

SONY
make.believe

vivez le meilleur de Sony dans un smartphone

Au fil du temps, Sony a changé votre façon d'écouter, de filmer, de découvrir le monde. Aujourd'hui, retrouvez le meilleur de Sony dans le nouveau smartphone Xperia™ Z.

BE MOVED.*

Xperia™ Z



www.sonymobile.com

DAS** : 0.55 W/kg

*Vivez l'émotion. **Le DAS (débit d'absorption spécifique) des téléphones mobiles quantifie le niveau d'exposition maximal de l'utilisateur aux ondes électromagnétiques, pour une utilisation à l'oreille. La réglementation française impose que le DAS ne dépasse pas 2 W/kg. 'Sony', son logo, 'make.believe', les logos 'WALKMAN' et 'WALKMAN W' sont des marques commerciales de Sony Corporation. L'ensemble des marques commerciales et des logos sont des marques et des logos déposés et sont la propriété de leurs détenteurs respectifs. Xperia™ est une marque commerciale ou une marque déposée de Sony Mobile Communications. PlayStation est une marque ou une marque déposée de Sony Computer Entertainment, Inc. Android, Google Chrome et Google Play sont des marques déposées de Google Inc. ©2013 Sony Mobile Communications International AB. 439 961 905 R.C.S. Nanterre.

jdli

N°243 / 14 mai 2013

Spécial MedPi

jdli

Le Journal Des Loisirs Interactifs
www.jdli.com

N°243 / 14 mai 2013

Spécial MedPi

Aspire | P3

Le PC réinventé.

Acer recommande Windows 8.

acer
explore beyond limits™



Processeur Intel® Core™ i3-3229Y
Ultrabook™. Inspiré par Intel.

Acer et le logo Acer sont des marques déposées de Acer Incorporated © 2013 Acer Inc. Tous droits réservés. Intel, le Logo Intel, Intel Inside, Intel Core, Ultrabook, et Core Inside sont des marques de commerce d'Intel Corporation aux États-Unis et dans d'autres pays.



*Au-delà des limites

Aspire | P3

Le PC réinventé.

L'Aspire P3 est un Ultrabook™ hybride de 11,6 Pouces qui combine les atouts des Ultrabook™ et des tablettes dans un seul et unique châssis.

- Processeur Intel® Core™ i3-3229Y
- Windows 8
- Ecran IPS 11.6" 1366 x 768



Ultrabook™. Inspiré par Intel.

Campagne 360°

Lancement de la campagne
le 6 Mai 2013

Activation
Digitale

Communication
& Publicité

Activation
Trade Marketing

Des économies hautes en couleurs.

HP Officejet Pro. L'impression professionnelle jusqu'à 50% moins chère que le laser.¹ L'imprimante Tout-en-Un HP Officejet Pro est conçue pour permettre à votre entreprise d'imprimer à moindre coût des documents couleur de qualité supérieure. Faites bonne impression. Rendez-vous sur hp.com/fr/officejetpro



**Gamme
HP Officejet Pro**

*Donnez de l'importance

©2013 Hewlett-Packard Development Company, L.P. ¹Coût par page 50% moins cher. Affirmation fondée sur la comparaison effectuée avec la majorité des imprimantes laser couleur < 200€ HT et tout-en-un laser couleur < 400€ HT au mois de septembre 2012. Pour plus de détails, consultez hp.com/fr/officejetpro.

acer

explore beyond limits™*

Activation
Digitale

Relai sur les réseaux sociaux :



Web campagne avec bannières :



etc...

Communication
& Publicité

Plus de 8 semaines de campagne !

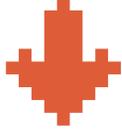


Activation
Trade Marketing

Un dispositif magasin impactant :



JUSQU'ICI TOUT VA MAL...



Les premiers mois de l'année sur la plupart des marchés que couvre le MedPi n'ont pas été bons quand ils n'ont pas été franchement mauvais. La situation des enseignes de distribution dont on ne parle plus que pour évoquer leur mise en vente ou leur entrée en bourse faute d'autre solution en est un des signes les plus patents. Il faut dire que le -9 % enregistré en 2012 par l'ensemble des enseignes suivies par GfK n'est pas là pour donner confiance à des investisseurs habitués à une « inexorable » croissance. La faute à la crise se rassurent les moins lucides... la faute aussi à des acteurs, fournisseurs comme distributeurs, qui ne parviennent pas à se départir de leurs réflexes d'un autre temps. Sur des marchés de renouvellement, comme sont ceux du téléviseur, de la photo, de la téléphonie ou de l'IT, ce n'est pas le prix qui va déclencher l'acte d'achat, c'est l'envie de franchir un palier dans la qualité du produit que l'on possède. Et pour cela, il faut communiquer, mettre en avant la valeur ajoutée, démontrer la plus-value.

Lorsque les marchés se contractent, le réflexe premier des industriels est de couper dans les dépenses, comme si le salut était dans la fermeture du portefeuille plus que dans l'investissement. Mais sans investissements, comment motiver le consommateur lui-même plutôt porté à thésauriser qu'à dépenser ? On a tendance à vite occulter que ces marchés sont des marchés d'offre et on préfère compter sur la demande pour servir de moteur de croissance... Autant dire qu'à part sur les marchés de la tablette et du smartphone, encore en phase d'équipement, la croissance n'est pas prête de revenir.

Le souhait que l'on doit formuler pour ce MedPi 2013, c'est avant tout que fournisseurs et distributeurs mettent le holà sur la bataille des prix pour se concentrer sur les meilleures façons de motiver les consommateurs pour franchir le pas du renouvellement d'un matériel qu'ils ne considèrent pas forcément comme obsolète. Pour cela, il faut clarifier les offres, simplifier la communication sur les plus-values des nouveaux produits et rassurer sur la pérennité des technologies proposées.

Sans une collaboration étroite, une concertation poussée entre ceux qui sont sur le même bateau, personne ne remontera le courant.

THE NEW BMW COLLECTION.*



*NOUVELLE COLLECTION BMW.

Official licensed product design by
CG MOBILE
cg-mobile.com



SOMMAIRE



8 Innovation, les coups de coeur

LE NOTEBOOK, LA TABLETTE

10 Focus

22 Interview Acer, Lenovo, Samsung

28 Panoramas notebook et tablette

LE SMARTPHONE

40 Focus

50 Interview BlackBerry, HTC, Sony Mobile

54 Panorama

L'ACCESSOIRE

60 Focus

68 Interview Comtrade, Port, Targus

L'AUDIO

74 Focus

86 Interview Hercules, Ryght

LA PHOTO

88 Focus

96 Interview Samsung, Nikon, Fujifilm

100 Panorama

LE TÉLÉVISEUR

104 Focus

114 Interview Haier, LG, Samsung

118 Panorama

JD Li

le Journal Des Loisirs Interactifs

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

Directeur de la publication
Laurent Guerder

RÉDACTION

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

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

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

Secrétaire de rédaction
Guy Pichard
guy@microcoop.com

Journalistes
Caroline Mauduit, Benoît Dupont, Jean-Luc Marianna, Roland Marianna, Pierre Stemmelin et François Arias

PUBLICITÉ

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

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

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

MAQUETTE

Directrice Artistique
Anastasia Babic
anastasia@microcoop.com

Rédacteurs graphistes
Benoît Maurice
Christophe Monfort

Photographe
Guy Pichard

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

Site Web : www.jdli.com

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

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

NVIDIA TEGRAZONE™



L'EXPÉRIENCE DE JEU EXTRÊME.
TEGRAZONE™, L'APPLICATION
POUR LES JOUEURS MOBILES.

PROFITEZ DES JEUX SUR TABLETTES ET TÉLÉPHONES
OPTIMISÉS POUR NVIDIA® TEGRA® 3

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.

Pour vérifier la compatibilité de votre appareil, rendez-vous sur www.nvidia.fr/tegrazone



ASUS® MeMO Pad Smart 10"

FLASHEZ &
TÉLÉCHARGEZ
L'APPLICATION
GRATUITE



INNOVATION

Il est rassurant de voir que certains fabricants sont encore capables d'innover radicalement. Il ne s'agit pas d'améliorer une fonction ou un concept existant mais bien d'inventer un nouvel appareil qui n'existe pas encore. On pourrait croire que c'est de plus en plus difficile à notre époque mais en fait, il n'y a pas de limite au génie humain. Autre point plutôt rassurant, cette innovation émane certes parfois des plus grands constructeurs mais tout aussi souvent de petites entreprises dont c'est le premier produit. Dans cette sélection, nous avons éliminé d'office tout ce qui relève du gadget pour ne retenir que les appareils dont l'usage est réel et correspond à un besoin.

NETATMO URBAN WEATHER STATION

L'idée est aussi simple que géniale. Pourquoi ne pas utiliser le smartphone pour afficher les données d'une station météo. Partant de cette réflexion, Netatmo propose deux capteurs, un pour l'extérieur et un autre pour l'intérieur, les deux communicants ensemble sans fil. Le module intérieur est relié à un serveur distant en WiFi. Il suffit donc de télécharger l'application gratuite pour consulter la station sur tout smartphone ou sur toute tablette iOS ou Android partout dans le monde. Outre les informations habituelles, Netatmo innove aussi en mesurant le taux de CO² dans la maison et la station signale quand il faut aérer. De même, un indice de pollution géo-localisé est fourni pour différer le jogging du dimanche le cas échéant. De plus, il est possible de programmer des alertes pour toutes les mesures par exemple quand la température descend au-dessous d'un certain seuil. A l'usage, la station se révèle extrêmement pratique, vraiment utile et très précise. ■

Sur le salon Nejatmo, Ravel D06



Sur le salon PDP, Diaghilev



AFTERGLOW, CÂBLE HDMI

Ca y est, ils sont devenus fous au JDLI se dit le lecteur en voyant un câble HDMI dans la sélection des meilleures innovations ! Non seulement c'est pertinent mais en plus cela montre que même sur un produit en apparence aussi banal, on peut innover fondamentalement. Désormais, la majorité des salons disposent d'un téléviseur plat auquel se raccordent au minimum deux appareils de type lecteur optique et box TV ADSL, quand ce ne sont pas trois ou quatre avec une console de jeu et un lecteur réseau. Dès lors, la salade de câble est assurée. Et bien plus que la déperdition du câble, c'est la fragilité de la prise HDMI qui pose problème. Les câbles Afterglow réunissent tout simplement ces câbles en un. C'est tout bête mais vraiment pratique. Et pour identifier facilement quelle prise est branchée sur quel appareil, les connecteurs sont colorés et s'illuminent. Mentions spéciale du jury pour avoir réussi à innover sur un sujet a priori aussi aride ! ■

Les coups de cœur de la rédaction

Sur le salon Computer Unlimited, Ravel C16



BRAVEN BVR-1

Les enceintes nomades sans fil pullulent et surtout se ressemblent toutes. Braven s'est dit que l'on pouvait aussi s'en servir à l'extérieur et pas que pendant un déjeuner sur l'herbe par exemple. En randonnée, à la plage, dans la neige, en pleine jungle : la BVR-1 n'a peur de rien. Elle est résistante aux chocs, à la poussière et même à l'eau. Tombée d'un mètre sur du béton, recouverte de terre, arrosée par une pluie diluvienne, rien ne l'impressionne et surtout rien ne l'empêche de fonctionner. De plus, elle est capable de charger un smartphone en cas de nécessité au fin fond de l'Amazonie... Souvent, il faut faire des concessions sur les appareils tout-terrain mais ici ce n'est pas le cas. La restitution sonore est exceptionnelle, la meilleure dans cette catégorie de taille. Une enceinte nomade Bluetooth à l'autonomie gargantuesque, indestructible et qui offre un très bon son, on peut dire que c'est innovant. ■

LENOVO YOGA

Avec la sortie de Windows 8, tous les constructeurs IT ont planché sur le sujet du convertible qui fait à la fois office d'ordinateur et de tablette, l'orblette ou le tabteur. Il faut reconnaître qu'ils ont fait preuve d'imagination. Mais des nombreux concepts, il y en a un qui émerge et comme souvent c'est l'idée la plus simple. Le Yoga est au départ un ordinateur tout ce qu'il y a de plus banal, enfin pas tout à fait car il est tactile, beau, léger, fin, performant et autonome, un ultrabook en somme. Sauf que l'écran est monté sur une double charnière qui permet de pivoter l'écran jusqu'à le mettre au dos du clavier à 360 degrés. Dans cette position, le clavier est inactif et le tout devient une tablette. Selon que l'on choisisse le modèle 11 ou 13 pouces, c'est plutôt une tablette qui devient ordinateur ou un ordinateur qui devient tablette. Et ce n'est pas tout. Comme en tant que tablette, le Yoga est un peu encombrant et lourd, surtout en 13 pouces, on peut mettre le clavier sur les genoux bien calé au fond du canapé et relever un peu l'écran. Le confort est alors maximal. Et si on veut regarder un film ou faire une présentation, il peut être posé sur la tranche avec l'écran un peu ouvert, comme un livre. C'est un concept vraiment génial et à l'usage il est évident. ■



Sur le salon Lenovo, Diaghilev U10



Sur le salon Samsung Photo, Tenje Esplanade

SAMUNG GALAXY CAMERA

Le smartphone prend des photos pas terribles mais permet de les retravailler et de les partager instantanément. L'appareil photo réalise de bons clichés et couvre toutes les situations avec un zoom puissant. Alors pourquoi ne pas réunir les avantages des deux ? C'est ce que Samsung a fait avec le Galaxy Camera, un compactphone en quelque sorte. Et comme le géant coréen n'a pas l'habitude de faire les choses à moitié, il a mis le meilleur des deux mondes dedans. Ainsi, on dispose d'un immense écran tactile, d'un processeur surpuissant, d'Android en version 4 et donc aussi de toutes les applications, notamment photo. Pour cette partie justement, Samsung utilise un capteur CMOS sensible et un zoom puissant 21x. Pour le partage, on se connecte en WiFi et même en 3G. Comme il faut un abonnement pour la 3G, Samsung sort en ce moment même une version seulement WiFi plus adaptée au marché français et moins chère. A l'usage, c'est franchement convainquant. L'immense écran tactile est un régal en amont comme en aval de la prise de vue. On peut bien évidemment télécharger toutes les applications ludiques qui font le bonheur de la photo sur smartphone et partager immédiatement le résultat sur les réseaux sociaux, le tout du bout des doigts. Le concept semble tellement évident que l'on attend désormais un hybride ou un reflex suivant le même chemin. ■

L'ORDINATEUR E

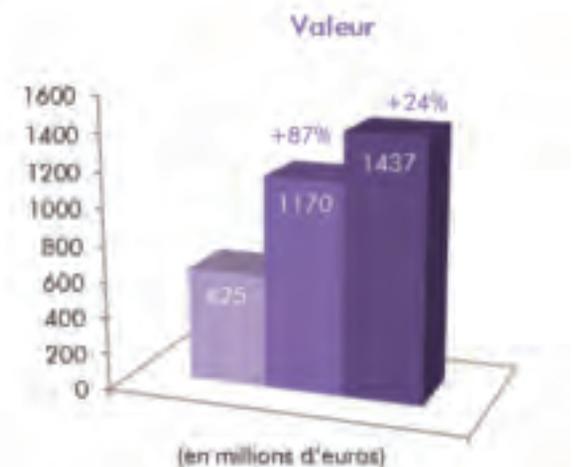
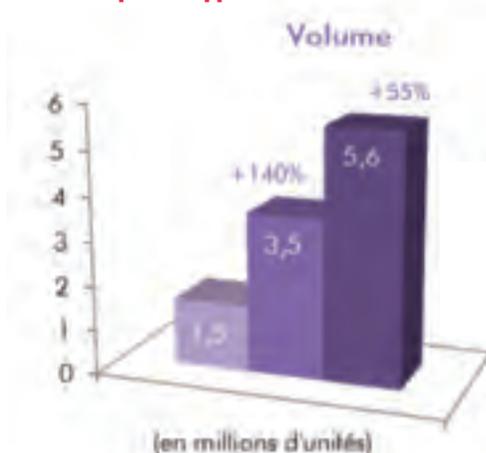


Entre l'ordinateur et la tablette, les frontières s'abolissent et c'est une bonne chose car cela peut générer de la valeur. Encore faut-il vendre par l'usage et ne pas brader car on a vu le résultat sur le marché de l'ordinateur. Le smartphone est donc l'exemple à suivre.

