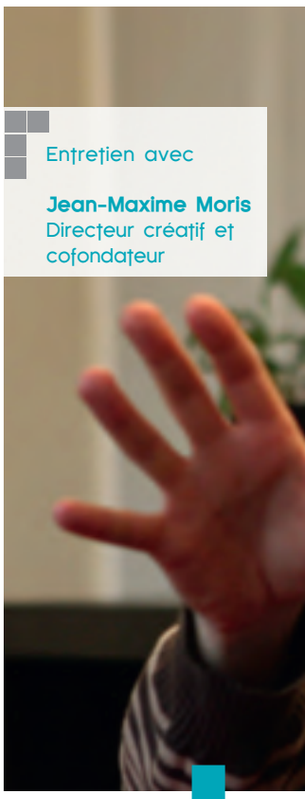
Reed Expositions

NOUS CONTACTER : 01 47 56 65 09

www.medpi.com

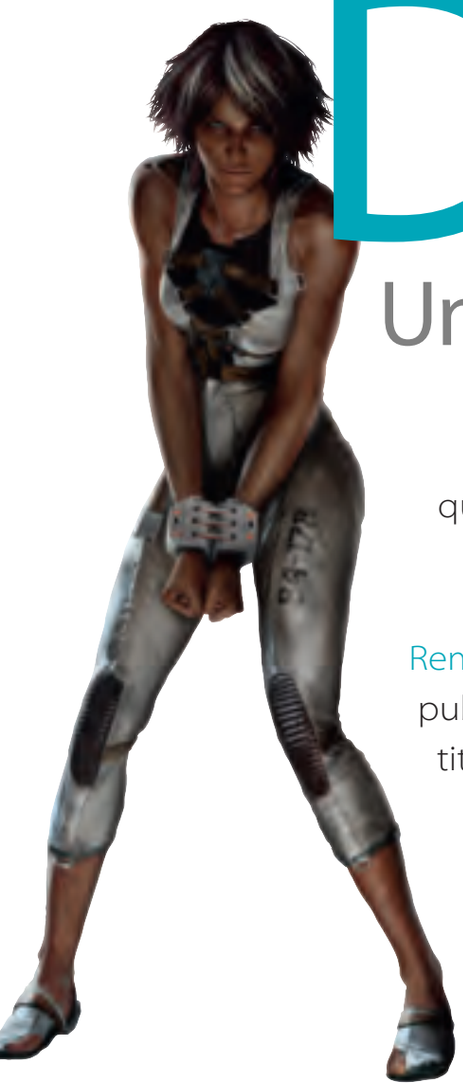
Entretien avec

Oskar Guilbert
CEO et cofondateur



Entretien avec

Jean-Maxime Moris
Directeur créatif et cofondateur



Dontnod

Une autre idée de la french touch

Sortir un premier jeu aux ambitions AAA quand on est un tout jeune studio français, c'est plutôt osé. C'est pourtant ce que préparent les Parisiens de Dontnod avec Remember Me, qui aura la particularité d'être publié début juin par Capcom lui-même. Un titre qui est cependant loin d'être signé par une équipe de néophytes, comme nous l'expliquent Oskar Guilbert, CEO et Jean-Maxime Moris, Directeur créatif et co-fondateur. Par Patrick Hellio

Comment est né le studio Dontnod ?
Oskar Guilbert : Avec Jean-Maxime et trois autres associés, nous l'avons fondé mi-2008. Nous nous sommes rencontrés tous deux alors que nous travaillions chez Ubisoft et je connaissais Hervé Bonin, notre Directeur de Production, de l'époque où je travaillais pour Criterion et le middleware RenderWare. Aleksi Briclot, un illustrateur reconnu dans le monde entier et l'auteur de science-fiction Alain Damasio ont également fait partie de l'aventure. Nous avions depuis longtemps l'envie de créer une société ensemble pour développer en toute liberté un projet auquel nous réfléchissions depuis un moment… en nous réunissant une fois par semaine ! Après avoir travaillé pour plusieurs d'entre nous dans des très grandes structures, nous avions la volonté de bâtir un studio à échelle humaine en étant décisionnaires et totalement responsables de ce qui serait produit. D'entrée, nous avions l'ambition de créer un jeu AAA, synonyme d'un budget conséquent dans le cadre d'un studio indépendant. Ce fut au final

Fiche d'identité

Nom : Dontnod Entertainment
Nombre de salariés : 75 personnes
Site web : www.dont-nod.com
Jeux : Remember Me (7 juin sur PC, PS3, X360)
Projets : Remember Me 2
Deux autres projets encore secrets

un parti pris payant car cela nous a permis de nous démarquer des autres projets indépendants, visant rarement ce niveau de production.

Le fait de réunir des personnes expérimentées doit être un « plus » pour lancer un nouveau studio ?
OG : Nous n'avons en effet quasiment que des gens expérimentés en interne qui connaissent bien l'industrie du jeu vidéo mais aussi quelques jeunes qui apportent leur talent et leur entrain ! Nous avons en fait constitué une « core team » au sein du studio d'une vingtaine de personnes très expérimentées, aux différents postes clés.

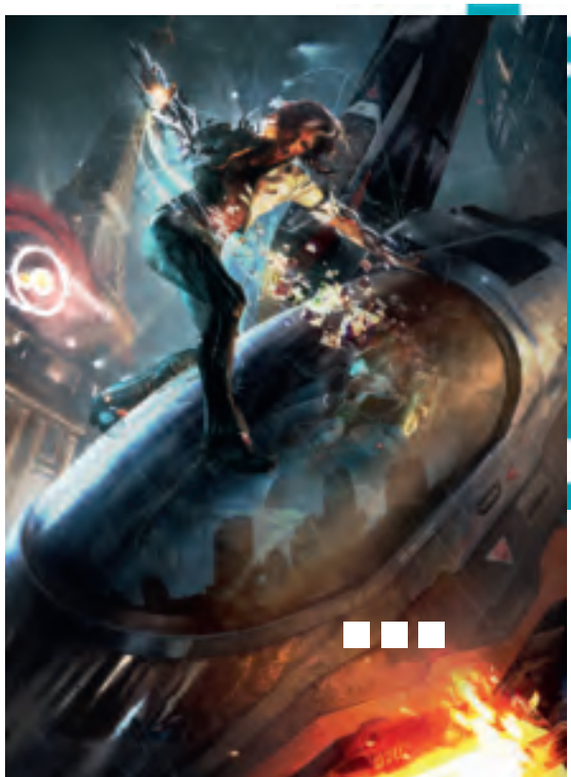
Comment s'est déroulé le financement du projet ?
OG : Nous avons eu tout d'abord, en 2008 l'aide du Ministère de la Recherche via un concours de l'innovation qui récompense chaque année des entreprises innovantes. Il s'agissait en l'occurrence d'une reconnaissance pour notre technologie Fluidz, une simulation de fluides en temps réel sur consoles. Mon background personnel est en effet scientifique puisque j'ai fait un doctorat en informatique graphique avant de rejoindre l'industrie du jeu vidéo où j'ai travaillé sur les moteurs via Renderware notamment.
Jean-Maxime Moris : Le développement de cette technologie et d'un premier concept de jeu se faisaient alors en effet en parallèle. Nous savions que cette technologie était un des points forts du studio et nous réfléchissions à la manière de l'implémenter dans nos concepts de gameplay. Toutes ces réflexions nous ont amenés à la thématique du souvenir que l'on retrouve à une place centrale dans Remember Me.

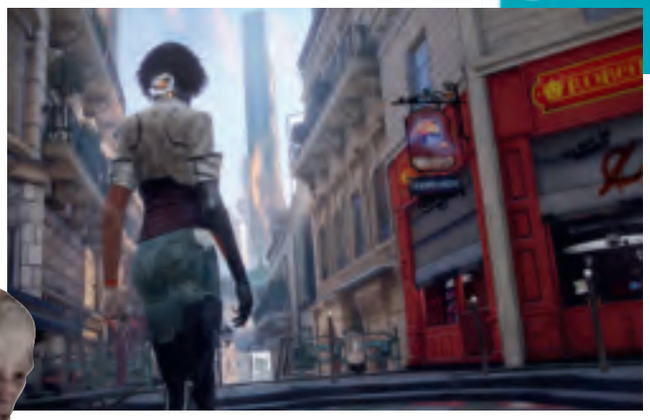
OG : Le fait de remporter le concours de l'innovation a été un déclic pour convaincre ensuite des investisseurs. Deux business angels nous ont soutenus, nous permettant de faire progresser les effectifs du studio et nous donner les moyens de réaliser le jeu que nous avions en tête.

Avez-vous profité du crédit d'impôts pour ce développement ?
OG : Le crédit d'impôts nous a été alloué par le CNC sur notre premier projet, Adrift, qui date de l'époque où nous travaillions avec Sony Computer pour un titre exclusif à la PlayStation 3. Un projet dont nous avons tiré de nombreux enseignements au moment de basculer vers le projet Remember Me, qui a finalement été signé avec Capcom pour une sortie multiplates-formes.

Estimez-vous les aides apportées en France aux développeurs suffisantes ?
OG : Le crédit d'impôts jeux vidéo a été très important pour nous, au même titre que celui alloué à la recherche ou encore que le statut de jeune entreprise innovante. C'est fondamental pour convaincre des investisseurs étrangers de l'existence d'avantages fiscaux liés à notre statut de jeune société en France. Ces avantages décroissent certes avec le temps mais certains subsistent comme la possibilité pour un investisseur qui souhaiterait revendre ses parts de le faire sans être imposé de manière trop importante. Ce sont des avantages qui sont primordiaux pour des structures comme la nôtre qui souhaitent s'installer en France. Au moment de fonder le studio, nous avons étudié la possibilité de nous installer à Paris ou bien au Canada en calculant les avantages que nous proposaient chacun. Le Canada était légèrement plus avantageux pour une structure de notre taille mais pas assez pour nous motiver à déménager… même si au Canada, les aides ont la particularité d'être immédiates. La situation est bien sûr différente pour les plus grandes structures. Savoir exactement et rapidement comment se profile un projet est un « plus » non négligeable pour un éventuel investisseur… En France, il y aurait je pense besoin d'assouplir, de rendre plus rapides les modalités et démarches pour demander une aide à la création car une personne a dû s'occuper à temps plein de cela, à l'époque chez nous !

Comment avez-vous convaincu un éditeur comme Capcom de signer Remember Me ?
OG : La manière dont on présente son projet, dont on le « pitch » à un éditeur est vraiment importante, il est primordial de donner envie à son interlocuteur d'en savoir plus sur son jeu. Nous avons beaucoup travaillé sur la manière de présenter notre travail et si l'on devait donner un conseil aux jeunes studios en quête d'éditeur, ce serait justement de bien soigner la présentation de son projet. C'est fondamental. D'emblée, nous avons proposé un projet complet et cohérent avec son gameplay, sa techno mais aussi un positionnement marketing bien identifié. Le concept même de Remember Me et de la manipulation des souvenirs le rend assez original.
JMM : A l'origine, j'ai travaillé dans le marketing dans





l'industrie. Très souvent, on observe des animosités entre les équipes de développement et du marketing chez les éditeurs dues à une mauvaise communication et à une incompréhension mutuelle. Le marketing finit parfois par trop influencer le produit final ou à l'inverse certaines campagnes de promotion peuvent être déconnectées du produit final… En tant que studio indépendant, nous avons eu la chance de pouvoir intégrer cela en amont et de concevoir un projet complètement cohérent. Etre seuls à une époque, sans éditeur avec nous, était loin d'être facile mais cela nous a forcés à être tellement sûrs de nous et confiants en notre projet… Pour l'anecdote, le pitch de la toute première présentation que nous avions préparée pour des éditeurs était « Remix Memories change the world » (le remix des souvenirs change le monde) et c'est exactement la formule que l'on retrouve au dos de la boîte finale du jeu ! Nous avons par ailleurs une « plus-value » ici en termes de productions d'assets par exemple, qui signifie que nous avons pu quasiment livrer un produits « clés en main » à l'éditeur. Les screenshots, artworks, vidéos sont produits ici, même si le montage des trailers par exemple est confié à une structure spécialisée.

« La manière dont on présente son projet, dont on le « pitch » à un éditeur est importante, il est primordial de donner envie à son interlocuteur d'en savoir plus sur son jeu. »

Quel regard portez-vous sur la scène des développeurs français ?
OG : Avec des titres comme Dishonored, Heavy Rain ou les jeux français d'Ubisoft, on peut dire que la « french touch » existe et qu'elle est capable de rencontrer un vrai succès mondial. Je pense que la particularité des jeux de Quantic Dream et d'Arkane Studio par exemple est de reposer sur de belles réalisations bien sûr, mais aussi de proposer quelque chose d'innovant, un regard particulier et plutôt intelligent sur le jeu vidéo. Les talents sont toujours là en France mais il faut aussi des gens capables de vendre les projets, de synthétiser tout le concept d'un titre pour aller voir un éditeur et lui vendre en quelques minutes le titre sur lequel on travaille. L'état de l'industrie est en revanche plutôt inquiétant, quand on comptabilise les studios qui ont fermé ces dernières années.
JMM : Le terme de « French touch » a été assez galvaudé et il est vrai qu'à nos débuts, nous devions aller contre cette réputation pas toujours positive que les développeurs français peuvent avoir à l'étranger. L'image de créateurs de jeux beaux mais pas forcément intéressants. Aujourd'hui, nous avons plutôt envie de promouvoir le savoir-faire français et la capacité qu'ont nos studios de créer des jeux capables de se vendre dans le monde entier. Les titres évoqués par Oskar et le fait que nous ayons signé avec Capcom, qui va publier Remember Me dans le monde entier est, je crois un signe positif dans ce sens.