L'ordinateur portable et la tablette ne se cannibalisent pas, c'est ce que confirment tous les sondages avec une large majorité d'utilisateurs qui déclarent se servir des deux. C'est du moins le cas pour l'instant. La nouveauté 2013, c'est que les deux catégories s'imitent désormais, la tablette reprenant les mauvaises habitudes de l'ordinateur. Ce dernier a touché le fond l'année dernière avec un modèle de vente anachronique et des prix d'achat en forte hausse. Un ordinateur, c'est forcément un prix pour une configuration donnée et le seul argument de vente valable est la meilleure configuration possible au tarif le plus bas. Pour beaucoup dans la distribution et comme en 1990, l'ordinateur le plus attractif c'est celui qui à 399 euros (équivalent en francs de l'époque) dispose d'un mégaoctet de plus que celui vendu par le concurrent... Faire preuve d'autant d'autisme sur l'évolution de la technologie et des mœurs relève de l'exploit. On pourrait en rire si cela ne compromettait pas tout une industrie. C'est l'histoire des trois singes : je ne veux pas voir ce qui se

passer autour de moi, je n'écoute pas ce que l'on me dit et surtout je ne me remets pas en cause. Alors que la mobilité devient un moteur d'achat puissant avec un consommateur qui est attiré par l'objet, par son usage, sa qualité et son design avec à la clef des ventes record de smartphones à 600 euros et de casques à 100 euros, rien n'y fait. Année après année, les 4x3 français sont repeints par des ordinateurs à 399 euros. Et si le cours du dollar et les inondations en Thaïlande ne permettent plus de proposer du si bas prix, alors on ne vendra pas d'ordinateurs et puis un point c'est tout. Quasi malgré lui, le marché de l'ordinateur ultraportable se développe pourtant avec désormais plus de 12% en parts de marché alors que le prix moyen certes devenu plus abordable est incomparablement supérieur à celui de l'entrée de gamme en grande taille. Il y a des prix à respecter au-delà desquels un appareil ne peut pas se vendre en masse, surtout en ces temps de crise, mais cela ne veut pas dire qu'il faut obligatoirement ne vendre que du premier prix.

Les tablettes



ET LA TABLETTE

Les frontières s'abolissent



Cette tablette 11,6 pouces sous Windows 8 ne fait aucun compris sur la performance mais cela la situe dans une catégorie de poids et de prix qui peine à lutter avec une tablette Android.

ON BRADE

Arrive alors la tablette et on se dit qu'elle reprend intelligemment le discours d'usage du smartphone en préservant un prix moyen très haut, jusqu'à ce que la distribution et de nombreux nouveaux constructeurs entrants comprennent qu'il y avait là une manne profitable. Et comment fait-on ? Eh bien, on brade, comme pour l'ordinateur. Du coup depuis la mi-2012 fleurissent des tablettes à moins de 100 euros qui sur la fin de l'année ont fait la majorité des ventes alors qu'elles sont à la limite de l'inutilisable. Non seulement, on risque de dégoûter le consommateur mais surtout une fois qu'il est admis qu'une tablette vaut ce prix, impossible de revenir en arrière. Alors certes, il se vend plus de tablettes que d'ordinateurs mais à quel prix ? Si c'est pour passer d'un marché du netbook à 199 euros à un marché de la tablette à 59 euros (il y a eu des offres), sans 4x3 d'ailleurs car les marges ne permettront pas de les payer, on aura tout perdu !

QUE FAIRE ?

La tablette en tant que telle est donc sur une très mauvaise pente et il faut inverser la tendance tant qu'il en est encore temps. Sans cela, on va se retrouver dans une situation que l'on connaît bien avec un Apple qui vend à 500 euros et les autres à 50 ! Il est vrai qu'un Google qui veut se faire une place en hardware n'aide pas en proposant du haut de gamme bradé. Avec une tablette Nexus 7 à 200 euros qui offre tout ce dont on peut rêver, comment lutter ? En proposant deux fois moins cher avec des composants dépassés ? Ce n'est pas la bonne solution. En fait, plutôt que d'imiter l'ordinateur, mieux vaut copier le smartphone qui gère bien mieux une situation similaire car là aussi on a un Nexus 4 bradé. Du côté du système d'exploitation, Android est mature, performant, ergonomique et fluide. Google Play propose la plupart des blockbusters même si au global, la qualité des applications laisse à désirer comparé à l'App Store.



L'HP Envy X2 est une tablette déjà assez grande mais qui se transforme en véritable ordinateur ultraportable par l'adjonction d'un clavier.





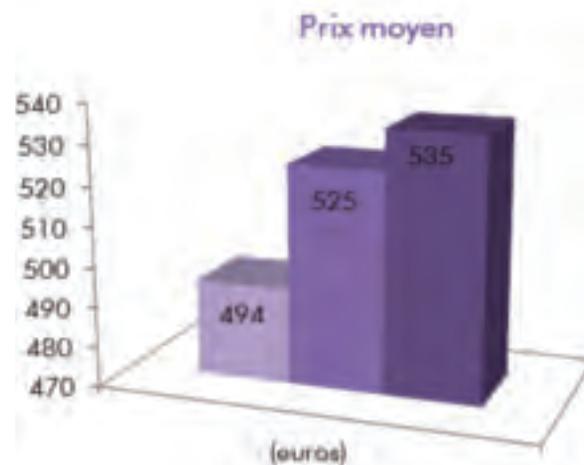
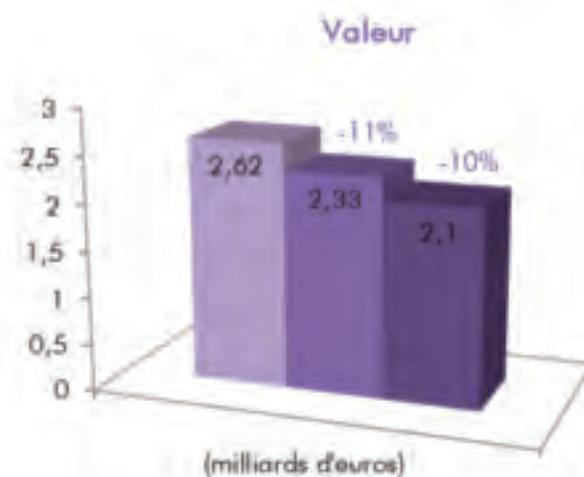
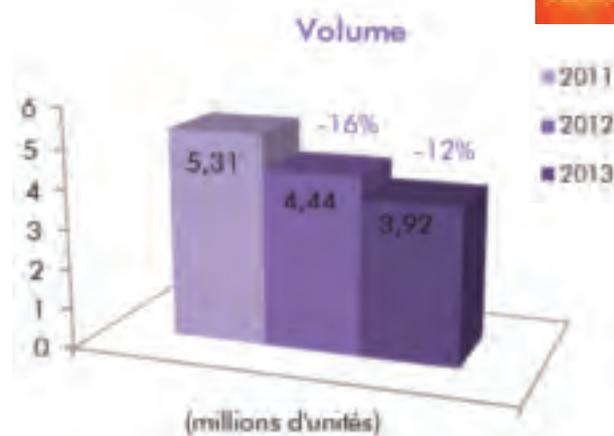
OSER LA DIVERSITÉ

On peut donc commencer par jouer sur le haut de gamme et sur la diversité. Déjà par la taille d'écran. Il n'est pas écrit dans le marbre qu'il ne faut faire que du sept et du dix pouces. Pourquoi pas du 11 et du neuf, voire du six et du 12 ? Un smartphone cinq pouces s'arrache, pourquoi pas une tablette de 12 pouces moins pratique à tenir à bout de bras mais avec plus de confort d'usage ? A titre de comparaison, téléphoner avec un smartphone de cinq pouces s'avère plus pénible que de tenir à deux mains une tablette de 12 pouces. Et en dehors du monde PC, on peut travailler sur la finesse et le poids car ce sont les mêmes composants que dans un smartphone. Il est curieux que personne ne suive cette voie. De même comme en smartphone, il est possible de proposer des processeurs puissants qui font d'autant plus sens sur une tablette, d'augmenter la résolution de l'écran, d'intégrer de nouvelles fonctionnalités comme le NFC, le Miracast, voire la 4G. Comme la tablette est devenue un appareil de streaming performant et que tout se fait en ligne désormais, la 4G fait sens. Reste à voir si les opérateurs auront l'audace de proposer un abonnement couplé au téléphone à un prix décent. S'il faut payer cinq à 10 euros par mois en plus, ce sera un succès. Quoi qu'il en soit, il faut promouvoir le nomadisme maximal par rapport à la taille d'écran et l'équipement le plus complet possible tout en l'illustrant par des usages. Même si Real Racing 3 (le jeu d'Electronic Arts) sur iPad ne montre pas la voie par son modèle d'achat intégré permanent qui prend le joueur pour un pigeon, il faut montrer la qualité de ce titre qui n'a rien à envier aux jeux sur consoles de salon. Démontrer la qualité de l'écran par des photos et des vidéos Full-HD en streaming sera tout aussi efficace.

Apple décline à son tour sa tablette par un modèle plus nomade très séduisant d'aspect et qui n'enjame en rien la valorisation.



Les ordinateurs portables





7"

RK3066 1,6GHz
HD 1024 x 600
8gb extensible
Easy Game Decoder

EXCLUSIF

Easy Game Decoder :

Adaptez facilement tous les boutons à vos jeux.



9.7"

RK2928 1,0GHz
HD 1024 x 768
4gb extensible



 **BT-H2**
Bluetooth Headset



 **BT-S2**
Bluetooth
Sound Stand Station



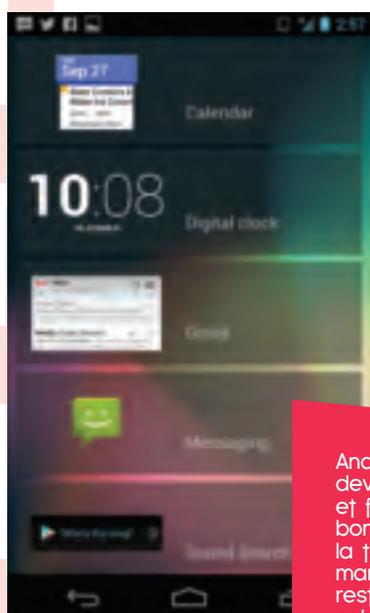
10.1"

RK3066 1,6GHz
HD 1024 x 600
4gb extensible





Certains jeux n'ont plus rien à envier à un titre sur console de salon.



Android est devenu mature et fournit une très bonne interface à la tablette mais le marché applicatif reste derrière celui d'Apple.

Les tablettes premier prix tirent le marché vers le bas et offrent une expérience utilisateur décevante.



WINDOWS 8 HYBRIDE

Et puis il y a Windows 8 ! Après des mois d'utilisation, on s'aperçoit qu'il s'agit d'un système hybride en fait. D'un côté, il y a la nouvelle interface tactile et les applications qui devraient aller avec. De l'autre, un bureau et le monde PC. Le problème, c'est que les deux sont juxtaposés mais pas intégrés l'un dans l'autre. En fait sur la même machine, on fait de la tablette et de l'ordinateur mais jamais ensemble. Sur un ordinateur non tactile après une semaine ou deux, on installe Start 8 et l'interface tactile est oubliée. Pourtant, elle est indéniablement très réussie. Il n'y a qu'un problème, le manque d'applications. Alors Microsoft va rétorquer qu'il y en a des milliers. Certes, mais il manque de nombreux blockbusters et ceux qui répondent présents ne sont pas toujours très réussis. Pour eBay par exemple, il suffit de comparer la version iPad à celle de Windows 8 qui ne redimensionne même pas les photos. En termes de jeux, c'est le désert avec au mieux un flipper un peu joli. La seule lueur d'espoir est un Rayman, le jeu le plus vendu sur tablette, qui vient d'arriver.

UNE TABLETTE SOUS WINDOWS 8 ?

Que faut-il en retenir pour l'avenir ? Windows 8 est installé d'office sur tous les ordinateurs, ce qui crée de facto un immense parc installé. On peut donc légitimement penser que le magasin se remplira rapidement et que du coup, la seule interface tactile suffira à alimenter une vraie tablette sous Windows 8. Car il y a de nombreux avantages à en concevoir. L'interface personnelle informe dès la page d'accueil, agrège les contacts et les messageries, permet de retrouver son environnement en tout lieu. Le tout, c'est qu'il faut oublier le PC. Qu'on utilise RT et un processeur mobile ou du x86, peu importe. Les logiciels propres au PC et qui ont fait son succès doivent être utilisables en tactile, que ce soit Word, Excel, Photoshop ou tous les autres. On a la base du programme, il faut travailler sur l'ergonomie tactile. Il y a un autre aspect qui parle en faveur des tablettes sous Windows : l'intégration du système d'Entertainment de la Xbox qui est une vraie réussite pour la musique, la vidéo et le jeu. Alors qui aura le courage de sortir des tablettes sept et 10 pouces sous Windows 8 en travaillant la performance et la finesse ?