Quel est le budget de production de Remember Me ?
OG : C'est un budget qui se place dans la moyenne des productions de ce type aujourd'hui, soit dans une fourchette d'environ une vingtaine de millions d'euros.

Combien de personnes ont travaillé sur le jeu ?
JMM : Au pic de la production il y a quelques mois, nous avons pu monter jusqu'à 100 personnes travaillant ici. Notre taille moyenne se situe davantage autour de 75 employés environ.

Comment collaborez-vous avec Capcom ?
JMM : Un Producer anglais basé à Londres travaille avec nous et a suivi le développement. Un producer japonais nous suit également, Yoshinori Ono, qui n'est

Remember Me, la mémoire en jeu

Remember Me se présente comme un jeu d'action/aventure à la troisième personne dans lequel le joueur incarne Nilin, une ancienne chasseuse de mémoire qui s'échappe de prison où elle a souffert d'un lavage de cerveau. A la recherche de son identité, elle va affronter notamment son ancien employeur, Memorise, dans le Paris futuriste de 2084. *« C'est un jeu avec plusieurs niveaux d'entrées, pour différents publics »*, précise Oskar Guilbert. *« Le jeu est composé à 50% de scènes d'action puisqu'on va y trouver des combats, des poursuites, de l'escalade… L'autre moitié du jeu repose sur une composante aventure avec de l'exploration et la mécanique du Memory remix, ces séquences au cours desquelles il s'agit d'explorer et modifier les souvenirs d'un personnage. . Enfin, un troisième niveau se situe dans la réflexion sur la société de contrôle, sur les réseaux sociaux. Ce n'est pas un hasard si l'action du jeu prend place un siècle après les événements du roman de George Orwell ».* Le jeu sera publié sur PC, PS3 et Xbox 360 le 7 juin.

autre que le producteur de Street Fighter 4 chez Capcom. Il apporte un regard un peu différent sur le jeu et a été de bon conseil bien sûr en ce qui concerne le système de combat. Nous nous entretenons aussi régulièrement avec les product managers chez Capcom qui sont en charge du titre.

Avec le recul, quels ont été les principaux défis auxquels vous avez dû faire face avec ce titre ?
OG : Il y en a eu plusieurs ! Le premier a été le financement bien entendu car il fallait vendre un premier projet à gros budget. Nous avions signé la pré-production du projet Adrift avec Sony en 2010, qui a quelque temps après décidé de réduire le nombre de ses financements de projets dans le monde… dont le nôtre. Il nous a alors fallu créer un nouveau projet et chercher un nouvel éditeur.
JMM : Sur le plan du game design, nous avons dû relever deux principaux défis. Avec tout d'abord la création du « Memory Remix » qui consiste à explorer un souvenir et à le modifier via une séquence de jeu spécifique. Cela nous a demandé beaucoup de travail pour trouver la bonne formule, le gameplay qui corresponde le mieux. Ensuite, le « combo lab » est ce système de gestion de combos lors des combats qui nous a pris pas mal de temps également. Nous ne voulions avant tout permettre au joueur de customiser les effets qu'il donne aux coups

Lancer un nouveau titre sur une génération de consoles vieillissantes, est-ce un avantage ?
OG : Oui, car le parc installé de consoles est alors optimal. On a par ailleurs beaucoup moins de créations de nouvelles propriétés intellectuelles sur une fin de génération de consoles, ce qui devrait permettre à Remember Me de se distinguer en juin prochain.

Que vous inspire la prochaine génération de consoles ?
JMM : C'est une bonne chose que la surenchère technologique ne soit visiblement plus aussi importante qu'aux précédentes transitions de machines. Le fait que ce soit plutôt la philosophie même des consoles qui change ouvre de nombreuses possibilités, en particulier dans l'aspect complètement connecté et social de ces prochaines consoles de salon. Nous avons en particulier un concept de jeu en préproduction qui s'inscrit complètement dans cette tendance et cela nous a rassurés de constater que les annonces de Sony concernant la PS4 rejoignaient assez bien la manière dont nous envisagions nous-mêmes les nouvelles interactions à développer via la Next Gen. On jouera toujours avec une manette de

jeu mais l'expérience du jeu s'étendra sous d'autres formes…
OG : Je pense que l'on va pouvoir continuer à produire des projets à taille humaine sur cette prochaine génération de consoles et que l'on retrouvera probablement toutes les échelles de production dessus. Il sera en revanche très important de jouer au maximum la carte de la connectivité et de mener toute une réflexion sur les interactions entre le joueur et son jeu, sur les émotions que l'on souhaite créer…
JMM : L'une des tendances des prochaines années va être l'arrivée du PC dans le salon sous différentes formes. Et pour survivre, les consoles vont devoir se focaliser sur ce qu'elles ont de particulier, sur ce qu'elles savent faire de mieux et cela consiste plus en une certaine idée de l'ergonomie, de la simplicité d'usage et de la convivialité qu'en une course aux meilleurs graphismes.

Quels sont vos prochains projets ?
OG : Nous sommes actuellement en discussions avec notre éditeur au sujet d'une possible suite à donner à Remember Me. Deux autres projets sont à l'étude chez nous, basés également sur des propriétés intellectuelles inédites. Nous sommes assez intéressés par ce que fait le studio indépendant Telltale Games (The Walking Dead) dans le domaine du jeu par épisodes par exemple, ce qui pourrait constituer une piste intéressante à suivre. Mais nous n'en dirons pas plus pour le moment !

Archos
Résolution en solde

Archos dévoile sa gamme Platinum qui rassemble trois tablettes au format 8, 9,7 et 11,6 pouces. Très fines, elles sont dotées d'un écran capacitif IPS et d'un processeur quadri-cœur cadencé à 1,2 GHz, le tout fonctionnant sous Android 4.1. L'Archos 80 Platinum sera disponible dès fin février au prix de 199 €. L'Archos 97 Platinum HD embarque un écran d'une résolution de 2048 x 1536 comparable à celle de l'iPad 4 et sera disponible au même moment à 269 €. Enfin, l'Archos 116 Platinum dotée d'un écran Full-HD sera disponible dans le courant du mois d'avril au prix de 349 €.

Google
Super HD

Google renforce sa présence dans le domaine de l'ordinateur portable avec le Chromebook Pixel qui dispose d'un écran 13 pouces tactile à la résolution très élevée de 2560 x 1700 pixels. Doté du système d'exploitation maison Chrome OS, les composants ne sont pas en reste avec un processeur Intel Core i5 et 32 Go de stockage en SSD. Google met également 1 To de capacité Cloud à disposition des utilisateurs du Chromebook Pixel. Si l'OS est désormais utilisable sans être connecté, il demeure limité dans ses possibilités. Pour l'instant, le Chromebbok Pixel n'est annoncé qu'aux Etats-Unis au prix très élevé de 1299 dollars.

Mio Vélo WiFi

Suite au succès des gammes Cyclo 300 et 100 en 2012, Mio présente un nouveau système de navigation léger, compatible WiFi et équipé d'un écran tactile antireflet de trois pouces. La gamme Mio Cyclo 500 est conçue pour les cyclistes sportifs. Le GPS ne pèse que 129 grammes et dispose des cartes Europe préchargées. Le WiFi permet de se connecter à un compte en ligne MioShare pour synchroniser les données avant de prendre la route et sans l'aide d'un PC. Il suffit simplement d'activer la touche WiFi sync. Chaque parcours que l'utilisateur veut sauvegarder après sa session peut être transféré vers son compte MioShare par cette même touche. La gamme se décline en deux versions : le Mio Cyclo 505 et le 505 HC livré avec des capteurs de fréquence cardiaque et de cadence. Ils seront disponibles début avril respectivement à 419 € et à 469 €.

Nikon D7100
Sans filtre

Le D7100 est le nouveau reflex amateur expert de la marque. Sa principal innovation réside dans l'absence d'un filtre passe-bas ce que permet la dernière génération de capteurs sans dégradation de l'image par l'effet de moiré. Car si le filtre permet de limiter ces effets, il a également un impact sur la netteté et le piqué des clichés. Le supprimer améliore donc la qualité de l'image. Nikon précise également que le D7100 bénéficie d'une protection contre la poussière, les chocs et les intempéries, idéal pour les baroudeurs. Pour le reste, l'appareil est doté d'un capteur au format DX de 24,1 Mpixels associé au processeur d'image Expeed 3 et profite d'un nouveau système autofocus à 51 points avec 15 collimateurs en croix. L'écran LCD a été revu avec une diagonale de 3,2 pouces et une résolution de 1,2 Mpixels. Enfin, le D7100 est capable d'enregistrer des vidéos en Full-HD à 60 images par seconde. Le Nikon D7100 sera disponible le 21 mars au prix de 1 149 € (nu) ou 1 349 € avec le zoom 18-105 mm f/4,5-5,6.

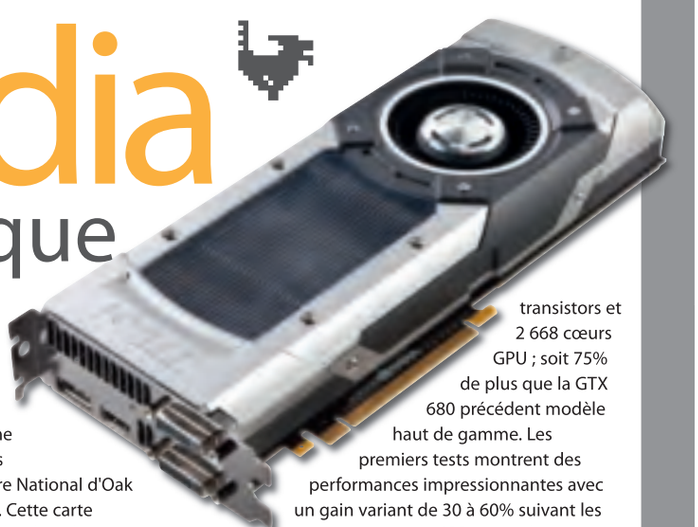
Urban Factory
L'universalité

Urban Factory propose un étui destiné aux tablettes d'une diagonale de sept à huit pouces. L'iInfinite Universal Rotative Folio porte bien son nom car c'est justement sa compatibilité avec toutes les tablettes à cette taille qui le caractérise. L'étui convient tout autant à l'iPad mini qu'aux tablettes nomades sous Android grâce à un maintien assuré par des élastiques dans chaque coin. Par ailleurs, l'étui peut se métamorphoser en support de visionnage et son système rotatif permet d'orienter la tablette en mode portrait ou paysage. L'Infinite Universal Rotative Folio est constitué d'une matière en simili nubuck qui offre un effet peau de pêche et permet également de protéger l'écran. L'étui est disponible au prix de 39 €.

Sony Un reflex, un hybride

Pour ce printemps, Sony renouvelle en partie ses gammes avec notamment l'annonce d'un reflex et d'un compact à objectif interchangeable. L'Alpha 58 remplace ses prédécesseurs 37 et 57. Par l'adoption d'un miroir fixe translucide, il permet au capteur CMOS (format APS-C de 20 Mpixels) et à l'autofocus d'être exposés en permanence. Le viseur évolue de manière importante avec la technologie OLED et une résolution de 1,4 Mpixels qui permet une couverture de 100%. L'écran LCD de trois pouces est articulé sur son axe horizontal pour permettre des prises de vues à bout de bras. L'Alpha 58 sera disponible courant avril en kit avec le zoom 18-55 mm f/3.5-5.6 au prix de **749 €** ou à **549 €** pour le boîtier nu. Sony confirme aussi l'arrivée de deux optiques, une focale fixe 50 mm f/1.4 siglée Karl Zeiss (**1500 €**), et un télé-zoom 70-400 mm f/4-5.6 (**2200 €**). Le NEX-3N sera le nouvel hybride entrée de gamme de la marque. Il se destine à ceux qui veulent évoluer dans leur pratique mais sans s'encombrer d'un reflex plus volumineux. Il est doté d'un capteur APS Exmor CMOS de 16,1 Mpixels qui permet l'enregistrement de vidéos en Full-HD. Son écran LCD trois pouces pivote jusqu'à 180 degrés et permet ainsi des prises de vues aisées à main levée. Une molette permet de contrôler le zoom avec douceur et précision. A noter également qu'une fonction de cadrage automatique est désormais intégrée. Le NEX-3N sera disponible en mars au prix de **499 €** avec l'objectif 16-50 mm.