VERS LA MOBILITÉ

Ce que Windows 8 aura en tous les cas réussi, c'est de rendre la frontière entre la tablette et l'ordinateur de plus en plus floue. L'ordinateur portable demeure une nécessité, on l'utilise de plus en plus souvent pour son travail et son loisir

Accompagnez votre enfant dans son **apprentissage**
des **loisirs numériques**



2 interfaces: parents / enfants



5 applications de
Contrôle parental



Créez le **contenu**
avec votre **enfant**



Programmation
à la carte



Connexion internet
sécurisée



Ecran **HD**
1024 x 600



Camera **1,3MP**

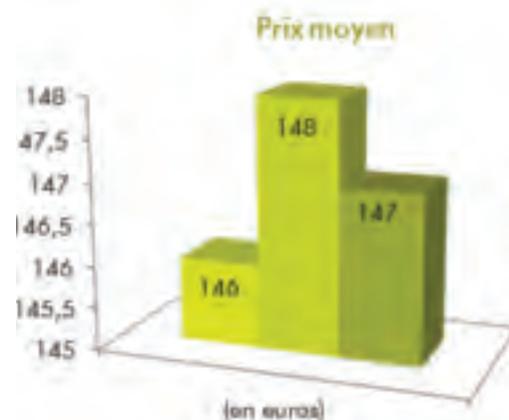
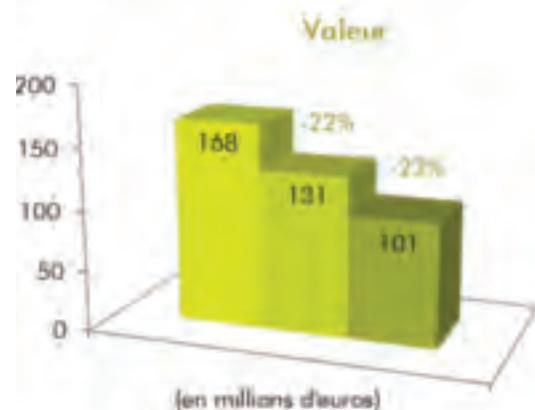
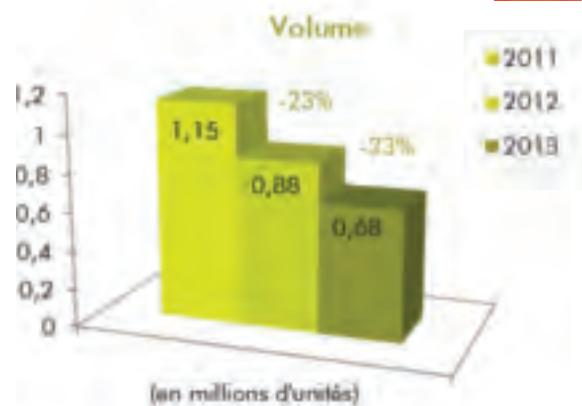


Memup prouve qu'il est possible de réaliser une tablette entrée de gamme qui n'exclut pas la valeur ajoutée et qui propose une expérience digne de ce nom.



en tant qu'objet personnel. C'est d'ailleurs une piste de valeur intéressante pour le magasin qui n'en profite pas assez. L'ordinateur pro et perso comme HP sait si bien le mettre en avant, c'est une partie de réponse à la dévalorisation du PC. Mais même en dehors de cet aspect et sans parler tactile, l'ordinateur portable va vers la mobilité. Certes la distribution aura tout fait pour l'empêcher en ne communiquant que sur du gros et du lourd pas cher mais on le sent, le vent est en train de tourner. On ne peut que féliciter Intel d'avoir initié l'ultrabook, un acte courageux face à une distribution conservatrice. Il fallait un électrochoc pour sortir l'ordinateur de sa prison d'objet nécessaire mais pas sexy. Alors certes, les ventes ne sont pas à la hauteur des espérances mais la graine a été semée. Intel le fait aussi car il veut promouvoir ses processeurs mobiles performants vendus chers mais c'est la seule issue pour la valeur du marché. Mais Intel ne peut pas y arriver tout seul si la distribution fait tout pour l'empêcher. L'ordinateur multimédia et celui de 17 pouces doivent être déclarés mourants, c'est le début. L'heure est à la mobilité et au discours d'usage. L'ordinateur doit être un objet style de vie comme le smartphone et le casque. Il doit accompagner l'utilisateur dans son travail mais aussi dans ses passions et dans sa vie personnelle rythmée par les réseaux sociaux. Pour cela, il doit être léger et compact, agréable à regarder et valorisant. Certes, il faut des performances mais c'est une évidence. Bien plus important, de l'autonomie, de la connexion sans fil à gogo et de la réactivité sont nécessaires. Il faut oublier le disque dur, vive le SSD ! Or il est possible de fabriquer un tel ordinateur sexy et

Les moniteurs



En 10 pouces haut de gamme, Google affronte l'iPad avec une tablette très séduisante et très qualitative. Elle propose notamment un écran remarquable.

Lenovo® recommande Windows 8.

Esthétique, rapide, fluide  Windows 8

LENOVO YOGA, IL SE MET EN 4 POUR VOUS.



Mode Portable



Mode Chevalet



Mode Tente



Mode Tablette



Pour plus d'information
<http://www.lenovo.com/fr>

Retrouvez-nous au Medpi
STAND U10
HALL DIAGHILEV

lenovo® **FOR**
THOSE
WHO DO.™



Un ordinateur tactile peut être aussi séduisant et performant comme le prouvent les S7 d'Acer mais cela a un prix.

nomade à des prix compatibles avec le marché de masse comme le prouvent Acer et Asus. Et c'est l'avenir de ce secteur. On débute à 500 euros et puis on monte en gamme. Mais le premier prix ne sert qu'à montrer le chemin pour vendre plus cher. Typiquement, c'est un ordinateur à 600 euros qui est déjà beau et qualitatif avant d'être fin, léger, autonome, réactif et performant. Et cela n'exclut pas le 15 pouces au contraire. Avec un poids de deux kilos dès 500 euros, les constructeurs montrent que l'on peut faire fin et léger sans sacrifier la performance ou la compacité.

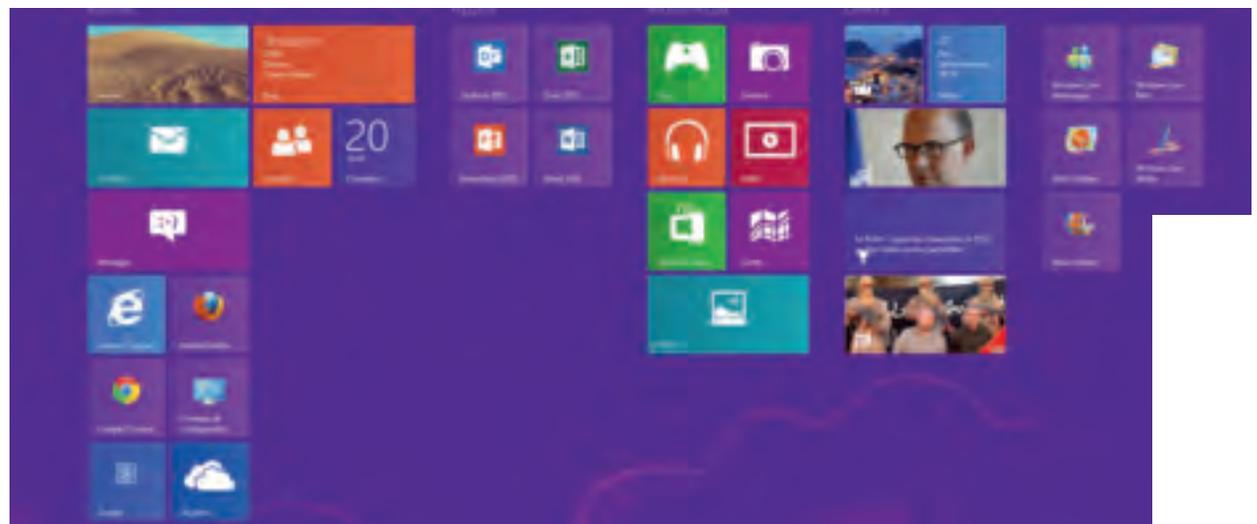
ET LE TACTILE

Windows 8 incite bien sûr à passer l'ordinateur portable en tactile. Mais qu'en est-il de la valeur d'usage réelle ? Aujourd'hui, l'univers applicatif est encore en devenir. Pour autant, on utilise le tactile pour surfer, lire un mail, regarder une vidéo ou des photos... Que le tactile devienne une évidence dans tout ordinateur portable n'est qu'une question de temps et surtout d'argent. Le surcoût de 100 euros actuellement exigé n'est pas encore totalement justifié par l'usage et surtout il y a toujours ce fameux seuil de prix dont la distribution ne veut pas déborder. Alors entre le modèle à 399 sans

La Nexus 7 de Google est une offre piège pour le marché. Cette tablette nomade offre tout le nécessaire et même plus à un prix très attractif.



Windows 8 propose une interface tactile en phase avec son temps.





Apple continue à dominer l'univers de la tablette par une offre applicative riche et de grande qualité, un facteur essentiel et plus important que le matériel.



tactile et le même à 499 en tactile, le choix est vite fait par le consommateur mais c'est parce qu'on lui présente la chose sous le mauvais angle. Si on oublie la mise en avant de la configuration, ce n'est plus un problème, d'autant plus que les prix baissent actuellement. A la rentrée, le surcoût pourrait être diminué de moitié et on pourra alors le noyer dans la configuration. Gageons que d'ici la fin de l'année, l'offre aura migré en partie vers le tactile.

FUSION

Le tactile n'est pas le principal intérêt de Windows 8. C'est plutôt d'abolir la frontière avec la tablette. Car à partir du moment où on est en tactile, il tombe sous le sens de transformer l'ordinateur en tablette ou l'inverse. Prenez une tablette de 10 pouces ou plus, ajoutez lui un clavier amovible doté d'une batterie supplémentaire et elle se transforme en super netbook longue durée. Des produits comme l'Acer W510 ou l'HP Envy X2 sont évidents. Mais ils achoppent encore et toujours sur la logique de promotion qui hante la distribution. Il faut dépenser au minima 600 euros pour s'offrir un tel appareil alors que les performances sont moindres que sur un ordinateur au même prix. Ce n'est pas du tout un problème en soi mais si on compare seulement le rapport configuration/prix, c'est fichu. Pour les usages non

professionnels, les performances du convertible tablette plus clavier suffisent largement. On peut répondre aux mails, organiser, tout faire tant qu'il ne s'agit pas de retouche photo lourde ou de tableaux Excel à 200 entrées. Gageons que cette année, il y aura des offres à partir de 500 euros en 10 pouces et à partir de 600 euros en 11,6 pouces. On peut aussi rêver à des enseignes qui mettent ces produits géniaux réellement en avant.

ORDINATEUR TRANSFORMABLE

En abordant la fusion par l'autre bout, on peut prendre un ordinateur ultra-mobile et le transformer en tablette à l'occasion. Sur ce point, les constructeurs ont rivalisé d'ingéniosité pour des concepts plus ou moins réussis. Il y a le clavier qui glisse pour se mettre sous l'écran chez Toshiba et chez Sony, ce n'est pas le plus pratique au quotidien. Ensuite, l'écran qui tourne dans un cadre chez Dell, c'est déjà beaucoup mieux mais c'est Lenovo qui a trouvé le meilleur principe en faisant basculer l'écran au dos du clavier sur ses Yoga. Après des mois passés à l'utiliser, on



Acer prouve qu'il est possible de réaliser une tablette Windows 8 convaincante qui se transforme en netbook longue durée par l'adjonction d'un clavier.





Le Yoga est un concept génial qui transforme un ordinateur ultra-mobile sans compromis en tablette convaincante.

accepte volontiers le léger surpoids par rapport à un ultrabook conventionnel. Le Yoga pourrait remplacer la tablette à la maison s'il y avait un univers applicatif complet. L'usage sur les genoux avec l'écran un peu relevé est vraiment convaincant. Ces hybrides peuvent se décliner en 11,6 et 13,3 pouces selon que l'on privilégie l'aspect confort ou mobile. Si évidemment un tel ordinateur ne remplace pas une tablette sept ou même 10 pouces quand il ne s'agit que de consultation, c'est un appareil universel qui peut vraiment couvrir un usage très large. D'autant plus que les performances et la réactivité contribuent au confort de manière non négligeable. Reste là encore le problème du prix. Cela commence à 999 euros ce qui réduit beaucoup le champ d'action et évidemment si on suit la logique de la distribution, la comparaison avec un ordinateur non convertible au même prix est fatale. Mais on ne peut qu'être confiant à terme. Les prix vont forcément baisser et l'appareil est d'un usage tellement évident que même si le magasin s'évertue à le cacher dans un coin, il finira par percer. Et on en vient à se dire que si Apple sortait un convertible avec une fusion entre iOS et Mac OS, la distribution se plaindrait de ne pouvoir en profiter.

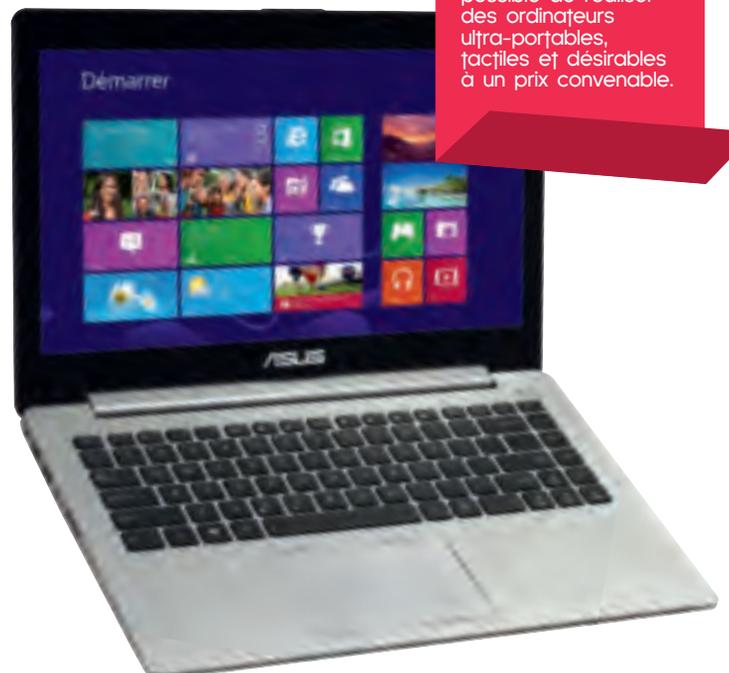
SANS FRONTIÈRES

Tout cela tend à montrer que les catégories vont s'abolir d'elles-mêmes pour les écrans nomades. A terme, il n'y aura plus de smartphone, de tablette ou d'ordinateur mais simplement des appareils qui se définissent avant tout par leur taille d'écran. Ils serviront tous de téléphone, de tablette et d'ordinateur avec l'accent mis sur le confort ou le nomadisme. Avec les processeurs mobiles qui arrivent cette année, les performances seront plus que suffisantes quelle que soit la taille et l'architecture. En revanche, la taille conditionnera toujours le degré de mobilité et de confort. Et on aura plusieurs appareils selon ses usages, ses besoins et ses envies. Il ne faudra surtout plus catégoriser. Il y aura du tactile partout et les mêmes usages mais avec des priorités.

ET L'ORDINATEUR FIXE...

Enfin, reste l'ordinateur fixe avec un tout-en-un revigoré par le tactile. A-t-il une chance de figurer dans l'équation qui se dessine par la fusion des appareils mobiles ? A voir. Déjà, les tentatives de le rendre mobile avec des tablettes géantes de 20 pouces et plus ne sont pas très convaincantes à l'usage. En revanche, un tout-en-un dont l'écran s'approche et s'incline pour l'usage tactile l'est. Là encore, le prix est un frein car faire dépenser plus de 1 500 euros pour un 27 pouces tactile élégant, c'est difficile. Reste à voir comment évolueront les coûts de fabrication sur les grandes dalles tactiles et si les développeurs vont créer des applications justifiant le tactile en grande taille. Ce sont les deux facteurs qui vont conditionner le succès. Il y a une autre catégorie qui pourrait renaître par le nomadisme, c'est le moniteur. Son seul avenir possible est de fournir à l'appareil mobile un espace d'affichage confortable à la maison. C'est un usage très pertinent au fur et à mesure que l'on s'oriente vers des appareils de plus en plus nomades. Pour cela, il doit changer d'image radicalement et là encore, la distribution aura un rôle crucial à jouer. Il ne doit plus être présenté comme un périphérique de l'ordinateur fixe mais comme une extension logique du smartphone, de la tablette et de l'ordinateur portable. Avec des connexions MHL HDMI et sans fil Miracast qui se généralisent, c'est possible. Il faudra aussi qu'il devienne tactile tout en restant abordable. ■

Asus prouve qu'il est possible de réaliser des ordinateurs ultra-portables, tactiles et désirables à un prix convenable.



Ordinateur All-in-One PC Transformer AiO



reddot design award
winner 2013

LA BEAUTÉ DU CHOIX, L'ÉLÉGANCE DU DESIGN.

ASUS lève le voile sur sa dernière nouveauté hybride, l'ASUS Transformer AiO. Il est le premier PC Tout-en-Un (All-in-One) fonctionnant sous Windows 8 et disposant d'un écran détachable permettant de l'utiliser aussi comme une tablette tactile indépendante sous Android 4.1.

Grâce à cette combinaison, l'ASUS Transformer AiO offre aux utilisateurs de multiples possibilités d'usage multimédia et bureautique. Vous profitez ainsi de vos applications Android et Windows sans avoir besoin de choisir!



ACER

Angelo d'Ambrosio, Directeur de la Division grand public France

Sur le marché de l'ordinateur portable, est-ce que le segment ultramobile va s'imposer et quel effet cela aura-t-il sur la valeur du marché ?

Nous prévoyons une forte augmentation de l'ultra-mobilité dans les mois à venir. Elle prend tout son sens avec l'arrivée de la technologie tactile qui mêle intuitivité et réactivité, ce qui est essentiel à l'utilisation nomade. La mobilité a toujours été ancrée dans l'ADN d'Acer, l'ultra-mobilité est donc un cheminement logique dans notre stratégie produit. Pour Acer, l'ultra-mobilité se retrouve dans les segments tablette, ultrabook et smartphone. Elle augmentera la valeur du marché car elle fait appel à des composants plus sophistiqués. La dalle tactile déjà est plus onéreuse qu'un modèle traditionnel. Il en va de même pour les technologies de dernière génération intégrées à ces produits comme les processeurs basse consommation, les SSD, les résolutions d'écran plus élevées, les matériaux plus recherchés, par exemple le verre Gorilla. La miniaturisation des appareils profite également au développement d'options qui deviennent de vrais accessoires de la vie courante et qui favorisent la vente additionnelle comme la housse de transport ou de protection, le lecteur externe, la batterie supplémentaire, le clavier Bluetooth...

L'écran tactile et l'hybride PC/tablette vont-ils à terme permettre de retrouver une croissance sur le marché de l'ordinateur portable ?

Le tactile ainsi que les produits hybrides représentent une nouvelle opportunité pour notre marché. Le tactile vient incontestablement apporter un nouveau souffle et permet de réinventer de nouveaux formats. On y trouve notamment les tablettes et/ou les hybrides de différentes tailles d'écran avec ou sans clavier, les ultrabooks et certains ordinateurs portables. Le tactile les rend encore plus attractif, facilite l'utilisation et répond à de nombreux besoins. Les PC hybrides et les tablettes, quant à eux, représentent un nouveau segment de marché en phase avec les manières d'interagir et de communiquer actuelles et en devenir.

Comment va évoluer le marché de la tablette cette année ? Est-ce que l'on s'oriente vers une perte de valeur ? Le segment nomade va-t-il croître ?

La tablette va poursuivre sa croissance tant dans le monde grand public que professionnel car elle couvre de nouveaux besoins de consommation, de consultation, de production et de mobilité. Elle est également amenée à évoluer par les usages et les avantages qu'apportent les différents formats, systèmes d'exploitation et contenus disponibles sur le marché. Nous ne sommes qu'au début de l'ère de la tablette. Nous pouvons nous attendre à de nouvelles avancées technologiques et à des formats inédits. Il y aura sans doute une perte de valeur lorsque le marché arrivera à maturité, ce qui est encore loin devant nous. Le segment nomade a de belles perspectives d'évolution, notamment avec les nouvelles offres des opérateurs. A l'époque, l'arrivée d'Internet et de l'ADSL avaient donné une nouvelle envergure au PC. Ce fut une révolution avec une communication plus fluide, des échanges immédiats. L'arrivée de la 4G sera un levier de croissance pour le segment nomade ce qui favorise à son tour l'émergence de produits encore plus fins et plus légers à avoir sur soi en permanence.

Est-ce que Windows 8 peut jouer un rôle significatif sur le marché des tablettes ou faut-il plutôt y voir une opportunité pour développer l'ordinateur portable convertible ?

Windows 8 va jouer un rôle significatif puisqu'il convient parfaitement au tactile. De plus, la stratégie multi-écrans de Microsoft s'applique à tous les formats et concerne donc aussi bien la tablette ou le convertible que l'ordinateur portable traditionnel et le smartphone. L'univers Windows 8 est une opportunité pour le marché de la mobilité en général. ■



« Nous prévoyons une forte augmentation de l'ultra-mobilité dans les mois à venir. »



Le premier distributeur européen
pour le monde Apple, le Digital Home et les pros de la création.

Force de vente terrain
Digital drawing Technologies de l'Information
Conseil **Groupe Européen** Logiciels
Monde Apple Accessoires Voiture 3000 Revendeurs
CU France 10 ans d'Existence Scanners
Retail Systèmes sans Fil **Digital Home** APR
Logistique Magasins Hi-Fi Equipe France : **27 personnes**
Leader Européen **Computers** Valeur Ajoutée
Distributeur Indépendant Son Stocks
Sécurité **Unlimited** Etabli en **1985**
Filiales à Paris et Barcelone **28 ans d'Expérience**
Creative Professional E-tail
Compétitivité Gamme complète Siège à Londres
Accessoires Apple Chargeur Accessoires Tablettes
Partenaire Privilégié de
Votre business développement



Ils nous font confiance :



Adobe



Wacom



twelve south

PHILIPS

kanex

pdp



IRIS

TYLT
BUILT FOR TYLT

GRIFFIN

elgato

INCIPIO

lock'n'charge
technologies

FUJITSU

STUCANO

moshi

CYGNETT

lock'n'charge

SONOS
THE WIRELESS HI-FI SYSTEM

FLEXSON

LIBRATONE

BRAVEN

PODSPEAKERS
by Sonos

Pour tout contact
01 39 15 92 92 - www.unlimited.com

MedPi 2013 - Stand C16 - Hall Ravel



LENOVO

Raphaël de Perlinghi, Directeur général grand public France

Est-ce que le segment ultramobile va s'imposer pour l'ordinateur portable et quel effet cela aura-t-il sur la valeur du marché ?

Pour l'heure, le 15 pouces représente toujours la partie la plus importante avec 42% de parts de marché. Le segment de la mobilité 14 pouces et moins est encore cantonné à 20%. Cependant, il est en croissance et on perçoit un intérêt grandissant de la part du consommateur. Pour qu'il prenne réellement son envol, il faut que les prix soient compatibles avec les seuils qui font l'essentiel du marché. Et on y arrive peu à peu. C'est en premier le format 11,6 pouces qui devrait croître rapidement car il permet de proposer la mobilité et suffisamment de performances à des tarifs abordables. Un tel ordinateur est comparable au netbook mais avec des bonnes performances et du tactile. Ainsi, nous allons lancer un 11,6 pouces tactile équipé d'un processeur Core i d'Intel à 499 euros. Le segment plus premium de l'ultrabook en 13 et 14 pouces devrait croître également mais dans des proportions moindres car à des prix de 799 euros et plus, les volumes sont forcément plus restreints. Si la démocratisation se poursuit, on peut penser que d'ici à la fin de l'année le segment 14 pouces et moins pourrait représenter 40% des ventes.

L'écran tactile et l'hybride vont-ils permettre de retrouver une croissance pour l'ordinateur portable ?

Nous pensons que le tactile devrait être un moteur de valeur important dès cette année. Tout d'abord, cela permet de mieux exploiter Windows 8 mais aussi de proposer au consommateur un usage enthousiasmant alors que la technique et la configuration l'intéressent de moins en moins. Microsoft consent également un effort sur le tarif de son OS quand il est utilisé sur des tailles de 11,6 pouces et inférieures. Sur les petits modèles, il sera possible de limiter le surcoût du tactile à une cinquantaine d'euros, ce qui va permettre d'atteindre des prix compatibles avec de forts volumes. Le tactile est un puissant moteur de renouvellement car il est simple à expliquer en termes de bénéfices avec une interface tactile et un magasin d'applications reconnues par le grand public dans l'univers smartphone. Pour le convertible, il y a là encore des seuils de prix qui vont conditionner les volumes possibles. C'est un excellent moyen pour valoriser encore davantage un ultrabook qui convainc déjà par ses performances, son autonomie et sa réactivité. Le rendre tactile et le transformer en tablette par notre concept Yoga est une évidence en termes d'usage. Nous allons maintenant tout faire pour proposer cela à des tarifs plus accessibles. Ainsi, le premier modèle de notre Yoga 13 va passer sous la barre des 1 000 euros, le nouveau Yoga 11 équipé d'un processeur Intel Core i3 sera disponible à 799 euros et le Yoga 11 en Windows RT va passer à 699 euros avec de surcroît une offre de remboursement de 100 euros. C'est donc une réelle démocratisation qui devrait avoir un effet bénéfique sur les volumes. Nous allons également lancer des tablettes 10 pouces avec clavier amovible et équipées en processeur Intel Atom à des prix qui devraient démarrer à 499 euros. A ce tarif, il devrait vraiment être possible de convaincre largement.

Comment va évoluer le marché de la tablette cette année ? Est-ce que l'on s'oriente vers une perte de valeur ? Le segment plus nomade va-t-il croître ?

Cette année encore, les volumes vont très fortement progresser, peut-être doubler même. Il est donc logique que le prix moyen s'érode. Ce n'est pas un problème en soi tant que l'on maintient une offre cohérente avec un premier prix qui procure déjà une expérience satisfaisante et ensuite une montée en gamme logique et progressive. Nous avons de grandes ambitions sur la tablette et nous arrivons avec une gamme complète. Nous pensons effectivement que le segment entrée de gamme nomade va

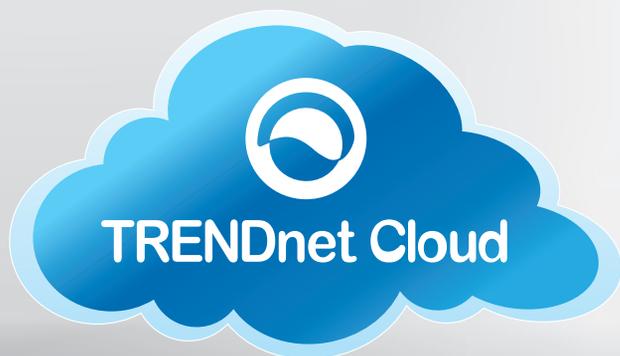
encore prendre de l'importance et nous proposons la tablette A1000 à 149 euros, certes entrée de gamme mais équipée de composants de qualité. On peut penser que ceux qui ont acheté des modèles premier prix sous les 100 euros seront forcément déçus et reviendront vers des modèles de ce type avec la garantie d'un grande marque. Nous allons ensuite inciter à la montée en gamme avec l'A3000, toujours en sept pouces mais équipée d'une dalle IPS, d'un lecteur SD et de la 3G à 199 euros. En 10 pouces, l'A600 intègrera un processeur quad-core et 16 Go dès 249 euros. Nous montrons la gamme au MedPi. C'est un enjeu de taille pour nous et nous avons d'ailleurs investi dans nos propres usines dédiées à l'assemblage de nos tablettes. Avec cette gamme très compétitive et attractive, nous espérons devenir un acteur significatif en France.

Windows 8 peut-il jouer un rôle significatif sur le marché des tablettes ou faut-il plutôt y voir une opportunité pour développer l'ordinateur portable convertible ?

A mon sens, sur la partie tablette, Windows 8 va se concentrer sur le premium à partir de 499 euros et face à Apple. Forcément, les volumes seront limités de par ce positionnement. De plus, il y aura fort à faire face à l'iPad. Windows 8 se justifie plus facilement en montant en taille et en s'approchant de l'ordinateur avec un clavier qui s'ajoute ou un concept convertible. Notre Mix en 10 pouces à 499 euros peut ainsi se transformer en netbook, ce qui lui procure un avantage sur le monde Apple. ■



Nouvelles caméras de vidéosurveillance



Plus besoin d'être un expert en réseau pour mettre en place un système de vidéosurveillance.



Do It Yourself

Installation facile

Sans paramétrage de votre box Internet ou de votre routeur.



Disponible gratuitement sur tous vos appareils

Application iOS et Android pour smartphone et tablette.
Fonctionne sur tous les navigateurs (IE, Chrome, Safari, Firefox).



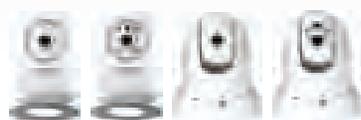
Surveillance 24h/24

Visionnez et écoutez, de jour comme de nuit.



La surveillance sans contrainte

Les flux vidéo et audio sont "streamés" sur le TRENDnet Cloud en temps réel.



Plus d'informations sur www.TRENDnet.fr



SAMSUNG PC

Jean-Philippe Castelain, Chef Produits

Est-ce que le segment ultramobile va s'imposer pour l'ordinateur portable et quel effet cela aura-t-il sur la valeur du marché ?

Il est certain que la finesse va s'imposer car elle arrive 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.

L'écran tactile et l'hybride vont-ils permettre de retrouver une croissance pour l'ordinateur portable ?

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 hybride, 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. Il ne faut donc 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.

Quid du tout-en-un ? Vers le tactile aussi ?

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 qui va jusqu'à 1 599 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.

Est-ce que Windows 8 peut jouer un rôle significatif sur le marché des tablettes ou faut-il plutôt y voir une opportunité pour développer l'ordinateur portable convertible ? 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 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 reconnaît. Ainsi, nous travaillons beaucoup sur les matières et nous avons par exemple introduit le duraluminium qui permet l'extrême finesse et qui offre un aspect qualitatif inégalé. ■

« L'usage du convertible est évident et il est probable qu'à terme, le consommateur en soit convaincu aussi. »



MedPi 2013
Espace DIAGHILEV
Stand U02



DU GROS SON, N'IMPORTE OÙ !

Avec leur batterie rechargeable et leur connexion Bluetooth, les sonos portables ION peuvent être utilisées n'importe où.

Ecoutez la musique de votre smartphone, tablette ou ordinateur en Bluetooth ou via les multiples connectiques, profitez de la radio, ou branchez-y votre guitare ou un microphone !



ROADROCKER



TAILGATER-BTH



BLOCKROCKER-BTH



Made for
iPod iPhone iPad

LE NOTEBOOK

Tactile et convertible

Avec l'ultrabook, Intel a voulu redorer le blason d'un ordinateur portable devenu utilitaire aux yeux du consommateur. Design, finesse & autonomie, autant de critères destinés à séduire un utilisateur friand d'appareils nomades valorisants. Mais l'écart de prix avec le tout-venant était trop élevé pour le grand public. Avec des usages plus novateurs comme le tactile et le convertible accompagnés d'un tarif plus démocratique, l'ultrabook se donne plus de moyens.



Acer S7

La séduction tactile

■ L'Acer S7 est un ordinateur ultra-portable tactile sous Windows 8 qui joue la carte de la séduction en affichant une finesse extrême, un look ravageur et des performances du meilleur niveau. Le design est le grand point fort de cet ordinateur. Mariant verre et aluminium, le S7 est l'ultrabook le plus séduisant, aussi parce que contrairement à la concurrence, il ne singe pas le Macbook Air. On regrette juste quelques petites fautes de goût, comme des connecteurs que l'on aurait aimé voir mieux intégrés. Clavier et pavé tactiles sont grands et confortables, tandis que l'écran tactile surprend agréablement. Déjà, sa résolution élevée procure une grande richesse du détail en petite taille. La dalle IPS affiche une très belle image et les charnières offrent assez de résistance pour une utilisation tactile agréable. Comme l'ordinateur est léger et peu encombrant, on peut utiliser le tactile sur ses genoux. Les performances sont excellentes, tout comme la réactivité et le démarrage instantané grâce au SSD. Le S7 est disponible en 13,3 et en 11,6 pouces, cette dernière version plus nomade étant encore plus séduisante. On ne peut que regretter qu'il n'y ait pas une solution convertible pour les transformer en tablette.