Nvidia Titanesque



Nvidia annonce une nouvelle carte graphique très haut de gamme baptisée GeForce GTX Titan. La particularité de ce modèle est de s'appuyer sur la même architecture que celle utilisée sur les superordinateurs Titan du laboratoire National d'Oak Ridge conçus également par Nvidia. Cette carte graphique est une déclinaison grand public des puces Tesla disponibles depuis quelques mois et qui sont notamment utilisées pour les serveurs de Cloud gaming Grid. Pour l'aspect technique, la GeForce GTX Titan s'appuie sur pas moins de sept milliards de transistors et 2 668 cœurs GPU ; soit 75% de plus que la GTX 680 précédent modèle haut de gamme. Les premiers tests montrent des performances impressionnantes avec un gain variant de 30 à 60% suivant les jeux comparé à la 680. Et si cela ne suffisait pas, on peut associer jusqu'à trois cartes en parallèle. Cette performance extrême est réservée aux joueurs les plus passionnés et les plus fortunés car la carte vaut **1000 €** à l'unité.

Yamaha Smart dock

Yamaha dévoile une nouvelle station d'accueil pour iPod et iPhone, la PDX-B11. Arborant un design original, elle est compacte et son poids plume permet de l'emporter partout grâce à sa poignée métallique intégrée. Son originalité tient dans sa forme octogonale mais surtout par sa capacité à se reconnecter automatiquement au dernier appareil auquel elle a été synchronisée (via Bluetooth) sans avoir besoin de réaliser des réglages fastidieux. La PDX-B11 repose sur un système à deux voies pour restituer au mieux la musique. Elle est proposée en quatre coloris (bleu, orange, gris, noir) au prix de **159 €.**

Casio Objectif simplicité

Doté d'un capteur de 20,1 Mpixels associé à un zoom grand angle de 26 mm, le Casio EX-ZS30 brille surtout par sa simplicité d'utilisation. Le compact dispose ainsi de boutons dédiés pour photographier, visualiser et supprimer ce qui permet au débutant une prise en main aisée. Il est par ailleurs équipé du mode Premium Auto qui analyse automatiquement la scène à photographier afin de choisir les meilleurs réglages et d'améliorer le traitement de l'image. La fonction Art Shot permet de choisir parmi huit effets artistiques pour changer le style des photos. Le Casio EX-ZS30 sera disponible en mars au prix de **129 €.**

OS mobiles et smartphones

Quel conseil en

Le smartphone se retrouve dans une situation inédite. Avec les forfaits sans engagement, il s'en vend de plus en plus hors abonnement. Et avec la multiplication des systèmes d'exploitation, l'offre est aussi diverse que compliquée. C'est une réelle opportunité à saisir en rayon avec une création de valeur possible si toutefois on y prodigue les bons conseils. Par Stéphane Kauffmann

Avec les forfaits sans abonnement qui se multiplient et sont de plus en plus prisés, la distribution se voit offrir une opportunité qui tombe du ciel, et il n'y en a pas beaucoup en ces temps difficiles ! Certes, il se vendait des smartphones avec abonnement en magasin mais il s'agissait avant tout d'expliquer une offre de l'opérateur qui allait de paire avec un téléphone imposé. Cela demandait du temps, de l'énergie et surtout le magasin n'apportait aucune de ses plus-values traditionnelles qui sont la diversité de l'offre, la démonstration produit et aussi la promotion. De plus, la valeur apportée par le smartphone était absorbée par l'offre avec abonnement. Désormais, le smartphone s'achète par la distribution au constructeur avec une négociation d'achat traditionnelle et c'est le magasin qui fixe sa marge. C'est donc une opportunité de valeur pour le rayon, d'autant plus que GfK prévoit une croissance en volume de 13% sur le smartphone avec un prix moyen qui devrait rester stable sur les modèles vendus hors abonnement.

Prise en main obligatoire

Pour autant, il va falloir convaincre en rayon, comme pour chaque appareil de haute technologie. Pour cela, il

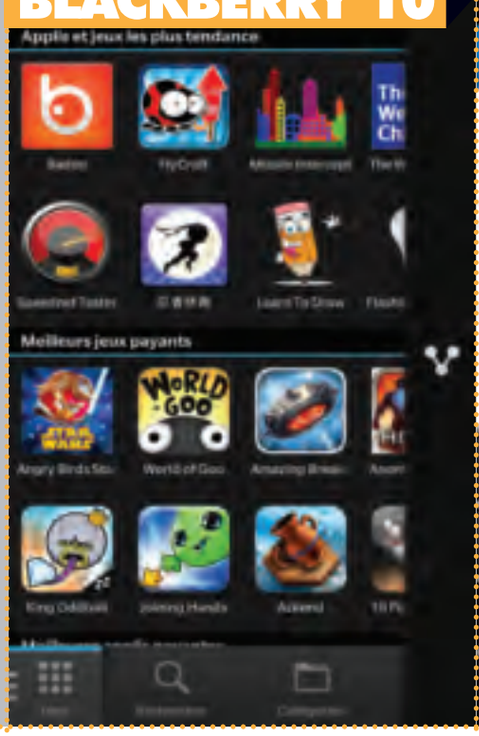
Samsung Galaxy S III Mini
sous Android

en rayon ?

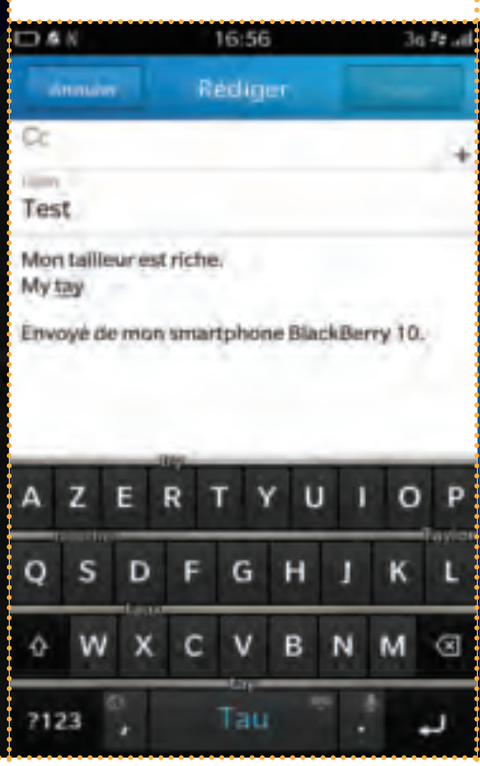
Blackberry Z10

faut déjà proposer une offre variée avec des catégories clairement identifiables pour le consommateur. Bien évidemment, le client potentiel doit pouvoir comparer les produits et la meilleure solution sera de lui faire expérimenter le smartphone. Cela se fait très facilement en raison de la petite taille de l'objet. Il existe de nombreux systèmes de protection et d'alimentation qui ne sont pas trop onéreux, les plus évolués permettant de prendre le smartphone en main allumé grâce à un câble qui se déroule. Comme de coutume, un magasin équipé en WiFi pourra aller plus loin dans la démonstration. Bien entendu, le rayon va essayer de faire monter en gamme et pour cela il doit catégoriser. Comme en informatique, il faut oublier la fiche technique et promouvoir l'usage. Un grand écran pour mieux naviguer sur Internet, un processeur puissant pour jouer aux derniers jeux, un clavier prédictif avancé pour saisir des messages plus facilement… La montée en gamme doit être clairement identifiée avec des arguments d'usage pertinents qui s'additionnent. La 4G est un parfait exemple. La couverture dépassera les 50%

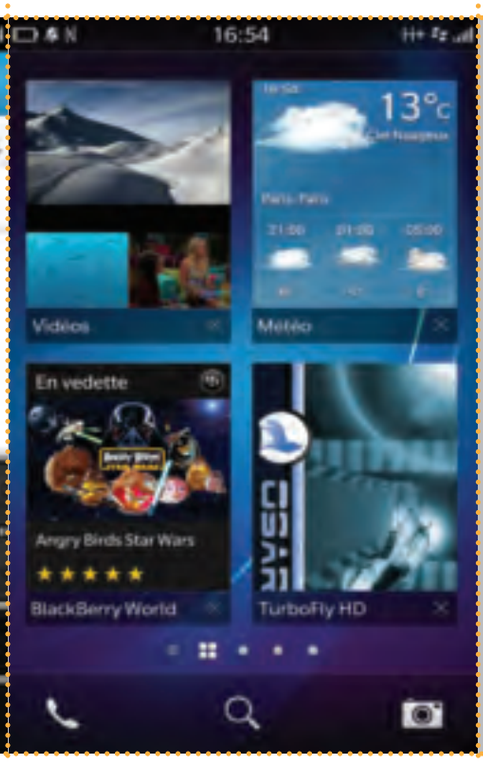
BLACKBERRY 10



Le magasin d'applications est assez fourni pour le lancement.



BlackBerry 10 propose le meilleur clavier virtuel qui impressionne surtout par sa prédiction multilingue.



Les applications en vignette ne ralentissent en rien le système, un exemple de multitâche réussi.

Google Nexus 4
sous Android

dans deux ans, il est donc sensé d'acheter dès maintenant un smartphone un peu plus onéreux équipé de la 4G qui permettra d'utiliser son smartphone partout comme chez soi en WiFi. L'idéal sera de proposer des tables d'expérience avec tous les smartphones branchés à prendre en main. Si de surcroit, on complète le dispositif par un affichage dynamique sur grand écran au milieu de la table, ce sera parfait.

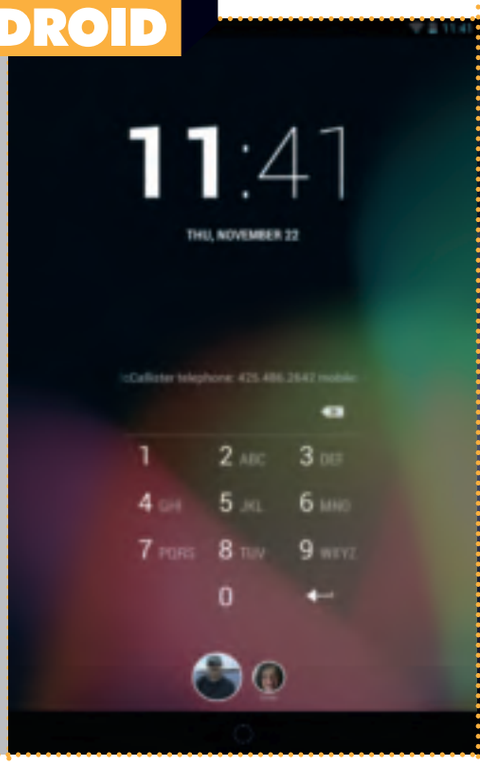
Par le conseil avant tout

Mais la principale valeur ajoutée du magasin reste le conseil. Et il en faut beaucoup, tant la situation sur le marché des smartphones s'est complexifiée ses derniers temps. Avant, il y avait l'iPhone et quelques concurrents, désormais ce sont quatre OS mobiles et des centaines d'appareils qui se disputent le rayon. Une situation inédite en téléphonie. Le conseil va donc surtout porter sur le choix du système d'exploitation en fonction des attentes du client, puis sur le choix du smartphone à proprement parler. Il est essentiel que le vendeur soit formé aux différents OS et que le rayon catégorise bien ainsi. C'est la meilleure manière pour orienter le client potentiel et surtout lui trouver le smartphone qui lui correspond vraiment alors qu'il ne le sait pas forcément avant d'arriver en magasin. De plus, il est ainsi bien plus facile de faire monter en gamme. A ce propos, le rayon smartphone ne mise pas assez sur la vente associée. En général, cela ne dépasse pas les coques et les câbles. C'est dommage car l'utilisateur va accessoiriser son téléphone et ce sera avantageux pour le magasin qu'il le fasse dès l'achat. Ainsi, vendre de petits casques nomades, des enceintes Bluetooth et des cartes mémoire à proximité est une évidence. Pour l'audio, la suprématie de l'accessoire iPhone n'est d'ailleurs plus. Les stations d'accueil se morfondent en raison du nouveau connecteur et de toute manière, la liaison peut désormais se faire sans fil en Bluetooth dont tous les smartphones sont équipés.

iOS simple mais fermé

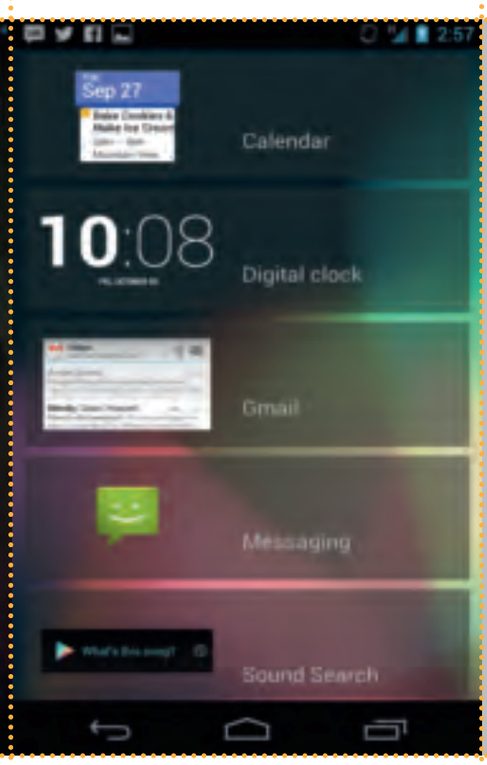
Nous allons détailler les quatre OS du marché pour qu'il soit plus facile de les proposer en fonction des attentes du client. Il faut d'abord déterminer s'il s'inscrit déjà dans un écosystème ? Il fait alors sens de l'orienter vers le même ou un autre qui soit le plus compatible possible. iOS a révolutionné le téléphone mobile et la manière de piloter un appareil électronique mais cela commence à dater. Or le système n'a guère évolué dans ses fondamentaux. Cela a pour avantage une simplicité d'utilisation sans égale et pour inconvénient une certaine rigidité et peu de personnalisation possible. En dehors de toute considération sur le terminal, iOS demeure le système que l'on conseillera à tous ceux que la moindre once de technique rebute. En quelques minutes, on a compris le fonctionnement. Autre avantage et non des moindres, le magasin d'application est le mieux organisé, le plus fourni et aussi celui qui propose les apps les plus qualitatives. En revanche, iOS est fermé sur le monde Apple. Il faut passer par iTunes pour échanger avec l'ordinateur et il n'y a quasiment aucun échange possible en direct avec d'autres appareils. Là encore, c'est simple et rassurant mais ne plaira pas à celui qui préfère avoir le contrôle. Cela résume d'ailleurs assez bien la situation. iOS et l'iPhone en sont pas à conseiller si l'utilisateur veut pouvoir échanger en direct et ne pas être limité par l'absence d'un port USB ou d'un lecteur de carte mémoire. Certes cela se contourne par des accessoires et des applications mais ce n'est jamais aussi rapide. En fait, iOS n'est pas vraiment fait pour l'utilisateur chevronnée qui a des connaissances et déjà une expérience en dehors du monde Apple. Mais le handicap le plus évident

ANDROID



Depuis la version 4.2, il est possible de faire cohabiter plusieurs utilisateurs sur un seul appareil.

Un écran d'accueil Android classique personnalisé pour afficher applications et widgets.



Android offre un large choix de widgets.

Sony Xperia U
sous Android

est le terminal unique en la personne de l'iPhone 5. Certes, c'est un smartphone très abouti et d'excellente qualité à tous les niveaux mais il est cher et propose un écran petit par rapport à la tendance actuelle. Là encore, il correspond davantage à l'utilisateur occasionnel des fonctions avancées du smartphone.

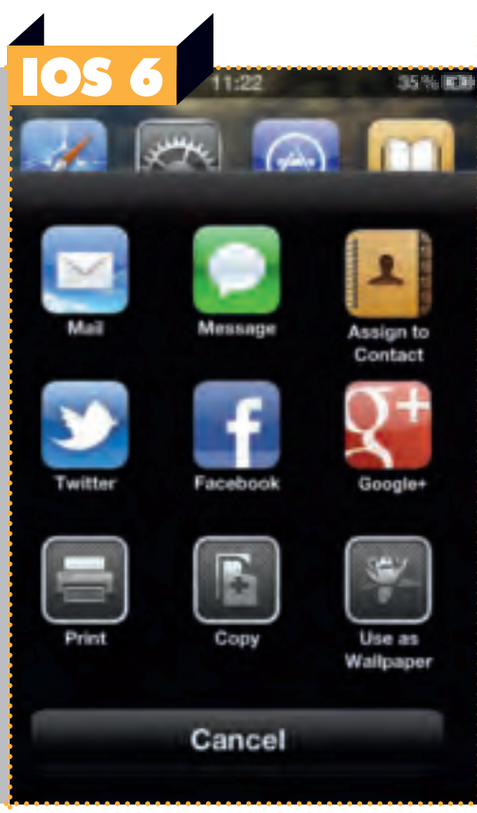
Android ouvert, divers et abouti

Android, c'est un peu l'inverse d'iOS sur la plupart des points. Déjà, il faut signaler que depuis la version 4, l'OS est désormais très abouti avec une interface claire et une fluidité parfaite. Apprendre à s'en servir prendra plus de temps que sur iOS mais au bout d'une journée ou deux, une personne non réfractaire à la technique s'y sera faite. En contrepartie, les possibilités de personnalisation sont nombreuses et il est facile d'échanger avec tous les environnements. Pas de logiciel intermédiaire nécessaire pour copier un fichier depuis un PC, il suffit de se connecter en USB. Voir en grand sur le téléviseur se fera sans difficulté par la prise HDMI. Là où pour louer une vidéo ou acheter une musique, il faut passer par iTunes sur iOS, il y a le choix de nombreux services sur Android. En revanche, le magasin en ligne Google Play est mal organisé et la qualité des applications laisse souvent à désirer. Pour autant, tous les blockbusters sortent désormais sur iOS et Android en simultané avec la même qualité de réalisation, tout comme les applications vraiment spécialisées ou qui servent à piloter un appareil sont disponibles sur les deux aussi. Là où Android prend définitivement les devants, c'est sur l'offre produit. Il existe d'innombrables smartphones à tous les prix et à tous les niveaux d'équipement ce qui permet vraiment de trouver celui qui convient à son usage personnel. Il sera d'ailleurs bon de diviser le rayon en entrée, milieu et haut de gamme mais pas seulement. La catégorisation peut se faire aussi par la taille, par la 4G, par les performances ou même par l'esthétique. Par rapport à iOS, ce qui convaincra surtout l'utilisateur avancé, ce sont les tailles d'écran qui vont jusqu'au cinq pouces avec des résolutions égales ou supérieures au Retina de l'iPhone. Autre argument, pour deux fois moins cher qu'un iPhone 5, on peut trouver un smartphone équivalent en performances et doté d'un écran plus grand. Android sera donc le choix logique de l'utilisateur avancé qui utilise des appareils d'autres écosystèmes et qui veut choisir son terminal en fonction de ses besoins et de ses envies.

Apple
iPhone 5

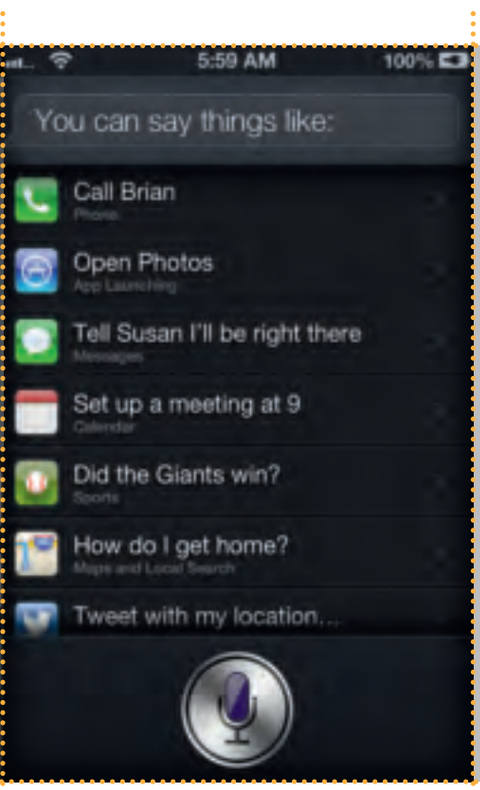
Windows Phone 8, ergonomique et compatible mais pauvre

Windows Phone 8 est un cas à part assez compliqué à appréhender. L'interface innove vraiment car la philosophie est très différente. Il faut plus de temps pour la maîtriser mais il y a aussi plus de possibilités et surtout un niveau de personnalisation possible que n'atteignent pas les autres OS. Par le principe des vignettes animées, on peut déjà, et d'un coup d'œil, être informé sur tous ses centres d'intérêt dès la page d'accueil. L'intégration de services est aussi bien plus poussée, par exemple pour fédérer ses messages ou ses contacts. La compatibilité avec le monde PC est un autre avantage, ne serait-ce que pour la productivité avec l'utilisation des mêmes fichiers. Il est d'ailleurs possible de stocker tout son contenu personnel dans le Cloud et d'y accéder depuis n'importe quel terminal Windows avec son identifiant. Apple propose aussi cela avec iCloud, la compatibilité externe en moins. Pour les utilisateurs exigeants, multi-connectés et qui veulent associer travail et loisirs, Windows Phone est un très bon choix. D'autant que les obligations des constructeurs en termes de composants font que l'offre en smartphone, si elle est encore assez réduite, propose des terminaux très performants à des prix raisonnables. Il y a aussi l'avantage de retrouver quasiment la même interface sur son smartphone et son ordinateur. Mais



Simplicité et lisibilité sont les devises d'iOS, toujours inégalées pour l'instant de ce point de vue.

L'intégration entre les différents produits et services Apple est parfaite.



Siri, l'assistant vocal d'Apple, fonctionne parfaitement mais n'a qu'une utilité limitée.

Nokia Lumia 620
sous Windows Phone 8

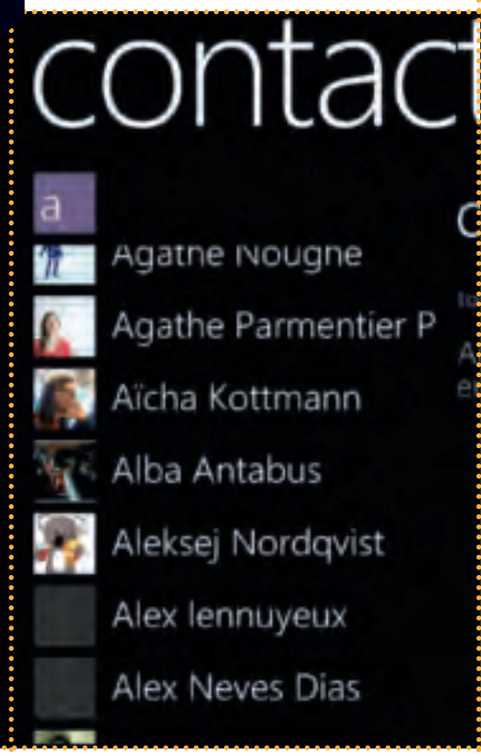
Windows Phone a un gros point noir : son magasin d'applications désespérément vide. Certes, les rares applications intéressantes sont très qualitatives mais cela ne suffit pas à compenser. Même BlackBerry propose mieux alors qu'il vient de lancer son OS 10. Il est incompréhensible que Microsoft n'ait pas utilisé une partie du budget promotionnel aussi colossal qu'inutile pour développer sur Windows 8 et Phone 8 les applications les plus prisées des autres OS et les proposer au lancement. Cela aurait été une bien meilleure publicité. Pour celui qui se soucie peu des applications mais cherche un OS moderne et intégré compatible avec l'univers PC, Phone 8 est un excellent choix.

Black Berry 10, intégré et ergonomique

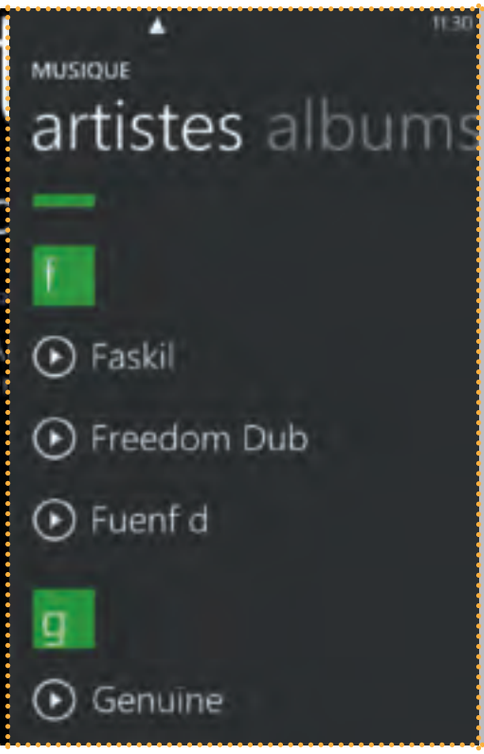
BlackBerry 10 est le dernier à être entré en piste et il a des arguments. Mais commençons par les limites car il faut bien les comprendre aussi pour conseiller le client en connaissance de cause. BB 10 est un OS propriétaire, tout comme iOS, avec une offre en terminaux très limitée et l'inconvénient de la jeunesse, là où Apple peut compter sur son parc installé et des années d'expérience. Et même si le magasin BlackBerry est bien fait et annonce dès le lancement 70 000 applications, cela ne peut pas cacher une offre qualitativement et quantitativement bien inférieure à celle d'iOS et Android. Ainsi, on cherchera en vain une application gratuite pour piloter un autre appareil, il manque des blockbusters comme Tripadvisor ou eBay et l'offre de vidéo à la demande n'est pas vraiment passionnante non plus. Cependant, il est clair que les équipes de BlackBerry se démènent, notamment en local et que si BB10 est un succès, on peut espérer une offre applicative en constante progression. Sinon, l'OS ne mérite que des éloges. Il est encore plus intégré que Phone 8 et c'est son principal argument. Tout se pilote d'un seul pouce, le multitâche est poussé à son paroxysme et le hub permet vraiment de centraliser et de laisser toujours accessible tous ses messages, tous ses échanges et toutes ses notifications, sans oublier les réseaux sociaux. Comme à son habitude, c'est par le texte que BlackBerry prouve sa suprématie. Le clavier virtuel est un modèle du genre et il relègue la concurrence loin derrière par sa prédiction multilingue qui permet d'écrire à une vitesse hallucinante avec de l'habitude. De plus, l'échange avec l'ordinateur se fait facilement. Par le lecteurs de cartes, l'USB et le HDMI, les terminaux BlackBerry 10 sont ouverts sur le monde, d'autant plus qu'ils sont aussi NFC et 4G. Malheureusement, il faudra pour l'instant faire avec deux terminaux dont le Q10 qui est doté d'un clavier physique. La question de son intérêt se pose tant le virtuel est abouti mais ce choix s'explique sans doute par la nécessité de satisfaire les fans de la marque. Le Z10 est donc le seul smartphone entièrement tactile. Il est très réussi d'ailleurs avec un bel écran, suffisamment de performances et une prise en main très agréable mais il est peu autonome et surtout seul en piste. Pour convaincre le client d'opter pour BlackBerry, ce sera sans doute simple avec ceux qui en ont déjà eu un. Quant aux autres, ce sera surtout adapté à un usage croisé travail et loisir pour ceux qui communiquent beaucoup avec leur entourage.