■ **Ecran** 13,3 pouces, tactile, Full-HD ■ **Processeur** Intel Core i5-3317U ■ **Mémoire** 4 Go
■ **Puce graphique** Intel HD4000 ■ **Stockage** 128 Go SSD ■ **Poids** 1,3 Kg

1299 €



Asus Vivobook S400CA

Le tactile pour tous

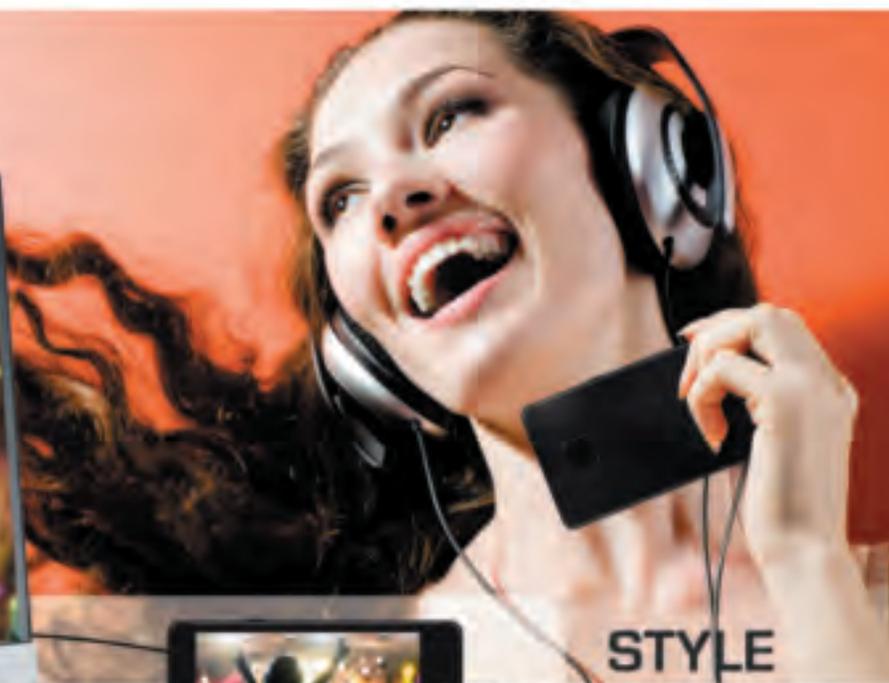
■ Extérieurement, le Vivobook reprend largement les lignes effilées de ses cousins Zenbook plus haut de gamme. L'ensemble est toutefois plus épais et plus lourd. Le tout aluminium est abandonné au profit d'un mélange métal plastique/soft-touch. Les contraintes de coût ont aussi un impact certain sur la portabilité. Le S400 pèse en effet 1,8 Kg et affiche 21 mm d'épaisseur. Pour autant, Asus réussit le pari d'un ultraportable tactile abordable, performant et séduisant. La finition est irréprochable et l'objet valorisant. Le clavier occupe toute la surface disponible ce qui contribue fortement au confort d'utilisation. Le pavé tactile est lui aussi spacieux mais manque un peu de réactivité. L'écran se contente d'une résolution standard et l'image n'est pas la plus belle qui soit. Malgré cela l'utilisation tactile est agréable. La charnière offre une résistance correcte et on ne remarque aucun problème de précision. Les haut-parleurs diffusent un son correct mais manquant de puissance. La configuration est celle d'un ultrabook entrée de gamme avec un processeur Intel Core i3 accompagné un combo disque dur et SSD. Si l'on n'ira pas jouer ou faire du montage vidéo sur ce notebook, il est plus que capable d'assumer confortablement une utilisation multimédia. L'autonomie est un peu en retrait avec environ trois heures et demie en lecture vidéo. Le Vivobook S400CA se distingue par une bonne finition, des performances correctes et surtout un prix agressif qui en font le modèle tactile abordable le plus convainquant actuellement.

■ **Ecran** 14 pouces, 1366 x 768, tactile ■ **Processeur** Intel Core i3-3217U ■ **Mémoire** 4 Go
■ **Puce graphique** Intel HD4000 ■ **Stockage** 500 Go +24 Go SSD ■ **Poids** 1,9 Kg

599 €

Tout le monde en conviendra, à force de mettre l'accent sur le prix le moins cher possible pour une configuration la plus musclée possible, l'ordinateur portable est devenu un objet de commodité que l'on change quand l'ancien est cassé ou vraiment trop vieux pour être utilisable. Gros, lourd et peu séduisant, le notebook à 399 euros est devenu le porte-drapeau de la catégorie alors que dans le même temps, les consommateurs acceptent de dépenser 600 pour un smartphone ou 300 euros dans une station d'écoute. L'ultrabook était censé remettre un peu de glamour sur le marché en suivant le trend nomade justement initié par le smartphone. D'autant qu'il avait des arguments avec un aspect valorisant, une grande finesse, un poids plume, une réactivité bien meilleure et une longue autonomie. Sauf qu'il luttait contre des habitudes vieilles de 10 ans, autant sur l'aspect publicitaire

AOC



STYLE

myPlay

Osez le grand large avec myPlay !

Affichez les jeux, photos, films, présentations ou documents de votre smartphone ou autres équipements mobiles en Full HD grand format sur le moniteur myPlay et son écran de 68,6 cm / 27" : vous profiterez de vos contenus en format XXL avec famille, amis ou collègues. Grâce son interface MHL (Mobile High- Definition Link), myPlay devient le reflet parfait de vos appareils nomades - idéal pour les loisirs, les échanges sur les réseaux sociaux ou les applications professionnelles. Effet secondaire très pratique, vos appareils se rechargent automatiquement dès lors qu'ils sont connectés au moniteur. Avec myPlay d'AOC (i2757Fm), offrez-vous une autre dimension !



Pied démontable



Boutons tactiles
intégrés au liseré
frontal argenté



Interface MHL™

Caractéristiques techniques : i2757Fm
Format 16:9, diagonale visible 68,6 cm (27"), Full HD, interface
MHL™, haut-parleur SRS Premium, temps de réponse 5 ms

www.aoc-europe.com

*Appareils compatibles avec port Micro-USB, conformes aux standards définis par le consortium MHL™.

Moniteurs AOC - une gamme primée dans le monde entier :



DE: i2450SwH
Computer Best, 14/12
Samsungers GUT, Note 2.37



DE: i2757Fm
PC Gamer Hardware,
05/12, Score: Free



FL: i2757Fm
PC World, 05/12,
Editor's Choice



TR: i2757Fm
PC Extra, 03/12,
Editor's Choice



TR: i2757Fm
PCnet, 05/12,
Editor's Choice



GB: i2752Nk
Computer Shopper,
03/12, Best Buy



GB: i2752Nk
Expert Reviews,
03/12, Best Buy



GB: i2753Fm
PC Gamer, 04/12,
Editor's Choice

que sur la manière de vendre en rayon. On le sait, une fois qu'un marché a laissé s'éroder complètement la marge avec un prix moyen ridiculement bas, difficile de remonter la pente en l'absence de rupture technologique forte et celle de l'ultrabook n'est manifestement pas suffisante pour justifier un prix deux fois plus élevé.

DÉMARRAGE TIMIDE

L'arrivée de Windows 8 et de son interface tactile aurait pu être l'électrochoc qu'il fallait. Mais la mise à feu n'a pas eu lieu. Tout d'abord, il n'y avait pas suffisamment d'ordinateurs tactiles en vente. En cause une certaine timidité des constructeurs et de la distribution. Certes, on a tenté de le démontrer en magasin mais par des produits vendus au-delà de la barre des 1 000 euros. N'est pas Apple qui veut et ce n'est pas du jour au lendemain que la pomme a créé son succès. En

parallèle, l'offre tactile abordable était quasi inexistante et le magasin d'applications de Windows peu fourni.

PAS AUSSI ÉVIDENT

Pourtant le tactile représente la rupture nécessaire mais il ne se suffit pas à lui-même. Qu'un téléphone multimédia devienne smartphone tactile est une évidence. Qu'un ordinateur classique devienne tactile, est un plus. L'écran séparé de l'utilisateur par le clavier rend l'usage moins évident mais pertinent selon les cas. Tout ce qui est productivité classique se fait au clavier et le tactile sera essentiellement utile pour le Web et pour la lecture multimédia, surtout en l'absence d'applications tactiles réellement convaincantes. Windows 8 est un OS double en ce qu'il ne met pas son passé souris/clavier derrière lui et que l'interface tactile est un monde à lui. Les deux

cohabitent mais n'interagissent que très peu et l'utilisateur bascule d'un mode à l'autre. Pour ne donner qu'un exemple, l'utilisateur classe ses photos dans l'explorateur de fichiers au pavé tactile et s'il souhaite vérifier un cliché, c'est la visionneuse tactile qui s'ouvre. Pour revenir, il va falloir quitter la nouvelle interface pour revenir au bureau. Il n'y a donc aucune évidence et si on ajoute un surcoût de l'ordre de 100 euros pour la dalle tactile, on comprend qu'un utilisateur éduqué pendant des décennies à traquer la meilleure affaire possible n'adhère pas massivement.

ÇA VIENT

Cependant, on peut compter sur la position dominante de Microsoft pour faire évoluer les choses. Comme tous les nouveaux PC sont équipés de facto en Windows 8, un besoin de tactile va se créer auprès de l'utilisateur avec le



Lenovo Yoga La flexibilité

Le Lenovo Yoga ressemble de prime abord à un ultrabook classique mais en fait c'est le convertible le plus malin de sa génération. Dans la lignée des ultrabook Lenovo, l'esthétique rappelle un livre fermé. La finition aluminium et plastique caoutchouté est exemplaire. En utilisation classique, l'ergonomie est vraiment bonne avec un clavier chiclet de taille standard et un immense pavé tactile. Mais surtout, l'écran est monté sur une double charnière qui lui permet de basculer à 360 degrés ainsi qu'à tous les intermédiaires. En repliant complètement, il vient se coller au dos du clavier qui devient inopérant. On a donc entre les mains une tablette. On aurait pu penser que le clavier allait gêner mais il est légèrement encaissé dans le châssis et suffisamment loin des bords pour que ce ne soit pas le cas. On l'oublie rapidement. Alors certes l'utilisation en guise de tablette n'est pas idéale vu le poids, mais le compromis est plus qu'acceptable. En fait, il suffit d'appuyer le clavier retourné sur les genoux et de surélever légèrement l'écran pour que l'usage tablette soit confortable. On peut aussi le poser comme un livre un peu ouvert, une position idéale pour la lecture vidéo ou pour une présentation. Le Yoga n'en est pas moins un ultrabook de premier ordre. Les composants sont plus que suffisants pour un usage consultatif, productif, multimédia et de création. L'autonomie est longue et l'écran adopte une très bonne dalle IPS d'une résolution de 1600 x 900 pixels. Le Lenovo Yoga est de loin l'appareil Windows 8 le plus convaincant et il est désormais décliné en 11,6 pouces sous Windows 8 x86. Lenovo a aussi revu les tarifs avec des premiers prix à 999 euros en 13 pouces et 899 euros en 11,6 pouces.

■ **Ecran** 13,3 pouces, tactile, 1600 x 900 ■ **Processeur** Intel Core i5-3317U ■ **Mémoire** 4 Go
■ **Puce graphique** Intel HD4000 ■ **Stockage** 128 Go SSD ■ **Poids** 1,54 Kg

1099 €



Acer R7-571 Tactile plus utile

Avec le R7, Acer réinvente l'ordinateur portable 15 pouces en le rendant convertible. A première vue, il s'agit d'un notebook certes fin et élégant mais sinon traditionnel. La finition est haut de gamme, l'écran est tactile Full-HD et le processeur est un Intel Core i3. Il dispose même d'une carte graphique dédiée pour jouer. Sauf que l'écran est monté sur un pied qui est articulé au niveau du châssis et de la dalle. Et cela change tout. Pour que le tactile soit réellement convaincant sur un ordinateur portable, il faut que l'écran puisse s'approcher de l'utilisateur. Et c'est ce qu'il fait sur le R7. Le pavé tactile a été placé au-dessus du clavier et grâce à la double-articulation, l'écran peut s'approcher le recouvrant pour permettre un usage tactile plus évident mais toujours en combinaison avec le clavier. En basculant l'écran et en tournant l'ordinateur à 180 degrés écran face à soi et clavier derrière, on peut s'en servir comme d'une tablette tout en posant le châssis sur ses genoux ou sur une table. Un concept brillant qui montre qu'il fallait aller au-delà de la simple intégration du tactile pour rendre justice à Windows 8. En position repliée, le R7 se transforme d'ailleurs en tablette géante.

■ **Ecran** 15,6 pouces, Full-HD ■ **Processeur** Intel Core i3 ■ **Puce graphique** Intel HD4000
■ **Stockage** SSD 120 Go ■ **Poids** 2 500 grammes ■ **OS** Windows 8

999 €

Shuttle® DS61: Une mini révolution de taille



- ▶ Socket 1155 pour derniers processeurs Intel
 - ▶ Grande polyvalence multimédia
 - ▶ Jusqu'à 16Go DDR3 SO-DIMM
 - ▶ Seulement 43 mm d'épaisseur
- € 149,-***



Le Shuttle Barebone DS61 est la preuve éclatante qu'un Slim-PC de seulement 1,35 litre de volume peut fournir une puissance considérable. Le boîtier de seulement 43 mm de haut en acier haute résistance accueille les derniers processeurs Intel (1-4 cœurs, LGA1155, TDP jusqu'à 65 W), jusqu'à 16 Go de mémoire SO-DIMM DDR3, un disque dur de 2,5" et un lecteur de cartes. Il dispose également de ports série, d'un double port Gigabit-Ethernet et de ports Mini-PCIe (mSATA), HDMI, DVI et USB 3.0. Compatible avec Microsoft Windows et les distributions Linux récentes.

*Prix public recommandé chez les distributeurs officiels Shuttle

Devenez revendeur Shuttle et profitez immédiatement de nombreux avantages

- Extension de garantie gratuite à 3 ans
- Remises et promotions exclusives

- Interlocuteur privilégié pour vos projets
- Prise en charge du transport pour vos SAV

Les produits Shuttle sont disponibles chez nos grossistes officiels :



www.techdata.fr



www.europ-computer.com



www.edox.com

Information Programme revendeur
contact@shuttle.eu
0049 4121 476 834



Shuttle®
www.shuttle.eu

temps. Si on y ajoute un surcoût tactile qui pourrait se réduire de moitié et beaucoup plus de modèles sur marché, on peut penser que 2013 sera l'année du tactile, au moins à Noël. Cela ne va pas suffire à faire basculer le marché vers des marges confortables et faire doubler le prix moyen mais c'est un début. Si l'ultrabook n'a pas été un raz-de-marée, il aura montré la possibilité de rendre un ordinateur aussi désirable qu'un smartphone et il aura aussi montré les avantages qu'apporte la mobilité. Bien que peu mis en avant dans le rayon, le segment ultramobile a enfin connu une croissance digne de ce nom. Avec des ordinateurs tactiles, nomades et valorisants à un prix abordable pour le grand public sous les 600 euros et une montée en gamme vers l'ultrabook tactile, on peut penser que l'informatique repart enfin dans le bon sens.