WINDOWS PHONE 8

L'interface de Windows Phone 8 est basée sur des vignettes animées.



Les contacts centralisent tous les réseaux sociaux.



Windows Phone 8 propose également une offre de musique par le service Xbox.

Party Rocker

Premier véritable système Son & Lumière Bluetooth

La fête ne s'arrête jamais !

Le Party Rocker est le moyen le plus simple pour créer en 2 secondes une véritable ambiance "dancefloor".
Ce système de sonorisation "tout en un" est puissant et flexible et amplifiera n'importe quel son provenant de votre iPad, iPhone, iPad, appareil sous Android, microphones ou instruments.
Son système de lumière intégré se mettra automatiquement en action et fera évoluer ses effets ou couleurs selon le rythme de votre musique.
Simplifiez-vous encore plus la vie avec l'option sans fil disponible via la technologie Bluetooth et mixez en toute liberté !

- Boule à LED multi-faisceaux intégrée qui fonctionne au rythme de la musique
- Envoyez vos musiques de votre tablette, smartphone iOS ou Androïd
- Connexion Bluetooth portée 40 mètres
- Entrée auxiliaire pour brancher n'importe quelle source audio
- Microphone et câble fournis

Bluetooth™ ANDROID Made for iPod iPhone iPad

iPad non inclus. iPad, iPod & iPhone sont des marques déposées de Apple Inc.
Bluetooth est une marque déposée de Bluetooth SIG.

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

ION MOVES MUSIC

Chaînes connectées
Tradition & modernité

L'esprit Hi-Fi est revenu à la mode, l'audio haut de gamme aussi. Pourquoi ne pas en profiter pour combiner le meilleur des deux mondes et intégrer toutes les sources modernes ainsi que les connexions sans fil ? Par Stéphane Kauffmann

Sony CMT-G2NiP
Le meilleur des deux

La finition et la présentation la classent d'emblée comme un produit luxueux destiné à des utilisateurs exigeants. Cette minichaîne est en mesure de recevoir les web-radios, elle est homologuée DLNA et compatible avec l'AirPlay d'Apple auxquels elle ajoute le mode Party Streaming propre à la marque qui permet de jouer simultanément le même morceau de musique sur plusieurs appareils Sony. Pour se connecter au réseau, l'unité centrale propose l'Ethernet et le WiFi. Les fonctions de musique en réseau peuvent se piloter depuis la télécommande et l'afficheur de l'unité centrale mais il est plus facile d'utiliser un smartphone ou une tablette avec les applications que propose Sony. Pour les autres sources de musique, la minichaîne dispose d'un lecteur CD et d'un tuner radio AM/FM intégrés ainsi que deux entrées auxiliaires stéréo analogiques, auxquelles s'ajoutent une sortie casque et un port USB compatible iPod/iPhone. Pour que le tableau soit parfait, il manque juste une sortie subwoofer afin de décupler la puissance acoustique dans les basses. Pour le reste rien à redire car en plus d'offrir des fonctions complètes et une ergonomie agréable, cette chaîne est très sérieusement construite et très convaincante à l'écoute. La restitution sonore présente ainsi un bel équilibre tonal et offre une puissance acoustique relativement importante. Le registre grave n'est pas abyssal mais il a de l'impact et ne manque pas de consistance. Le registre aigu et surtout le médium sont superbes. La minichaîne se montre aussi à l'aise sur tous les styles musicaux.

549 €

- **Puissance :** 2 x 50 W sous 6 ohms
- **Enceintes :** 2 voies, bass-reflex, boomer de 13,5 cm, tweeter à dôme de 28 mm
- **Sources intégrées :** lecteur CD, tuner AM/FM
- **Connectique :** 2 entrées stéréo analogiques, prise casque, port USB compatible iPod/iPhone, WiFi, Ethernet
- **Fonctions connectées :** DLNA, AirPlay, Party Streaming, web-radios

Onkyo CS-N755
Conception audiophile

Dès le premier contact, cette minichaîne Onkyo CS-N755 apparaît différente, plus luxueuse et à la fabrication plus soignée. Son unité centrale ne propose pas de dock ni de WiFi mais elle dispose d'une connectique inhabituellement riche. Elle est en outre d'une finition parfaite avec une façade en aluminium brossé, un châssis très rigide et bien lourd. Il en va de même pour les enceintes - fort élégantes - avec leurs angles arrondis et leur habillage façon bois très réussi. En l'absence de WiFi, il faudra se connecter au réseau par l'Ethernet. Pas d'Airplay au menu non plus mais au DLNA s'ajoute la possibilité d'avoir accès aux web-radios et surtout à Spotify, le célèbre service de musique en streaming. L'unique ligne de l'afficheur rend la tâche difficile et il sera bien plus judicieux d'utiliser l'application gratuite d'Onkyo. Ce qui fait vraiment la différence de cet appareil, ce sont les soins audiophiles prodigués lors de sa conception. Les enceintes bénéficient d'ébénisteries dignes de vrais petits modèles haute-fidélité. La chaîne est capable de délivrer un volume sonore conséquent et surtout offre une restitution très détaillée et définie, avec beaucoup de nuances mais aussi un très bon impact lorsque la musique le demande. Par ses prestations acoustiques de haut niveau, la minichaîne Onkyo justifie son prix mais pas vraiment l'absence du WiFi.

679 €

- **Puissance :** 2 x 22 watts
- **Enceintes :** 2 voies, bass-reflex, boomer de 12 cm, tweeter de 25 mm
- **Sources intégrées :** lecteur CD, tuner AM/FM
- **Connectique :** 2 USB (dont un compatible iPod/iPhone/iPad), 3 entrées audio analogiques, 2 entrées audionumériques coaxiale et optique, sortie subwoofer, sortie stéréo analogique, Ethernet, sortie casque
- **Fonctions connectées :** DLNA, web-radios, Spotify, Last.fm, Aupeo!, Simfy

L'audio a le vent en poupe et pas seulement la partie nomade. Certes, la progression la plus spectaculaire se fait toujours sur le casque mais l'audio statique n'est pas en reste avec le haut de gamme qui se porte particulièrement bien. Même l'audio-vidéo fait un retour en grâce mais il s'affranchit de la partie lecteur Blu-ray qui trouve un écho limité auprès des consammateurs. Les barres de son se portent ainsi très bien, tout comme la Hi-Fi traditionnelle qui peut également être utilisée pour sonoriser la TV. Ainsi, la mini chaîne sophistiquée mais pas trop encombrante et qui rappelle la stéréo des années 70 se vend bien. En parallèle, la musique dématérialisée est devenue une évidence pour le consommateur. Il la stocke sur son ordinateur, son smartphone et désormais sa tablette. D'autant que la musique en direct depuis le Web par des services de streaming comme Deezer ou Spotify devient de plus en plus populaire. Il n'y a donc aucune raison d'ignorer ces sources modernes sur une mini chaîne haut de gamme logiquement. La plupart des fabricants ont réalisé que la combinaison de l'audio classique type Hi-Fi et des connexions modernes pouvait être la formule gagnante.

Encore vieux jeu

Malgré cette prise de conscience, il y a encore des lacunes incompréhensibles. Ainsi, aucune des chaînes dont nous parlons ici n'est compatible Bluetooth. C'est difficile à admettre alors que cette intégration coûte une dizaine d'euros. Certes, ce mode de transmission dégrade un peu le signal sonore mais ce n'est pas pour autant qu'il ne faut pas offrir cette alternative que d'autres proposent sur des chaînes à 100 euros. Il n'y a que Yamaha qui se soit réveillé récemment et qui dote désormais la plupart de ses productions de cette connexion. Les autres préfèrent avoir recours à l'Airplay d'Apple qui limite la compatibilité aux smartphones de la marque alors que désormais, le marché Android est bien plus développé. Cette norme permet tout de même de diffuser la musique depuis tout ordinateur relié au réseau domestique. Certains constructeurs profitent aussi de la connexion au réseau pour proposer la compatibilité DLNA, ce qui permet là encore de lire la musique depuis un ordinateur mais aussi depuis tout appareil compatible et ils sont nombreux. Pour se connecter au réseau domestique, la chaîne donne souvent le choix entre le WiFi et la connexion filaire par le port Ethernet. C'est toujours une bonne opportunité de réaliser une vente associée de deux prises CPL qui permettent cette connexion sans configuration.

Avec une appli

Une fois connectée, la chaîne peut donc aussi donner accès aux web-radios et aux services de musique en streaming. Sauf que pour chercher et surtout trouver la musique désirée, les petits écrans ne sont pas vraiment adaptés. Si Pioneer a eu la bonne idée d'intégrer un large écran couleur, le plus évident sera tout de

Yamaha MCR-750
Blu-ray intégré

Pour cette minichaîne stéréo haut de gamme, Yamaha a choisi un chemin tout autre que ses concurrents. En effet, la MCR-750 n'est pas uniquement dédiée à la musique, c'est aussi un ensemble audio-vidéo qui se rapproche sous certains aspects des systèmes home cinéma tout-en-un. Cette minichaîne ne propose pas de compatibilité avec le protocole AirPlay d'Apple ni d'accès à un service de musique en ligne comme Spotify. En contrepartie, elle a pour particularité d'être équipée d'un lecteur de Blu-ray simple et complet. Celui-ci est notamment en mesure d'exploiter les disques en 3D et il est homologué DLNA. Cela lui permet de lire les fichiers audio, vidéo et photo disponibles sur les ordinateurs et disques durs du réseau domestique. La section Blu-ray donne également accès aux vidéos de YouTube. Pour piloter ces fonctions, il faut passer par l'interface à l'écran du téléviseur. La chaîne Yamaha se connecte à ce dernier par le biais d'une prise HDMI qui peut récupérer le signal audio des sources branchées sur le téléviseur. Le reste de la connectique n'est pas très fournie. On note quand même la présence en façade d'un port USB compatible avec les iPod, iPhone et iPad. Une sortie subwoofer est également disponible à l'arrière. Les performances à l'écoute sont excellentes. Sa restitution sonore est enthousiasmante, dynamique et bien équilibrée, avec une réserve de puissance importante. Le registre grave est généreux et profond, l'aigu s'avère brillant sans tomber dans une agressivité excessive et le registre médium est ouvert avec un bon effet de présence. De toute évidence, une bonne fée de l'acoustique a dû se pencher sur le berceau de cette minichaîne.

649 €

- **Puissance :** 2 x 30 watts sous 6 ohms
- **Enceintes :** 2 voies, bass-reflex, boomer de 11 cm, tweeter de 25 mm
- **Sources intégrées :** Lecteur Blu-ray 3D, tuner AM/FM
- **Connectique :** USB compatible iPod/iPhone/iPad, entrée audio analogique, sortie vidéo composite, HDMI, sortie subwoofer, sortie casque, Ethernet
- **Fonctions connectées :** DLNA, web-radios, Spotify, Last.fm, Aupeo!, Simfy

Pioneer X-HM81
En couleur

Pour un prix attractif, cette minichaîne regroupe toutes les fonctions les plus attendues actuellement. Au chapitre des sources standards, elle intègre tout d'abord un lecteur de CD, un tuner AM/FM et une station d'accueil pour iPod/iPhone. La connectique est également très riche. En façade, on trouve ainsi un connecteur USB compatible Apple ainsi qu'une prise casque et une entrée audio auxiliaire sur mini-jack. À l'arrière viennent en supplément une seconde entrée stéréo analogique, une sortie subwoofer et une embase Adapter Port pour raccorder un module Bluetooth Pioneer disponible en option au prix exorbitant de 199 euros. Enfin, la connexion au réseau domestique peut se faire par voie filaire ou en WiFi. Au chapitre des fonctions réseau, la minichaine a également presque tout pour plaire puisqu'elle est compatible avec le protocole AirPlay d'Apple, homologuée DLNA et qu'elle donne accès aux web-radios. Pour faciliter la gestion de ces fonctions, un bel écran couleur pouvant afficher jusqu'à six lignes de texte est installé en façade de l'unité centrale. Une application gratuite est également disponible pour smartphones et tablettes Android ou iOS. La restitution sonore est un peu moins enthousiasmante Les aigus sont très incisifs, voire parfois agressifs et le grave un peu sec. Il convient de rééquilibrer la réponse en jouant sur les modes d'égalisation et les réglages de tonalité. Par contre, la définition est de très bon niveau et la puissance acoustique disponible est relativement importante.

599 €

- **Puissance :** 2 x 50 watts RMS sous 4 ohms
- **Enceintes :** 2 voies, bass-reflex, boomer de 12 cm, tweeter de 28 mm
- **Sources intégrées :** Lecteur CD, tuner AM/FM
- **Connectique :** USB compatible iPod/iPhone/iPad, 2 entrées audio analogiques, sortie vidéo composite, dock iPod/iPhone, Ethernet, WiFi, sortie subwoofer, sortie casque
- **Fonctions connectées :** AirPlay, DLNA, web-radios

Chaînes connectées

même de proposer une application iOS et Android pour piloter cela depuis un smartphone ou une tablette. Encore faut-il qu'elle soit ergonomique et rapide. Evidemment, toutes ces fonctions sans fil et connectées doivent aussi être démontrées en magasin et pour cela, il faut qu'il soit connecté aussi ce qui est encore trop rarement le cas. Il va quand même falloir comprendre qu'à l'époque du tout connecté, le magasin physique ne peut plus vraiment se permettre de ne pas l'être. La musique dématérialisée peut aussi être captée plus traditionnellement, par un dock par exemple. Cependant avec le récent changement de connecteur chez Apple et un monde Android qui n'est pas unifié de ce point de vue, on peut se demander si ce n'est pas un combat d'arrière-garde et qu'il vaudrait mieux miser sur le Bluetooth, au risque de nous répéter. Reste la simple prise USB qui permet de lire une clef ou un disque dur ainsi que parfois la musique issue d'un iPhone, ce qui contourne le problème du connecteur.

Esprit Hi-Fi

La chaîne en elle-même est souvent constituée d'une électronique et de deux enceintes acoustiques. Ces dernières sont des modèles bibliothèque pas trop encombrants. En haut de gamme, leurs prétentions sonores sont déjà élevées avec notamment des haut-parleurs sophistiqués et une belle ébénisterie mais elles ne peuvent pas produire de miracle non plus et seule l'association à un caisson de basses pourra produire des graves généreux. Rares sont cependant les chaines qui offrent cette connexion. L'électronique sera typiquement réalisée en métal couleur argent ou noir avec de gros boutons qui rappellent la Hi-Fi d'antan. Le côté valorisant de la finition de l'électronique et des enceintes sera sans aucun doute un critère d'achat important. De plus, l'unité centrale intègre généralement un lecteur CD, un tuner radio FM et un amplificateur de bonne tenue, pas tant au niveau de la puissance pure mais plutôt au niveau de la réalisation. Yamaha choisit sur la MCR-750 une voie plus originale en intégrant un lecteur Blu-ray et une connexion HDMI. C'est évidemment sensé si on destine la chaîne à accompagner un écran plat, mais on sait aussi que les consommateurs boudent les ensembles avec lecteur optique vidéo intégré. Quoi qu'il en soit, toutes les chaînes peuvent se brancher sur un téléviseur plat et en diffuser le son en stéréo avec une belle qualité à la clef, ne serait-ce que par une entrée analogique reliée à la sortie casque de la TV. Enfin, il faut absolument garder à l'esprit que pour vendre une chaîne à plus de 500 euros, le client potentiel doit pouvoir l'écouter…

Denon CEOL Piccolo N5
Tournée vers l'avenir

D'une présentation très sobre et élégante dans sa robe en plastique d'une blancheur virginale, cette mini-chaîne très compacte apparaît sa petite taille d'une construction très sérieuse. Sa connectique se limite à l'essentiel avec une entrée stéréo analogique, une entrée audionumérique optique, un port USB host et une sortie casque. L'appareil ne comporte en outre pas de lecteur de CD intégré, ni de tuner FM. Entièrement dédiée aux sources de musique dématérialisée, la Denon assure de ce côté là. Outre sa compatibilité avec le protocole AirPlay, elle dispose aussi d'un dock iPod/iPhone, elle peut recevoir les web-radios, lire les fichiers audio se trouvant sur les serveurs DLNA du réseau domestique ou encore se connecter à des services en ligne comme Spotify ou Last.fm. Mieux encore, toutes ces sources sont réellement faciles à utiliser. La connexion au réseau WiFi ou Ethernet est un jeu d'enfant. L'afficheur à trois lignes et les menus sont clairs, parfaitement lisibles et organisés tandis qu'une application pour appareils iOS ou Android donne la possibilité de prendre les commandes depuis une superbe interface graphique. Les performances sonores sont de bon niveau mais forcément limitées par la taille de l'ensemble. Le son est propre, bien équilibré avec un médium et des aigus correctement détaillés. La puissance acoustique disponible n'est pas très importante et le grave un peu court. Heureusement, une sortie pour un caisson de basses est disponible à l'arrière de l'unité centrale.

- **Puissance :** 2 x 45 watts sous 4 ohms
- **Enceintes :** 2 voies, bass-reflex, boomer de 10 cm, tweeter de 25 mm
- **Sources intégrées :** -
- **Connectique :** USB Host, entrée audio analogique, entrée audionumérique optique, dock iPod/iPhone, Ethernet, WiFi, sortie subwoofer, sortie casque
- **Fonctions connectées :** AirPlay, DLNA, Spotify, Last.fm, web-radios

599 €

Panasonic SC-PMX5
Classique

La Panasonic SC-PMX5 est une minichaîne à l'ancienne. Entendez par là qu'elle aurait pu être conçue au début du siècle, dans les années 2000, lorsque l'on ne parlait pas encore de musique en réseau mais à une époque où les iPod existaient déjà. Ne cherchez donc pas sur ce système de prise Ethernet ou de WiFi et donc aucune fonction de lecteur de musique en réseau ou de compatibilité AirPlay. Il faudra se contenter d'un dock iPhone compatible jusqu'au 4S ! Sinon, la chaîne comporte deux entrées stéréo analogiques, un lecteur de CD, un port USB Host ainsi qu'un tuner AM/FM. Avec ces équipements basiques, la Panasonic SC-PMX5 est une chaîne relativement simple à utiliser. La plupart des fonctions peuvent être activées depuis les touches et boutons de sa façade disposés de façon cohérente et facilement accessibles. La construction n'est pas extrêmement luxueuse mais très satisfaisante pour un produit à moins de 300 euros. L'unité centrale dispose d'un châssis en tôle épaisse et d'un habillage en aluminium brossé pour la façade. Les enceintes sont quant à elle revêtues d'un vinyle noir imitant les veinures du bois. La restitution sonore a beaucoup d'énergie et n'est aucunement neutre. L'équilibre tonal est clairement physiologique. Les graves ont beaucoup d'ampleur et les aigus sont incisifs, voire parfois un peu agressifs lorsque l'on pousse beaucoup le volume. Pour autzant, les performances offertes sont d'un excellent niveau. En sacrifiant les fonctions réseau, Panasonic réussit à proposer une chaîne qui offre un excellent rapport qualité/prix.

- **Puissance :** 120 watts sous 3 ohms
- **Enceintes :** 3 voies, bass-reflex, boomer de 14,5 cm, tweeter de 19 mm, super-tweeter de 15 mm
- **Sources intégrées :** tuner AM/FM, lecteur CD
- **Connectique :** USB Host, 2 entrées audio analogiques (sur mini-jack et RCA), dock iPod/iPhone
- **Fonctions connectées :** -

299 €

Vous numérisez, il se connecte au Cloud.

Suite logicielle complète

IRIScan Pro 3 Cloud

IRIScan™ Pro 3 Cloud est un scanner multifonction. Grâce à sa suite logicielle performante et économique, il offre aux petites entreprises et aux indépendants un puissant outil pour améliorer leur productivité et effectuer diverses tâches :

- Numérisation de n'importe quel type de documents;
- Numérisation de documents au bureau ou en déplacement;
- Conversion de documents papier, des fichiers PDF ou image en fichiers numériques que vous pouvez modifier, indexer et partager;
- Gestion de documents et de contenu en optimisant le workflow de documents;
- Numérisation, reconnaissance et gestion des cartes de visite.

Disponible chez AMAZON, CDISCOUNT, FNAC, PIXMANIA

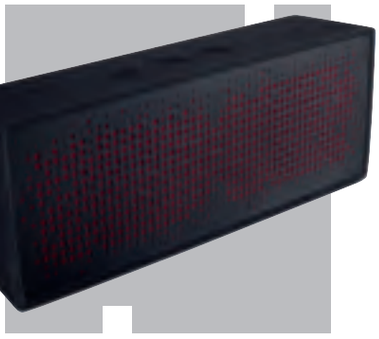
Réf. I.R.I.S. : 7650104578924

Scanner multi-fonctions

www.irislink.com

IRIS
Document to Knowledge™

J130206-2



Pentax
K5 IIs

Reflex

Le K5 IIs est une évolution du K5. Le principal changement concerne l'écran équipé désormais d'un verre saphir anti-rayure et d'une lisibilité améliorée. Pour le reste, on prend le même et on recommence. On retrouve donc une tropicalisation, un viseur large et une couverture à 100% du champ de vision. C'est en mettant l'œil au viseur que le changement est le plus notable. La nouvelle puce de traitement permet un meilleur autofocus en basse lumière et améliore le suivi des sujets en mouvement. Au chapitre des griefs, la zone d'autofocus est encore trop centrée et il aurait été intéressant d'augmenter le nombre de collimateurs. La deuxième nouveauté apportée par cette version est la suppression du filtre passe-bas. On le trouve habituellement dans tous les reflex car il permet de réduire les effets de moirés mais réduit également la définition. C'est la raison d'être du K5 IIs qui offre une définition, un rendu des couleurs et un modelé des images plus élevés sans pour autant générer du moiré. La monté en haute sensibilité s'en trouve aussi légèrement améliorée car la netteté accrue compense un peu la disparition des plus fin détails au-delà de 1 600 ISO. Le Pentax K5 IIs est capable de filmer en Full-HD 25p, c'est bien mais inférieur à ce que propose la concurrence. Le bilan global de ce K5 IIs est positif. La qualité d'image est au top des reflex APS-C et la réactivité est améliorée.

CARACTÉRISTIQUES

Capteur APS-C CMOS 16,3 Mpixels, sans filtre passe-bas, vidéo Full-HD 25p, écran 3 pouces, 921 000 points, 97 x 131 x 73 mm, 740 grammes (complet)

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT Pentax, tél.: 08 26 10 31 63**
- **PRIX** 1199€

TP-Link
TL-WA850RE

Répétiteur WiFi

TP-Link lance un répétiteur WiFi vraiment malin. Rappelons le principe ; il s'agit d'amplifier un réseau WiFi existant au-delà de sa portée initiale. L'appareil se présente sous la forme d'une prise à brancher sur le courant, assez élégante d'ailleurs. Il y a bien une prise Ethernet mais la configuration peut se faire en WiFi depuis n'importe quel appareil, ordinateur, tablette ou smartphone. En fait, le répétiteur apparait en tant que réseau WiFi, il suffit alors de se connecter puis de lancer le navigateur Internet qui renvoie automatiquement sur une page de configuration. Il suffit d'y renseigner le mot de passe du réseau WiFi, le reste étant automatique. C'est tout. On pourra oublier la myriade de LED bleues qui renseignent de manière peu compréhensible sur l'état. Le réseau existant est amplifié sans qu'il soit nécessaire de se connecter à un autre, c'est parfaitement transparent. Pour voir que cela fonctionne, il suffit de s'éloigner de la source première du réseau et de constater que le signal est encore puissant. Malheureusement, TP-Link gâche cette simplicité par une notice en Anglais incompréhensible et qui complique la procédure inutilement. A traduire et à simplifier d'urgence ! De même, une seule LED qui signale juste le bon fonctionnement aurait été préférable.