ENTRE LES DEUX

Toutefois, la piste de valeur la plus évidente réside dans la remise en cause du concept même de l'ordinateur. Puisque Windows ne sait pas réellement s'il est tactile ou non, l'ordinateur peut aussi avoir une crise d'identité et se demander s'il n'est pas une tablette. Car pour que l'usage tactile soit réellement convaincant, il faut rapprocher l'écran des doigts et permettre une utilisation ailleurs que posé sur une table. Et c'est là que le concept de convertible intervient. Déjà, une tablette peut se transformer en ordinateur par l'adjonction d'un clavier amovible. Nous en avons parlé au chapitre tablette car cet usage est alors premier. Mais un notebook peut aussi devenir une tablette d'appoint pour rentabiliser l'usage tactile. D'autant que les constructeurs se sont montrés pleins de ressources pour trouver des systèmes

mécaniques de transformation. Certains ont plus réussi que d'autres mais le plus convaincant, le Yoga de Lenovo, montre que l'usage est évident. Certes, c'est un ultrabook performant et sans compromis mais c'est aussi une tablette géante confortable à utiliser en reposant le clavier à l'envers sur les genoux. Avec un magasin d'applications qui va on l'espère se remplir de titres de qualité, le convertible crée la rupture nécessaire et efface en même temps la frontière entre tablette et ordinateur. Restait un prix très élevé qui réservait ce type de produits aux technophiles fortunés. Dès le second semestre et avec le coup de pouce de Microsoft sur les prix de son OS pour l'usage en petite diagonale, les convertibles 11,6 pouces devraient pouvoir exister à partir de 700 euros. Ce n'est pas encore démocratique mais suffisant pour créer un réel engouement. ■



Asus Zenbook Prime Touch For your eyes

■ Cet ultrabook tactile est séduisant, dans la lignée des précédentes productions de la marque. Le design est sobre et les matériaux nobles avec notamment de l'aluminium. La connectique est riche avec trois ports USB, des sorties HDMI et mini-VGA ainsi qu'un lecteur de cartes. Asus livre même des adaptateurs mini-VGA vers VGA, USB vers Ethernet et une housse de protection. Le clavier est large, confortable et rétroéclairé. L'écran est un bonheur pour les yeux avec sa dalle Full-HD très bien réglée. Cette version passe au tactile pour accompagner Windows 8. Une adaptation réussie et logique. Les performances sont dans la moyenne haute des ultrabooks avec un processeur Intel Core i5 puissant ainsi qu'un SSD performant. L'autonomie est bonne avec environ cinq heures en lecture vidéo. Le Prime Touch n'est donc pas une révolution, loin de là, mais il offre de bonnes performances et un design agréable, des points forts malheureusement compromis par un prix vraiment élevé qui se justifie par une capacité de stockage en SSD très élevée aussi.

■ **Ecran** 13,3 pouces, tactile, Full-HD ■ **Processeur** Intel Core i7-3517U ■ **Mémoire** 4 Go ■ **Puce graphique** Intel HD4000 ■ **Stockage** 256 Go SSD ■ **Poids** 1,48 Kg

1 499 €



Samsung Série 5 Ultra Touch Équilibré

■ Samsung passe à son tour au tactile avec cet ultrabook très équilibré. Le design est avenant et la finition parfaite. L'objet est valorisant car réalisé tout en métal. Ce Série 5 est aussi particulièrement compact, une qualité qu'il doit à son écran quasiment sans bords, sans doute un héritage du passé télévisuel du constructeur. Malheureusement il est aussi lourd qu'il est compact. La dalle se contente d'une résolution classique et affiche de angles de vision assez restreints. En revanche, la matrice tactile est précise et la luminosité assez élevée pour que l'écran reste lisible malgré les reflets. Les haut-parleurs offrent une puissance plus que satisfaisante même si ils sont un peu légers en basses. Côté configuration, on reste dans les grands classiques des ultrabook 2013 avec notamment une solution hybride disque dur plus SSD pour le stockage. Les performances sont satisfaisantes et l'autonomie est bonne avec plus de cinq heures 30 en lecture vidéo. Le Série 5 Ultra Touch ne révolutionne pas la catégorie mais offre des prestations très correctes pour le prix exigé.

■ **Ecran** 13,3 pouces, tactile, 1366 x 768 ■ **Processeur** Intel Core i5-3317U ■ **Mémoire** 4 Go ■ **Puce graphique** Intel HD4000 ■ **Stockage** 500 Go + 24 Go SSD ■ **Poids** 1,73 Kg

999 €



iRobot[®] **Braava[®]**

*Je n'aime pas faire le ménage,
mais j'aime quand il est bien fait.
C'est pourquoi j'ai choisi un robot nettoyeur de sol Braava[®],
iRobot*

do you?™*
**et vous ?*

www.irobot.com

LA TABLETTE

Inversion de tendance

La tendance veut que les tablettes rapetissent, ce qui est une bonne chose pour la diversité du marché. Malheureusement, elles innovent aussi moins en haut de gamme et sont à la limite de l'utilisable en entrée de gamme. Certes, le marché est en croissance très rapide mais il n'en demeure pas moins que l'innovation semble en panne.



Google Nexus 7

Trop

La Nexus 7 est disponible depuis maintenant près de six mois mais elle est toujours de loin la plus compétitive en sept pouces. Surtout que Google a baissé les prix tout en augmentant la capacité de stockage. Si pour 200 euros on a tout, pourquoi dès lors dépenser plus ? D'un point de vue design et finition, cette Nexus 7 fait déjà un quasi sans-faute. Alors certes, elle n'est pas aussi fine qu'un iPad Mini et c'est du plastique mais sinon rien à redire. Le dos de la tablette est habillé par un plastique soft touch brun texturé avec un motif rappelant le cuir de certains gants de conduite. L'écran est encadré par un plastique argenté rigide et de bonne facture. L'usinage et l'ajustement sont parfaits, ce qui est loin d'être la norme dans cette gamme de prix. L'ergonomie est bonne aussi, l'épaisseur (10,45 mm) et le revêtement font qu'elle tient bien dans la main. Les boutons sont faciles à trouver et les connecteurs sont regroupés en bas, ce qui évite d'être gêné par le câble de ses écouteurs. L'écran propose une résolution suffisante en 720p avec une bonne densité tandis que luminosité et le contraste sont plus que corrects. La Nexus 7 embarque un processeur Nvidia Tegra 3 T30L, une version légèrement moins musclée de la puce d'origine ce qui ne change rien au quotidien. Le stockage a été revue à la hausse avec 16 ou 32 Go. La tablette offre une autonomie correcte, aux alentours des huit heures pour un usage mixte. Nexus oblige, cette tablette bénéficie toujours de la version la plus récente d'Android. La Nexus 7 reste donc la référence des tablettes compactes grâce à ses excellentes performances, sa finition sans faille et le tout à un tarif imbattable.

■ OS Android 4.2 ■ Taille d'écran 7 pouces, 720p ■ Processeur Nvidia Tegra 3 1,2 GHz quadruple cœur ■ Mémoire 16 ou 32 Go ■ Dimensions 198,5 x 120 x 10,45 mm ■ Poids 317 grammes

199 €
(16 Go)

Si les smartphones deviennent de plus en plus grands, les tablettes suivent elles une évolution inverse, elles deviennent de plus en plus petites. Du standard 10 pouces créé par le premier iPad, la taille moyenne baisse désormais avec du sept pouces de plus en plus nombreux. Il y a de vrais avantages d'usage à la petite taille. La plus évidente est évidemment une ergonomie bien meilleure. Leur taille compacte et leur poids réduit rendent ces tablettes facilement manipulables d'une seule main, et ce même pour de longues durées. Un point fort particulièrement appréciable pour certaines activités comme la lecture. Le gain de portabilité est lui aussi non négligeable et une tablette de sept pouces peut par exemple se ranger dans une poche de veste. Ainsi, inutile d'emporter un sac pour transporter sa tablette. L'autre grand intérêt est bien sûr le coût de



Apple iPad Mini

Pas assez

Bien qu'arrivé sur le tard, Apple a visé juste. Avec sa diagonale de 7,8 pouces, l'iPad Mini est évidemment plus compact mais surtout nettement plus léger que son grand frère, avec un poids de 308 grammes seulement. Cela se traduit par une prise en main nettement améliorée, en particulier lorsque l'appareil est tenu d'une seule main. De plus, le format est idéal pour la lecture, que ce soit de livres classiques ou de bandes dessinées. Extérieurement l'iPad Mini est parfaitement fini et inaugure un nouveau design qui n'est pas sans rappeler celui de l'iPhone 5. En interne, l'iPad Mini est quasi-identique à l'iPad 2 avec le même processeur, la même quantité de stockage et surtout la même résolution d'écran de 1020 x 768 pixels. C'est l'écran qui est en effet le point le plus décevant de cet iPad Mini. S'il est de bonne qualité, sa densité n'est pas élevée et cela se paye en termes de lisibilité. On devine déjà que le Retina sera pour la prochaine génération. L'autonomie est bonne avec environ neuf heures d'utilisation et une charge très rapide. iOS oblige, le marché applicatif est à la fois pléthorique et de qualité ce qui fait vraiment l'intérêt de cette tablette. Reste la question du prix, à 339 euros, l'iPad Mini reste nettement plus onéreux qu'une concurrence Android sur-vitaminée mais Apple compense comme toujours par la désirabilité du produit.

■ OS iOS ■ Taille d'écran 7,8 pouces 1024 x 600 pixels ■ Processeur Apple A5 1 GHz double cœur ■ Mémoire 16/32/64 Go ■ Connectivité WiFi prise jack audio 3,5 mm, dock, microphone, haut-parleurs, gyroscope, accéléromètre, capteur de luminosité ambiante, lecteur micro-SD, 3G (en option) ■ Dimensions 200 x 134,7 x 7,2 mm ■ Poids 308 grammes

339 €
(16 Go)

fabrication. Certains des composants clef comme l'écran coûtent moins cher ce qui permet de réduire fortement les prix. Pour 200 euros, il est possible de produire des tablettes satisfaisantes en tous points. Malheureusement, cela a déclenché une guerre de prix pour permettre l'accès au marché à de nouveaux entrants qui se contentent souvent de sourcer leurs produits en Chine. Il y a deux conséquences pour le marché. Déjà, cela pourrait être destructeur de valeur et aussi faire de la tablette un produit de commodité comme l'ordinateur.

PERFORMANCES EN SUSPENS

En termes de composants, c'est un peu le calme plat. On trouve encore du Texas Instruments mais le fondeur se désengage du marché. Restent

Nvidia et Qualcomm en tant que généralistes avec une migration vers une nouvelle génération qui est attendue mais tarde à arriver. En attendant le Tegra 4 de Nvidia, c'est donc le plus

Si les smartphones deviennent de plus en plus grands, les tablettes suivent elles une évolution inverse.

souvent un Tegra 3 ou un Qualcomm S4 double cœur qui équipe les tablettes actuelles. Seul Samsung a intégré un processeur de nouvelle génération dans la Nexus 10 de Google. Alors

qu'il s'agit d'un simple double cœur, les performances sont impressionnantes. Pour autant, il n'y a donc pas grand-chose à raconter sur le sujet des performances pour l'instant. Plus réjouissant, l'entrée de gamme acceptable migre progressivement vers du double cœur et ce dès 100 euros. Si ce n'est pas une bonne nouvelle pour la valeur, cela devrait au moins inciter les enseignes à ne plus référencer des tablettes dotées d'un processeur mono-cœur. On pourrait étendre cette interdiction du rayon à toutes celles qui n'utilisent pas un Android 4 car ces critères sont vraiment le minimum pour ne pas décevoir le client. De leur côté, les écrans ont vu leur qualité d'affichage s'améliorer nettement. Comme pour le smartphone, la tablette vit surtout par son écran tactile. Là encore, la qualité est souvent déplorable en entrée de



Google Nexus 10 Sans concurrence

■ Après une Nexus 7 qui a bouleversé le marché des tablettes nomades, Google s'attaque directement à l'iPad. Fabriqué cette fois-ci par Samsung, la Nexus 10 adopte comme son nom l'indique un écran de 10 pouces. Le design est réussi et les matériaux agréables. On apprécie particulièrement le toucher « gomme » du métal qui permet une bonne préhension. La finesse et la légèreté de la Nexus 10 la rendent d'ailleurs très agréable à manipuler. Mais c'est surtout l'écran qui impressionne puisqu'il adopte une résolution de 2560 x 1600 pixels, dépassant ainsi le record posé par l'écran Retina de l'iPad. Outre sa résolution, il est de toute beauté, lumineux et bien calibré, une vraie réussite. Le reste de l'appareil est à l'avenant grâce à un processeur Samsung aux performances inédites alors qu'il n'est qu'en double cœur. On regrette seulement l'absence de lecteur de cartes micro-SD et surtout une autonomie de huit heures un peu juste. C'est clairement moins bon que l'iPad par exemple qui atteint les 11 heures. Nexus oblige, le logiciel embarqué est la dernière version d'Android 4.2. La fluidité et la stabilité sont sans reproches. On remarque également de nombreuses petites améliorations qui rendent l'OS encore un peu plus agréable à utiliser.

■ OS Android 4.2 ■ Écran 10 pouces, 2560 x 1600 pixels ■ Processeur Samsung Exynos 5250 double cœur 1,7 GHz ■ Mémoire 16/32 Go ■ Dimensions 263,9 x 177,6 x 8,9 mm ■ Poids 603 grammes

399 €
(16 Go)



Acer P3-171 Confort et performance

■ Juste à temps pour compléter ce panorama, Acer nous a montré sa nouvelle tablette Windows 8 qui est la première à réunir tous les ingrédients nécessaires au succès. La diagonale est de 11,6 pouces mais le poids reste contenu avec 790 grammes, tout comme l'épaisseur avec 9,9 millimètres. Les performances sont sans concession puisque la P3 intègre un processeur Intel Core i3. Le stockage est assumé par un SSD de 60 Go. Grâce à son étui qui intègre un clavier Bluetooth, il est possible de s'en servir comme d'un PC traditionnel. Et surtout, le prix reste raisonnable à 599 euros, soit en gros celui d'un iPad en 32 Go. Acer réunit donc habilement les atouts d'une tablette sous Windows 8 avec une grande taille d'écran, des performances sans concession et l'usage PC sans compromettre le nomadisme et l'accessibilité. C'est une vraie tablette confort pour la maison qui surclasse les modèles Android par un usage plus universel.

■ OS Windows 8 ■ Écran 11,6 pouces, 1366 x 768 pixels ■ Processeur Intel Core i3 ■ Stockage SSD 60 Go ■ Dimensions 190,7 x 295,4 x 9,9 mm ■ Poids 790 grammes

599 €



- Un concept unique, différenciant et très grand public
- Une licence en très forte affinité avec les produits pour déclencher l'achat plaisir et favoriser l'achat d'impulsion (sortie du nouveau film Superman le 19 juin 2013)
- Une gamme complète couvrant l'ensemble des besoins utilisateurs en nettoyage
- Des produits de qualité et performants (attention particulière apportée à la couleur et à l'odeur)
- Un packaging séduisant et des outils d'aide à la vente clés-en-main (présentoirs de comptoir et de sol livrés pré-remplis)
- Un plan de communication qui décape !

POWER CLEAN = Super Héros + Super Power + Super Efficacité + Super Produits

**Vous ne supportez plus la saleté,
Power Clean à la rescousse !**



L'émotion technologique ●

LA TABLETTE PANORAMA

gamme. La montée en gamme devrait se faire logiquement à partir d'un écran correct vers plus de résolution et plus de qualité. En 10 pouces, il est désormais de bon ton de dépasser le Full-HD et c'est un véritable argument de montée en gamme qui se voit immédiatement si on se donne la peine d'allumer la tablette.