CARACTÉRISTIQUES

Répéteur WiFi, norme N, prise sur secteur, prise Ethernet

- **CATÉGORIE** Milieu de gamme
- **CONTACT TP-Link, tél.: 01 39 26 02 90**
- **PRIX** 59,90€

SteelSeries
Wireless MMO

Souris

Le spécialiste des accessoires pour joueurs propose une souris aux couleurs de la nouvelle extension du célèbre jeu massivement multijoueurs de Blizzard : World of Warcraft Mist of Pandaria. Pour l'occasion, SteelSeries propose une souris sans fil dont la recharge est assurée par un socle représentant un morceau d'architecture pandarienne. La connexion à l'ordinateur se fait via un câble USB. Souris MMO oblige, elle dispose de 11 boutons dont 10 sont programmables par le logiciel SteelSerie Engine fourni. Ainsi, le joueur pourra à loisir paramétrer chaque bouton afin d'être le plus efficace possible notamment lors de rencontres délicates avec les boss du jeu. En cas de panne de batterie, il est possible de brancher directement la souris grâce au câble USB pour continuer à jouer tout en la rechargeant. A l'usage, on notera que la SteelSeries Wireless MMO Mouse convient parfaitement aux petites mains avec un accès naturel aux boutons mais la prise en main sera moins évidente pour les grandes. Par ailleurs, la possibilité de créer des macros permet au joueur de se simplifier la vie et ainsi d'augmenter son efficacité dans le jeu. Il est aussi possible d'ajuster la sensibilité du capteur en modifiant les paramètres dans le logiciel ou directement depuis un bouton dédié sur la souris.

CARACTÉRISTIQUES

Souris sans fil 2,4 GHz, recharge par câble USB/socle, 11 boutons, sensibilité 100 à 8200 CPI, 115 x 81 x 40 mm, 115 grammes

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT SteelSeries tél.: +32 472 400 702**
- **PRIX** 129,99€

Antec
Amp SP1

Enceinte nomade

Cette enceinte nomade sans fil est peu encombrante mais propose tout de même un son stéréo qui émane de haut-parleurs assez lourds. Le poids est d'ailleurs élevé au regard de la taille avec 355 grammes mais cela rassure quant à la qualité. Pour autant, l'enceinte se glisse facilement dans un sac pour l'emporter partout. L'esthétique est plutôt réussie avec deux grilles en métal pour les façades et un pourtour en plastique caoutchouté. Les perforations des grilles laissent voir un revêtement rouge et cela donne un genre à l'enceinte. A signaler qu'en plus de notre version noire testée, il en existe une blanche et une verte. Les ajustements sont un peu approximatifs sans que cela ne semble fragiliser l'ensemble. Sur le dessus trônent trois boutons en caoutchouc pour l'appairage et le volume. Sur le côté droit il y a une entrée mini-jack pour une source audio, une prise micro-USB pour la recharge et un interrupteur marche/arrêt qui est trop enfoncé dans le corps, ce qui rend sa manipulation pénible. Cet interrupteur se dote aussi d'une LED qui signale la charge et l'appairage. L'enceinte SP1 est dotée d'un microphone et peu donc servir à passer des appels en mains libres. Le niveau sonore possible est assez élevé sans qu'il n'y ait saturation. La restitution affiche une bonne présence mais le rendu est très clair avec des aigus un peu agressifs et des basses très en retrait.

CARACTÉRISTIQUES

Autonomie 9 heures, connexion sans fil Bluetooth 2.1, recharge micro-USB, fonctions mains libres, entrée ligne mini-jack, 158 x 41 x 62 mm, 355 grammes

- **CATÉGORIE** Milieu de gamme
- **CONTACT Antec, tél. : +31 (10) 462 2060**
- **PRIX** 89€

Samsung MV900F

Compact

Le Samsung MV900F est un compact 16 Mpixels dont l'écran arrière se déplie à 180 degrés, de façon à permettre la prise de vue dans toutes les positions possibles jusqu'à l'autoportrait. Fidèle à son habitude, Samsung a intégré dans cet appareil une connexion WiFi permettant de poster directement ses photos et vidéos sur les réseaux sociaux (Facebook et YouTube). Malheureusement, Twitter est absent. Cet appareil reprend la partie optique du DV300F mais le petit capteur CCD est remplacé par un modèle CMOS BSI. Au dos de l'appareil, on trouve un superbe écran AMOLED de bonne résolution. Il est tactile et l'agrément d'utilisation est au rendez-vous. L'appareil réagit bien et l'intégration du tactile est intelligente. Il est disponible en plusieurs coloris, allant du noir au blanc en passant par deux nuances de roses. Si la construction fait la part belle au plastique, l'assemblage est de qualité. Dans la pratique, L'appareil démarre très vite (sous la seconde) mais il arrive que la mise au point patine en faible luminosité. Les résultats sont de bonne facture pour la catégorie. Les clichés sont nets et résolus avec une montée en sensibilité correcte. Le MV900F est aussi capable de filmer en Full-HD (1080p) et les images obtenues sont propres.

CARACTÉRISTIQUES

Capteur BSI 16,3 Mpixels, zoom optique 5x, connectivité WiFi, écran AMOLED orientable, vidéo Full-HD 30 i/s, mode rafale 10 i/s, 98,5 x 59,9 x 47,2 mm, 133 grammes

- **CATÉGORIE** Milieu de gamme
- **CONTACT Samsung, tél.: 01 48 63 00 00**
- **PRIX** 299€

Sony Xperia Z

Smartphone

Ce nouveau smartphone fer de lance de Sony est le premier à adopter une résolution Full-HD. Mais ses qualités ne se limitent pas à cela. Le Z adopte en effet un design anguleux pour le moins original. C'est joli, très fin et même plutôt agréable à prendre en main. Ce dernier point n'est cependant pas valable pour tous, les cinq pouces de l'écran rendant l'appareil relativement encombrant. Autre originalité, le Xperia Z est étanche. Un point intéressant qui peut toutefois se révéler ennuyeux quand on doit brancher souvent des prises dissimulées derrière une trappe. L'écran de cinq pouces offre (grâce à sa résolution) une qualité d'image extraordinaire. Il est ainsi quasiment impossible de discerner les pixels individuels. Pour ne rien gâcher, les performances sont excellentes aussi et toutes les applications parfaitement fluides. Même constat pour le capteur photo 13 Mpixels qui produit des clichés de très bonne facture. Hormis un prix un peu élevé, le Xperia Z n'a pas de défaut majeur et se pose comme l'androphone haut de gamme incontournable de ce début d'année.

CARACTÉRISTIQUES

Écran 5 pouces LCD 1920 x 1080, processeur Qualcomm S4 quadruple coeur 1,5 GHz, Mémoire 16 Go, capteur photo 13 Mpixels, Android 4.1, NFC, Micro-SD, 139 x 71 x 7,9 mm, 146 grammes

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT Sony, tél. : 01 55 90 30 00**
- **PRIX** 629€

Acer T272HL

Moniteur

L'Acer T272HL est un écran 27 pouces Full-HD tactile conçu pour Windows 8. Si les moniteurs informatiques tactiles tardent à venir, on ne peut qu'apprécier le confort de cet appareil. Le design et la finition sont excellents. Il se pose sur le bureau à la manière d'un cadre photo. Une large lame de plexiglas transparente court sous la dalle. Elle est dotée de deux patins antidérapants et le pied derrière glisse de façon à incliner la dalle jusqu'à 60 degrés. En revanche, il n'est pas possible d'ajuster la hauteur. La dalle de verre est tout de même assez réfléchissante. Mais c'est sans doute un compromis à trouver entre qualité de glisse et reflets. Côté consommation, le T272HL s'en sort à merveille avec 15,4 W. Le contraste par défaut est excellent et mérite d'être souligné car les dalles IPS ne sont pas très contrastées en natif. De même que l'uniformité des couleurs est aussi excellente. Mais ce moniteur n'est pas destiné aux joueurs avec une latence plutôt élevée. A l'essai, l'écran fonctionne très bien sous Windows 8. L'installation se passe sans souci, aucun driver n'est nécessaire. La glisse est confortable et le tactile vraiment très précis. Dans les films, le rendu est bon avec peu de bruit sur les aplats de couleurs.

CARACTÉRISTIQUES

Diagonale 27 pouces, résolution 1920 x 1080, tactile, contraste mesuré 1066 :1, luminosité 300 cd/m2, connectique HDMI, VGA, DVI, 3 ports USB 3.0

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT Acer, tél.: 01 48 63 51 51**
- **PRIX** 599€

HP Spectre One

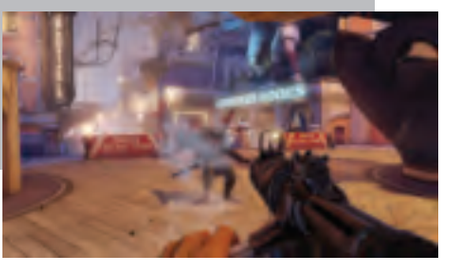
Tout-en-un

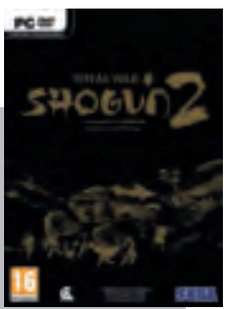
Un coup d'œil sur le Spectre One suffit pour noter une ressemblance pour le moins flagrante avec l'iMac d'Apple, surtout une fois que l'on a sorti le clavier et le pavé tactile livrés avec l'ordinateur. La ressemblance se limite à l'apparence, en lieu et place d'aluminium on trouve une coque de plastique argenté. Ledit plastique est cependant de très bonne qualité. Avec le Spectre One, HP a fait un choix pour le moins surprenant car l'écran de 23 pouces n'est pas alors que Windows 8 est installé. L'interface tactile devra se piloter par le pavé idoine fourni. Ce dernier est grand mais l'utilisation d'un touchpad pour les fonctions tactiles est loin d'être aussi instinctive que le tactile sur écran. Sans compter l'usage difficle de toutes les applications pensées pour le tactile. Ce choix est d'autant plus étonnant que le reste de la machine est de bonne facture. L'écran et les haut-parleurs sont remarquablement bons et la configuration est plutôt musclée à l'exception des possibilités graphiques. On remarque aussi quelques aspects originaux comme l'intégration du NFC. Malgré ses points forts, le Spectre One ne peut pas compenser son absence de tactile handicapante sur Windows 8, surtout à ce tarif.

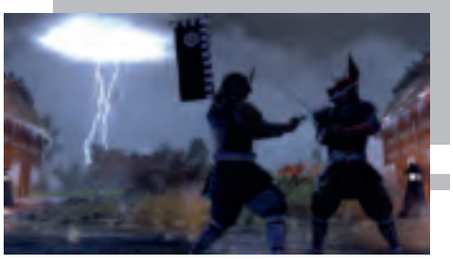
CARACTÉRISTIQUES

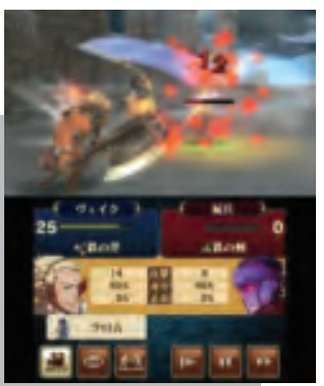
Processeur Intel Core i5-3770 , mémoire vive 8 Go, écrans 23 pouces LED (1920 x 1080), puce graphique Nvidia GeForce GT640M, disque dur 2 To , lecteur Blu-ray/graveur DVD±R/RW, WiFi n

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT HP, tél. : 01 57 62 89 39**
- **PRIX** 1399€









Bioshock Infinite

- **Action/aventure**
- **Le 26 mars**

Attendu de longue date, ce troisième volet de la saga Bioshock va quitter les sombres couloirs de la cité engloutie de Rapture pour la ville flottante de Columbia, symbole du rêve américain. Plus colorée et accueillante, celle-ci n'en recèle pas moins de sombres secrets. Dans le rôle d'un mercenaire, il s'agira de sauver une jeune femme dotée de mystérieux pouvoirs. Magie, combats et aventure sont au menu de ce titre à la réalisation somptueuse.

- PLAN MARKETING Non communiquée
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Irrational Games
- EDITEUR 2k Games
- DISTRIBUTEUR Take Two Interactive
- NOMBRE DE JOUEURS 1
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ 70€ environ

Lego City Undercover

- **Action**
- **Le 28 mars**

Le studio spécialiste du monde des jeux vidéo Lego, Travellers Tales, signe un titre inédit et exclusif à la nouvelle console de salon Nintendo. Celui-ci a la particularité de se présenter comme un monde ouvert dans lequel le joueur incarne un policier en chasse contre un criminel répandant la terreur autour de lui. Une centaine de véhicules pourront être utilisés par le joueur (voitures, hélicoptère, moto, avion) qui pourra également revêtir de multiples accoutrements pour pouvoir accéder à certains endroits de la ville. Le GamePad sert notamment à afficher une carte de la ville mais aussi à communiquer avec la station de police ou à scanner les lieux environnants.