ENCORE ET TOUJOURS ANDROID

En dehors d'iOS limité au monde Apple, Android est le seul système d'exploitation ayant une réelle présence dans l'univers des tablettes. L'arrivée de Windows 8 (et de sa déclinaison RT) n'a pas provoqué les changements que l'on aurait pu attendre. En cause, une première génération de tablettes encombrantes et légères en perfor-

mances, surtout au regard du prix. Ajoutez à cela une boutique d'applications qui manque de contenus qualitatifs et on comprend pourquoi il y a si peu de modèles disponibles. Déjà, personne ne s'est aventuré sous le 10 pouces. Les tentatives sous Windows RT, qui permet d'utiliser un processeur mobile (Nvidia Tegra 3), se comptaient sur les doigts d'une main. Enfin, seul Acer a tenté le 10 pouces sous Windows 8 en x86 avec un modèle d'ailleurs réussi mais qui là encore pêche par des performances limitées au regard du prix. Il est sinon justifié car avec le clavier doté d'une batterie, la tablette se transforme en netbook. Mais le consommateur raisonne en termes de PC et pas de tablette. Pour l'heure, reste donc Android qui est devenu mature et franchement plaisant, si ce n'est une offre applicative encore

qualitativement en retrait. Le problème qui s'annonce pour cette fin d'année, c'est surtout un

En 10 pouces, il est de bon ton de dépasser le Full-HD et c'est un véritable argument de montée en gamme immédiatement visible.

manque d'arguments pour faire monter en gamme, la plupart des constructeurs semblant se focaliser sur l'entrée de gamme. ■



Apple iPad 4 La référence

■ La tablette de référence n'a pas connu d'évolutions majeures depuis plus d'un an et l'arrivée d'un écran Retina en 10 pouces. Apple a toutefois légèrement modifié son fer de lance il y a quelques mois pour remplacer le connecteur 30 points par une prise Lightning tout en augmentant légèrement la puissance du processeur graphique. Ces évolutions mises à part, on reste donc en terrain connu. L'iPad reste avec son design unibody aluminium la tablette de référence en termes de finition et de solidité. L'écran d'une résolution de 2048 x 1536 pixels qui écrasait la concurrence est toujours aussi bon mais n'impressionne plus autant. On remarque tout de même que contrairement à Google, Apple a réussi à pousser les développeurs à adapter leurs applications à cette nouvelle résolution très rapidement. L'iPad exploite donc mieux sa capacité d'affichage. Malgré l'augmentation de puissance du processeur graphique, il maintient une autonomie de 10 heures en usage mixte. Mais au-delà de l'excellent matériel, c'est l'argument logiciel qui fait toute la différence. Même si elle est un peu vieillissante, l'interface iOS reste un modèle de simplicité. Surtout l'App Store demeure de loin le mieux fourni de l'univers tablettes tant en qualité qu'en quantité. Pour cela l'iPad reste aussi la meilleure tablette 10 pouces du marché. En revanche, il serait toutefois temps qu'Apple fasse subir une cure d'amaigrissement à sa tablette, ne serait-ce que pour la rendre aussi attractive que l'iPad Mini.

■ OS iOS ■ Taille d'écran 9,7 pouces 2048x1536 pixels ■ Processeur Apple A5X 1 GHz double cœur ■ Mémoire 16, 32 ou 64 Go ■ Dimensions 241 x 186 x 9,4 mm ■ Poids 650 grammes

509 €
(16 Go)



Sony Xperia Tablet Z C'est possible

■ La Xperia Tablet Z reprend comme son nom l'indique nombre de codes du smartphone phare du constructeur nippon. On retrouve ainsi un design anguleux mais très fin (6,3 mm) et surtout extrêmement léger (moins de 500 grammes). L'étanchéité est elle aussi de la partie ce qui évitera les accidents. Ces mensurations rendent l'utilisation extrêmement confortable. L'iPad est clairement dépassé sur ce point. En interne, on trouve le même niveau d'équipement que sur le smartphone Xperia Z avec un processeur Qualcomm Snapdragon quadruple cœur, 2 Go de mémoire vive et 16 ou 32 Go de stockage. L'écran de 10 pouces se contente du Full-HD mais pour tout le reste il est d'excellente facture. L'appareil photo Eximor 8 Mpx produit des images de qualité, une première sur tablette. Il y a aussi des bonnes idées comme un émetteur infrarouge qui permet de se servir de sa tablette comme d'une télécommande universelle. Si cette tablette ne révolutionne pas le marché en termes de performances, elle montre qu'il est possible de se distinguer sur le haut de gamme Android si on s'en donne la peine. C'est en tous les cas la première tablette qui donne un réel coup de vieux à l'iPad.

■ OS Android 4.2 ■ Taille d'écran 10,1 pouces, Full-HD ■ Processeur Qualcomm Snapdragon S600 quadruple cœur 1,7 GHz ■ Mémoire 16/32 Go ■ Dimensions 266 x 172 x 6,9 mm ■ Poids 495 grammes

499 €
(16 Go)

LG optimus G LG optimus F5

INTENSÉMENT 4G

UN PLAN PUISSANT
POUR SOUTENIR LES VENTES
AVEC PLUS DE 900 MILLIONS DE CONTACTS*

LG optimus G LG optimus F5

UNE CAMPAGNE MÉDIA PUISSANTE

► CAMPAGNE TV DU 3 AVRIL AU 25 MAI (250 MILLIONS DE CONTACTS)*

- SPOTS TV DE 15" ET 30"
- UN ÉVÈNEMENT UNIQUE À L'OCCASION DU FESTIVAL DE CANNES :
UN SPOT AVEC LAURENT WEIL SUR **CANAL+**



► CAMPAGNE D’AFFICHAGE DU 27 MARS AU 29 AVRIL (843 MILLIONS DE CONTACTS)*

- UNE CAMPAGNE NATIONALE AVEC 16 000 PANNEAUX

► CAMPAGNE WEB DU 25 MARS AU 25 MAI (50 MILLIONS DE CONTACTS)*

- CAMPAGNE DISPLAY



DES ACTIONS MENÉES POUR SOUTENIR LES VENTES



► ROADSHOW LG EXPERIENCE TOUR DU 12 AVRIL AU 22 JUIN

- DANS 7 VILLES 4G DE FRANCE

► OPÉRATION PROMOTIONNELLE DU 15 AVRIL AU 5 MAI

- UN SÉJOUR DE RÊVE À L'OCCASION DU FESTIVAL DE CANNES À GAGNER !
WWW.PARTIR-A-CANNES.COM

► SUPPORTS DE VENTE

- LEAFLETS, CUBES, TOTEMS...



LE SMARTPHONE

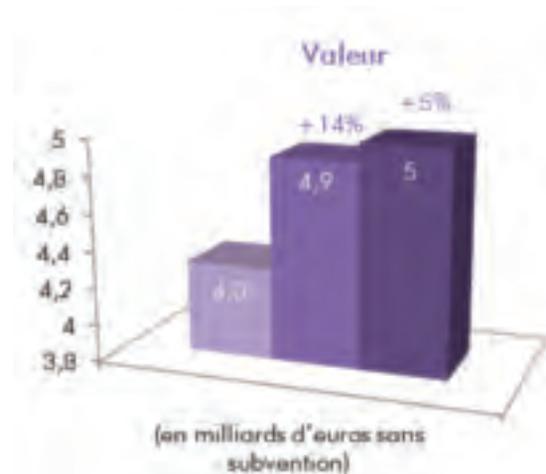
Après la subvention

Moins de subventions n'entame pas l'engouement des Français pour leur appareil hi-tech préféré avec du haut de gamme qui se vend mieux que jamais. En revanche, cela implique un transfert de compétence vers le rayon qui doit désormais tout faire pour maintenir la valeur en se faisant aider par une diversité salubre des systèmes d'exploitation.

Avec les forfaits engageants et les subventions, le consommateur ne percevait pas le prix réel de son téléphone. Cela lui permettait d'avoir accès à la dernière technologie pour un investissement instantané très mesuré. On aurait pu croire qu'à partir du moment où le prix devenait visible, l'engouement pour les smartphones haut de gamme en serait grandement affecté. Or il n'en fut rien. Il semble juste que le cycle de renouvellement soit un peu plus lent désormais, ce dernier était frénétique avec moins de deux ans auparavant. Cela prouve tout de même que l'intérêt pour le smartphone ne faiblit pas, au contraire. Les Français sont tombés

amoureux de l'appareil le plus important dans leur vie. Alors certes, la croissance n'est plus exponentielle, d'autant plus que la valeur se fait désormais à 90% par le smartphone et que le téléphone mobile simple est en voie de disparition. Avec 15 millions de ventes, c'est l'objet technologique le plus populaire et pour lequel on est prêt à dépenser le plus, même si on en réalise le prix facial désormais. Avec la multiplication des forfaits sans subvention à très bas prix, il y a un réel transfert qui s'opère de l'opérateur vers le magasin. Si en 2012, les ventes de terminaux ne représentaient encore que 15% des ventes, elles risquent bien de peser rapidement beaucoup plus lourd. Dès lors, il s'agit

Les smartphones



PHONE



Avec un smartphone unique un peu déphasé des tendances actuelles, Apple se marginalise.

iOS vieillit. S'il reste le système le plus ergonomique et le plus simple, il manque de possibilités pour la personnalisation et l'intégration de sa vie sociale.

de vendre le smartphone en rayon comme n'importe quel autre appareil du hi-tech.

TRANSFERT DE COMPÉTENCES

Si les ventes de smartphones haut de gamme n'ont pas faibli, celles en entrée de gamme ont progressé avec logiquement un prix moyen qui baisse aussi. Curieusement, le milieu de gamme a régressé alors que l'on aurait pu penser qu'avec les subventions en moins, il allait progresser. Cela s'explique sans doute déjà par une offre assez

Les Français sont littéralement tombés amoureux de l'appareil le plus important dans leur vie de tous les jours.

pauvre et la concentration de tous les moyens marketing sur le haut de gamme. Il s'agit maintenant d'organiser la montée en gamme pour avoir une réponse à chaque budget sans compromettre l'engouement pour le haut de gamme et en

évitant qu'il n'y ait une dévalorisation du produit par une concurrence déraisonnable, comme c'est le cas sur la plupart des autres marchés du hi-tech. Comme ce ne sont plus exclusivement les opérateurs qui vont réguler les achats, la tentation de lutte par le prix va être forte et il faut absolument y résister. Même si une enseigne ou un fabricant peut en tirer un bénéfice ponctuel, ce serait dommage de sacrifier un des derniers marchés très rentables qui correspond à un réel désir du consommateur. Tout comme il ne faut pas le

laisser s'enfoncer dans une dualité entre l'entrée de gamme bon marché et le haut de gamme très onéreux, se privant ainsi de la possibilité de faire monter en gamme. Et c'est là que le magasin a un rôle très important à jouer.



L'App Store accueille non seulement le plus grand nombre d'applications et de jeux mais garde aussi une longueur d'avance en termes de qualité.



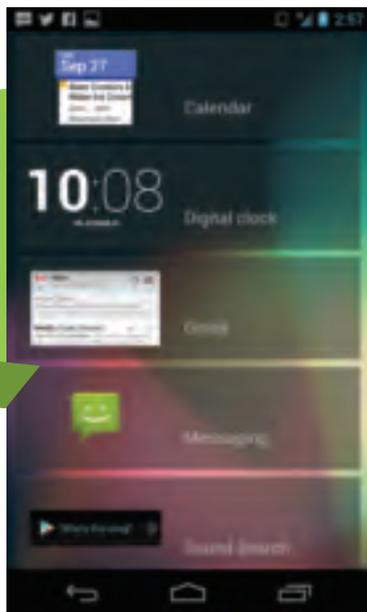
SMARTPHONE



PAR L'EXPÉRIENCE

Le smartphone est petit et donc facile à démontrer. Il suffit d'une grande table et d'un dispositif de sécurité. Ce dernier sécurise le téléphone mais permet aussi de le prendre en main et de l'alimenter. On peut même le coupler à un affichage dynamique qui renseigne sur l'appareil une fois pris en main. A cette mise en avant, il s'agit d'associer un discours d'usage par rapport aux points forts du smartphone. La taille et la résolution de l'écran s'associent au confort d'utilisation dont ils sont d'ailleurs l'élément clef. La qualité de l'appareil photo, la finesse, le poids, l'autonomie, les performances et la connexion sont aussi autant de facteurs qui déterminent l'usage. Et comme en matière de mobilité tout est affaire de compromis, il y a une catégorisation qui se crée très facilement. Pour un usage consultatif intensif, un grand écran s'avère plus confortable mais cela entame la prise en main pour téléphoner. Plus d'autonomie implique généralement moins de performance et plus de poids. Faire du category management en rayon à partir de ces équilibres est un bon moyen d'éviter le traditionnel assortiment par le seul prix. Bien entendu, c'est un vendeur qui sera le plus efficace pour guider le consommateur dans ses choix en fonction de ses besoins. C'est sans doute aussi le meilleur moyen de lui faire dépenser davantage qu'initialement. Enfin, la montée en gamme peut s'assister par des offres de financement qui permettent de retrouver artificiellement l'effet de la subvention.

Depuis la version 4, Android se révèle abouti et mûre avec une interface qui représente un bon équilibre entre accessibilité et personnalisation.



Certes, les applications et les jeux sont présents en nombre sur Android désormais mais leur qualité demeure un bon cran en dessous de celles développées pour iOS.

NE PAS CÉDER

Côté constructeurs, on espère des gammes complètes qui prennent en compte la diversité des usages et des budgets. Pour le maintien du prix moyen, il y a plusieurs inquiétudes. La première est l'arrivée en nombre des fabricants chinois. A la lumière des premiers modèles disponibles en grand public, on voit que c'est surtout par l'argument performances/prix qu'ils comptent séduire. Ce n'est d'ailleurs pas un problème en soi. Tout dépend si c'est pour tirer vers le haut ou vers le bas. Pour l'instant, il est trop tôt pour trancher. Huawei semble plutôt orienté qualité et haut de gamme. ZTE se contente pour l'heure de l'entrée et du milieu de gamme. En revanche Acatel One Touch a annoncé une gamme très complète avec des prix vraiment agressifs. A la vue du marché, il y a largement la place pour toutes ces offres, dans la mesure où la concurrence reste raisonnable et n'incite pas à se livrer à une surenchère. Un autre risque émane du géant de l'Internet Google. Celui-ci a la fâcheuse habitude de lancer des smartphones très performants avec l'avantage concurrentiel de la dernière version de son OS tout en étant très agressif sur les prix. Pour l'heure, il n'y a que peu de modèles et la disponibilité semble limitée mais ce n'est pas une bonne chose pour le marché. Et les fabricants qui construisent ces smartphones pour le géant se tirent ainsi une balle dans le pied. Sans parler de Motorola qui appartient désormais à Google. Il n'est jamais de bon augure pour une industrie quand autant de pouvoirs se concentrent dans une seule main. C'est sans doute



Le jeu gratuit qui se finance par les achats intégrés est une bonne solution pour financer des développements un peu ambitieux mais attention à l'abus qui risque de détourner le consommateur du jeu mobile.



Le HTC One a tout pour plaire avec notamment un écran très résolu et une coque séduisante mais il pose aussi la question de l'après.

aussi la raison pour laquelle certains cherchent des voies alternatives à l'image du plus grand, Samsung, qui développe le nouvel OS Tizen avec Intel.