- PLAN MARKETING Non communiqué. Une édition limitée du jeu sera livrée avec une figurine Lego du personnage principal.
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR TT Games
- EDITEUR Nintendo
- DISTRIBUTEUR Nintendo
- NOMBRE DE JOUEURS 1
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ 60€ environ (édition standard)

Total War Shogun 2 Gold Edition

- **Stratégie/gestion**
- **Le 8 mars**

Cette « Gold Edition » du jeu des Britanniques de The Creative Assembly regroupe les deux DLC (L'essor des Samouraïs et La Fin des Samouraïs) ainsi que huit packs de contenu sortis depuis. Salué par la critique, Total War Shogun 2 propose au joueur de s'immiscer dans le Japon de sa période féodale aux débuts de l'industrialisation. Mélange de stratégie en temps réel et en tour par tour, cette riche édition promet des heures de batailles et de gestion à travers l'Histoire du Pays du soleil levant.

- PLAN MARKETING Non communiqué. Le titre est visible en presse spécialisée historique avec notamment la revue Guerres & Histoire.
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR The Creative Assembly
- EDITEUR Sega
- DISTRIBUTEUR Koch Media
- NOMBRE DE JOUEURS NC
- JEU EN LIGNE Oui
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ NC

Fire Emblem : Awakening

- **Stratégie/rôle**
- **Le 19 avril**

Série historique bien connue des amateurs de jeux de rôle tactique, Fire Emblem fait sa première apparition sur Nintendo 3DS. Le scénario du jeu met en scène Lord Chrom, accompagné de son armée grandissante cherchant à débarrasser le monde d'une menace maléfique. Dans la lignée des précédents opus de la saga, le jeu repose sur des combats tactiques, des dialogues renforçant les liens entre les personnages et des choix lourds de conséquences. Des DLC sont d'ores et déjà annoncés dans la foulée de la sortie.

- PLAN MARKETING Non communiqué. Un bundle regroupant le jeu et une console en édition limitée est prévu au même moment.
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Intelligent Systems
- EDITEUR Nintendo
- DISTRIBUTEUR Nintendo
- NOMBRE DE JOUEURS NC
- JEU EN LIGNE NC
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ 45€ environ

Resident Evil 6

- **Action**
- **Le 22 mars**

Après les versions consoles de salon parues en octobre 2012, Capcom propose une adaptation de Resident Evil 6 sur PC. Proposé en version physique ou dématérialisée, cette version du survival horror très orienté action sera accompagnée de l'ensemble des mises à jour et extensions qui ont été proposées sur les versions consoles du titre (mode de difficulté supplémentaire, campagne d'Ada…). Jeu d'action à la troisième personne, le titre met en scène la menace d'un nouveau virus surpuissant. Plusieurs campagnes sont proposées via différentes personnages et du multijoueurs est aussi au programme.

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

30€ environ

Sly Cooper : Voleurs à travers leTemps

- **Plate-forme**
- **Le 27 mars**

La série Sly Cooper fait sa première apparition sur PS3 dans un titre inédit. Le raton-laveur voleur se lance ici dans une aventure où il sera question de voyage dans le temps et d'un tour du monde avec un gameplay alternant exploration, plates-formes, combats et bien sûr infiltration. Le joueur pourra incarner Sly Cooper ou l'un de ses acolytes. Via le procédé de « cross-buy », l'achat du jeu sur PS3 permet de télécharger gratuitement une version pour PS Vita. Via le « cross-play », il est possible de poursuivre sa partie à volonté sur l'une des deux consoles.

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

40€ environ

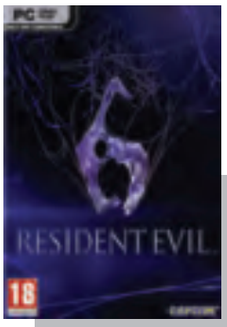
Borderlands 2 : Pack de contenu additionnel

- **Extension**
- **Disponible**

Cette extension physique pour Borderlands 2 (chose rare sur consoles) regroupe plusieurs contenus supplémentaires à destination du jeu d'action en vue subjective (sorti fin 2012). Sur une même galette, on retrouve ainsi deux campagnes supplémentaires, une nouvelle classe de personnages, de nouvelles armes, de nouveaux éléments de personnalisation de son personnage mais aussi une clé permettant d'accéder à un « butin rare ». Selon l'éditeur, l'extension embarquerait pour plus de 40 euros de contenus supplémentaires. Il est indispensable de posséder le jeu Borderlands 2 pour en profiter.

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Gearbox Software
- EDITEUR 2K Games
- DISTRIBUTEUR Take Two Interactive
- NOMBRE DE JOUEURS NC
- JEU EN LIGNE Oui
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

30€ environ



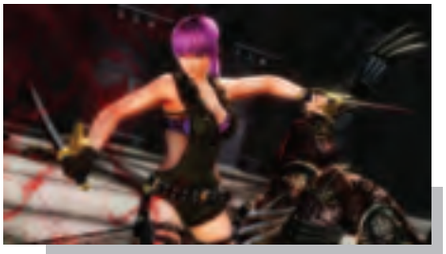
Ninja Gaiden 3 : Razor's Edge

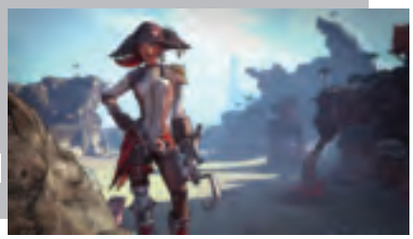
- **Action**
- **Le 24 avril**

Sorti il y a un an sur PS3 et Xbox 360, Ninja Gaiden 3 a profité d'une version améliorée sur Wii U il y a quelques semaines embarquant contenus supplémentaires et modes de jeux inédits. Tecmo Koei propose aujourd'hui de retrouver cette version survitaminée du jeu de combat à progression sur les consoles de Sony et Microsoft. L'éditeur annonce par ailleurs la compatibilité de la version Xbox 360 avec Smart Glass, permettant ainsi de profiter d'un second écran via smartphone ou tablette pour consulter des vidéos, des statistiques de jeu….

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Team Ninja
- EDITEUR Tecmo Koei
- DISTRIBUTEUR Koch Media France
- NOMBRE DE JOUEURS NC
- JEU EN LIGNE oui
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

40€ environ





Bande de potes
Nous York

- **Comédie**
- **27 mars**

Après le succès de Tout Ce qui Brille en 2009, le duo de réalisateurs, Géraldine Nakache et Hervé Mimran, récidive. Ces derniers ont fait appel à une partie du casting de leur précédent film, Leila Bekhti, Manu Payet et Nader Boussandel. Alors que Tout ce qui brille se focalisait sur l'histoire de deux filles, Nous York repose davantage sur un trio masculin. C'est également la première apparition au cinéma de Baptiste Lecaplain, connu pour avoir joué le colocataire du héros de Bref. Le film a totalisé 615 000 entrées en salles.

- MISE EN PLACE 30 000 exemplaires (DVD), 5 000 exemplaires (Blu-ray).
- PLAN MARKETING

Ciblant les 15-24 ans, le film bénéficie d'une campagne Web avec un partenariat avec Melty, d'un partenariat TV avec NT1 et d'un partenariat mobile avec M6 Mobile.

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

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray)

Aventure fantastique
Les Cinq Légendes

- **Animation**
- **1er mars**

Les Cinq Légendes est adapté de l'œuvre de William Joyce, The Guardian of Childhood. Il réunit des héros dotés de pouvoirs extraordinaires, le Père Noël, le Marchand de Sable, le Lapin de Pâques et la Fée des dents. Ces derniers demandent à Jack Frost de s'unir à eux pour vaincre Pitch, le croquemitaine, revenu du monde des ténèbres. Réunissant Gaspard Uliel et Nolwenn Leroy dans la version française et Chris Pine, Alec Baldwin, Hugh Jackman et Jude Law dans la version originale, ce film, concentré d'action et d'humour, s'adresse à la famille. Il a séduit 2,8 millions de spectateurs en France.

- MISE EN PLACE Non communiquée
- PLAN MARKETING

Le film est soutenu par une campagne TV du 25 mars au 7 avril sur TF1, M6, France 3, Nickelodeon, Disney Channel, Teletoon et un partenariat avec Gulli.

- EDITEUR DreamWorks Home Entertainment
- DISTRIBUTEUR Paramount Home Entertainment
- PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

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

Saga vampirique
Twilight Chapitre 5 : Révélation 2ème partie

- **Fantastique**
- **14 mars**

Cet épisode est adapté du 4ème et dernier roman de Stephenie Meyer. Si Twilight Révélation n'est qu'un seul et même livre, la production a divisé le roman en deux volets tournés en même temps. Et l'héroïne Kristen Stewart a dû s'adapter et jongler entre le rôle d'une jeune vampire et celui d'une humaine vivant une grossesse délicate. Cette deuxième partie a fait comme toujours des adeptes et a totalisé plus de 4,5 millions d'entrées.

- MISE EN PLACE 700 000 exemplaires
- PLAN MARKETING

La campagne média très puissante se compose d'un plan TV sur les chaînes du groupe M6 (M6, W9, 6Ter, Teva, Série Club), d'un partenariat avec NRJ et d'un soutien sur Fun Radio. S'ajoutent un dispositif événementiel d'affichage dans les principaux centres commerciaux, les dos de kiosque et campus/université ainsi qu'une campagne cinéma en amorce du film Sublimes Créatures. Internet n'est pas oublié avec une présence sur de nombreux sites (Allociné, NRJ, Skyrock, Melty.fr, M6 Replay, Voyages SNCF, L'Étudiant, Musiquemag, MSN, Chérie 25, MTV, Wat, Purepeople, Fun Radio). Une campagne sur les réseaux sociaux (Facebook) et une large couverture dans la presse féminine et généraliste (20 Minutes, Métro, Public, Be, Closer, Télé Star, Première) complètent les actions marketing.

- EDITEUR M6 Vidéo
- DISTRIBUTEUR Warner
- PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD), **24,99€** (Blu-ray),
29,99€ (DVD, parties 1 et 2), **39,99€** (Blu-ray, parties 1 et 2)

Ben Affleck consacré
Argo

- **Thriller**
- **13 mars**

Après Gone Baby Gone et The Town, l'acteur et cinéaste Ben Affleck signe avec Argo son troisième long métrage. Il réalise un coup de maître en décrochant l'Oscar du meilleur film et le César du meilleur film étranger. Le film s'inspire d'une histoire vraie lors de la révolution iranienne de 1979. Suite à la prise de l'ambassade américaine à Téhéran, six américains réussissent à s'échapper et trouvent refuge au domicile de l'ambassadeur canadien. La CIA monte alors un plan risqué pour les faire sortir du pays. Les diplomates américains se font passer pour les membres d'une équipe de tournage venue faire des repérages pour un film de science-fiction intitulé, Argo. Plus de 1,2 million de spectateurs ont vu ce thriller en France.

- MISE EN PLACE Non communiquée
- PLAN MARKETING

Warner ne souhaite pas communiquer sa campagne.

- EDITEUR Warner
- DISTRIBUTEUR Warner
- PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray)

1D
CASQUES ET ÉCOUTEURS ONE DIRECTION
SNAP-CAPS INTERCHANGEABLES
SNAP-CAPS
Officially Licensed Product
Série casques ONE DIRECTION
Casques One Direction Signature Officielle | SNAP-CAPS interchangeables | Signatures des membres du groupe.
Série écouteurs ONE DIRECTION
Écouteurs One Direction Signature Officielle | Logo 1D | câble plat à la mode | un choix de quatre couleurs.
www.xtrium.com
XTRIUM DISTRIBUE AUSSI EN FRANCE
EDIFIER
innergie
JAYS
MARWARE
RAZER
XTRIUM
DISTRIBUTEUR EXCLUSIF
BIENTÔT DISPONIBLES
EN EXCLUSIVITÉ !

L'ÉQUILIBRE VIE PRO ET VIE PERSO.

BlackBerry Balance.
Le meilleur des deux mondes pour optimiser la performance de votre business.

BlackBerry® Balance™ offre aux utilisateurs la liberté et la confidentialité dont ils ont besoin tout en apportant la sécurité et la gestion de leurs données et applications professionnelles. C'est l'équilibre parfait pro/perso spécialement conçu pour les smartphones BlackBerry 10 gérés via la solution BlackBerry Enterprise Service 10.

Pour en savoir plus sur BlackBerry Enterprise Service 10 et bénéficier de la version d'évaluation gratuite de 60 jours,** rendez-vous sur **blackberry.fr/business**

BlackBerry®

Keep Moving*

*Toujours en mouvement.
**Offre limitée dans le temps; sujette à changement. Restrictions possibles.
L'image d'écran est simulée. ©2013 BlackBerry Tous droits réservés. BlackBerry®, ainsi que les marques commerciales, noms et logos associés, sont la propriété de Research In Motion Limited et sont déposés et/ou utilizes aux États-Unis et dans d'autres pays du monde. Toutes les autres marques commerciales appartiennent à leurs propriétaires respectifs.