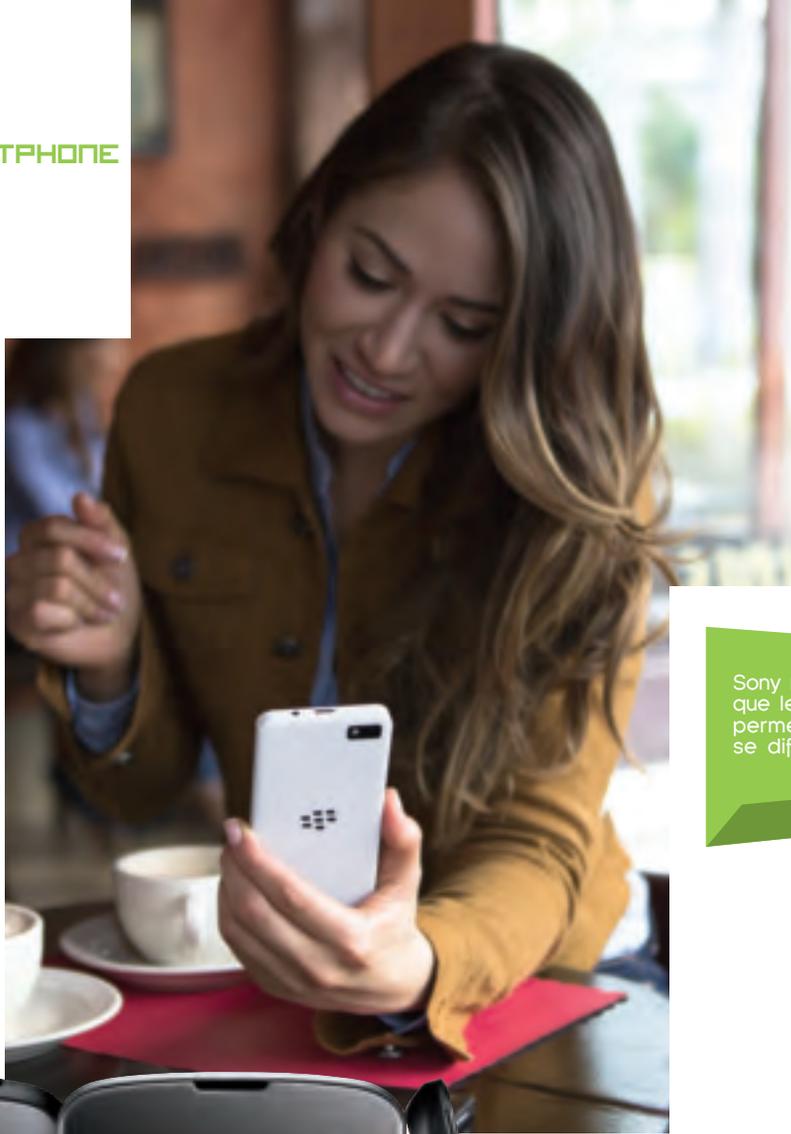
DIVERSITÉ SALUTAIRE

La multiplication des systèmes d'exploitation est d'ailleurs un point très positif pour le marché du smartphone. Cela permet de créer une réelle diversité et aussi de faire une offre plus large à un niveau de prix. Sans parler d'une saine concurrence qui évite de figer des niveaux de prix qui ne dépendent plus que de la seule configuration de composants. On a vu avec l'ordinateur que le monopole présentait beaucoup de risques à ce niveau. Apple et iOS ont toujours leur mot à dire même si le terminal unique devient une politique difficile à tenir sur un marché aussi diversifié. Après l'iPad mini, il y aura peut-être l'iPhone maxi ! Même l'interface commence à se faire vieille et un peu désuète. C'est certes toujours l'ergonomie la plus évidente et la plus simple mais aussi sans aucune personnalisation possible à l'heure où ce paramètre devient de plus en plus important. En revanche là où Apple caracole toujours largement en tête, c'est en termes de marché applicatif. Avec l'avantage du terminal unique, d'être arrivé le premier et d'imposer un standard qualitatif, l'App Store peut se targuer d'avoir le plus grand nombre d'applications et de jeux mais aussi la meilleure qualité et ergonomie. Android a beaucoup évolué et la version actuelle est satisfaisante à tous les niveaux sans réellement briller nulle part. L'interface est fluide, ergonomique, ouverte et personnalisable.

LE MODÈLE APPLICATIF

Le magasin applicatif Google Play accueille désormais aussi un très grand nombre d'applications et la plupart de celles qui sont importantes ou nouvelles existent sur iOS et sur Android. En revanche, la qualité n'y est pas. Cela s'explique par la grande diversité en terminaux, par le manque de soutien au développement, par un OS pas assez peu contrôlé au niveau des fonctions et par une politique commerciale déficiente de Google. Le magasin est mal organisé et ne fait rien pour promouvoir l'application chère car ce n'est pas dans l'intérêt de Google qui vit de la publicité. Or pour avoir des applications et des jeux de qualité, il faut pouvoir les vendre pour rentabiliser leur développement. Pour le jeu vidéo mobile, cela risque de changer car le modèle qui s'impose de plus en plus est celui du « Freemium » avec un titre gratuit et d'incessants achats

PHONE



Sony montre que le style permet de se différencier.



Avec un smartphone très bien équipé et proposé à un prix défiant toute concurrence, Google risque de déstabiliser le marché.



intégrés. Attention toutefois à ne pas dégoûter les joueurs qui pourraient se détourner du jeu mobile à force d'abus. Real Racing 3 montre ce risque en obligeant l'infortuné joueur investi à dépenser des sommes de plus en plus élevées et fréquemment. Ainsi, après avoir payé un entretien, il faut repayer pour qu'il soit effectué immédiatement. Jouer ainsi avec le facteur d'addiction présente le risque que le consommateur n'y revienne plus jamais.

NOUVEAUX ENTRANTS

Avec Windows Phone 8, Microsoft joue sur la complémentarité de son offre et sur le fait que les frontières entre le smartphone, la tablette et l'ordinateur deviennent de plus en plus floues. C'est une réalité mais pour l'heure, la fusion ne se fait pas encore concrètement au niveau de l'OS tant les mondes

productifs de l'informatique et ceux plus consultatifs de l'univers mobile cohabitent plus qu'ils n'interagissent dans l'OS. Il n'empêche que Phone 8 amorce une nouvelle ère avec une expérience et un contenu personnel qui se déclinent sur les appareils quelle que soit leur taille. De même, l'interface est conçue pour être personnelle et pour informer dès la page d'accueil sur ce qui importe à l'utilisateur. Certes, cela implique une ergonomie moins immédiate mais augmente en contrepartie grandement les possibilités. C'est sans doute le sens de l'histoire. Mais Windows Phone 8 est aussi desservi par une arrivée tardive sur le marché, un choix de terminaux encore restreint et un marché applicatif qui ne l'est pas moins, même s'il est en progrès. Le récent Blackberry 10 se heurte aux mêmes handicaps auxquels il ajoute le choix encore plus restreint de terminaux puisque pour l'heure il n'y en a que deux. A cela il oppose une interface qui allie à la perfection la vie personnelle et professionnelle, qui propose une ergonomie très aboutie et qui réunit au même endroit toute la vie personnelle de l'utilisateur et de ses contacts.

L'intégration de la 4G crée ponctuellement de la valeur mais n'est pas un argument de montée en gamme en soi.





Wiko au **MedPi 2013**
V04 / Apollinaire

MON TÉLÉPHONE EST MOI

Wiko
SHARE YOUR IDENTITY*

CINK FIVE

by Wiko

Écran 5" IPS, HD / Android™ 4.1.2 Jelly Bean
Quad Core 1,2 GHz / Débit H+ // ROM 4 Go / RAM 1 Go
APN 8MP OmniBSI+™, Autofocus, Flash LED / USB OTG



DOUBLE SIM

DAS : 0,639 W/kg. Le DAS (débit d'absorption spécifique) des téléphones mobiles quantifie le niveau d'exposition maximal de l'utilisateur aux ondes électromagnétiques, pour une utilisation à l'oreille. La réglementation française impose que le DAS ne dépasse pas 2W/Kg. Visuel non contractuel. *Partagez votre identité



wikomobile.com



Les smartphones sous Windows Phone 8 sont qualitatifs et souvent réussis mais aussi peu nombreux.

Les quatre OS actuels créent une saine émulation sur le marché du smartphone et renforcent aussi le rôle du magasin qui va devoir expliquer les atouts des uns et des autres pour conseiller le consommateur.

INNOVATION DIFFICILE

Le smartphone en lui-même commence à se heurter à des limites qu'il va devenir difficile de dépasser. La première est celle de la taille de l'écran. Si certains modèles vont désormais au-delà du cinq pouces, cette diagonale constitue tout de même la limite à ne pas trop franchir si le smartphone doit servir à téléphoner. Et comme par ailleurs en entrée de gamme, la taille dépasse déjà les quatre pouces, l'argument de la diagonale pour la montée en gamme va commencer à s'essouffler. Alors comme chez Apple, c'est la résolution qui vient jouer le même rôle en sachant que c'est moins évident à percevoir avant achat et que là encore on atteint déjà la limite avec le Full-HD. Pour les performances, il y a certes encore de la marge de progression mais dont l'utilité devient contestable tant les derniers processeurs sont déjà surpuissants et aucune application ne les exploite vraiment. D'autant que ce n'est pas par la finesse qu'il sera possible de se distinguer non plus, tant celle atteinte remet déjà

Acer montre qu'il est possible de réaliser de l'entrée de gamme qualitative.



Windows Phone 8 propose une approche plus en phase avec l'ère du temps. L'interface est personnelle, informative et pratique.



TABLETTES TACTILES ANDROID WIFI SÉCURISÉ POUR ENFANTS



6-12 ans

7"
capacitif



Interface multi utilisateurs
Mémoire RAM 1 Go
Processeur dual core
2 caméras
30 jeux



7"
capacitif



6-12 ans

Mémoire RAM 512 Mo
Processeur simple core
Caméra
30 jeux



Interface spécifique pour les enfants



Console / tablette
200 jeux intégrés

3-8 ans



7"
capacitif



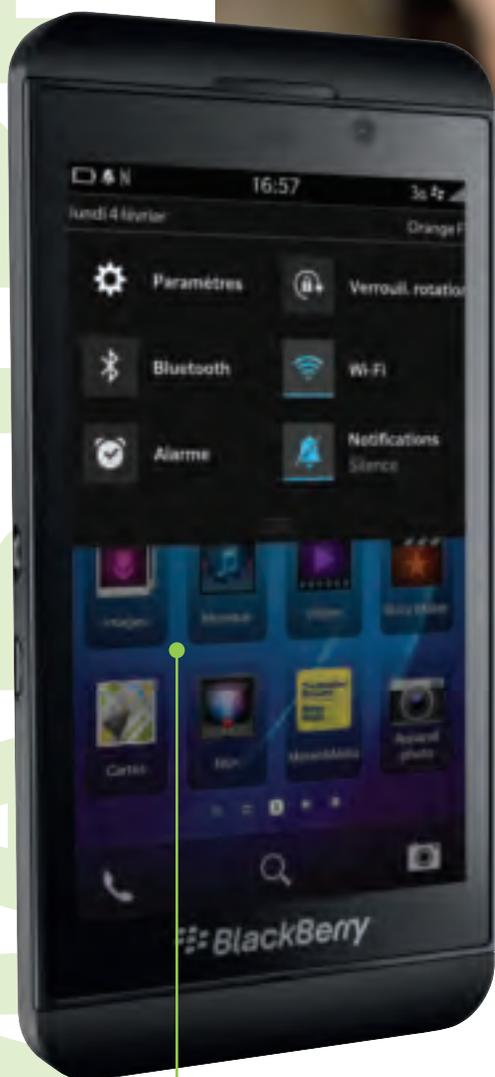
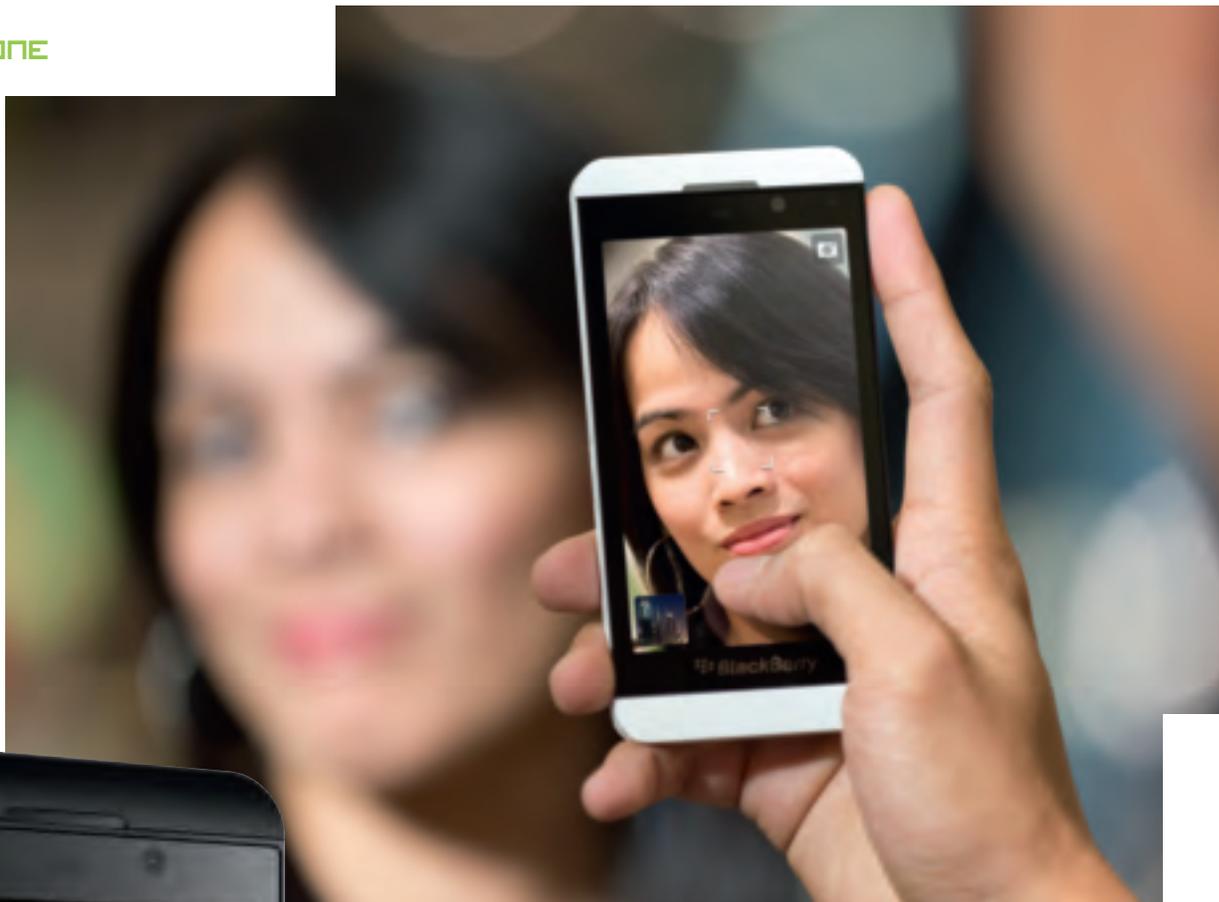
Toutes les caractéristiques
techniques sur simple demande.



www.videojet-jeux.com

VIDEOJET
34 av. des champs Elysées
75008 Paris
Tel. : 01 42 89 56 54
Fax. : 01 45 63 01 39
E-mail :
contact@videojet-jeux.com

SMARTPHONE



BlackBerry 10 se distingue entre autres par une intégration très poussée de toute la vie sociale de l'utilisateur et par un clavier prédictif qui facilite grandement la saisie.

beaucoup en cause la solidité du terminal. Il y a certes l'argument de la capacité mémoire mais il ne faut surtout pas en faire un élément discriminant car ce n'est pas un facteur d'usage. Il en va de même pour l'arrivée de la 4G. Ce n'est pas un argument d'usage mais une compatibilité à avoir ou pas. Elle va créer de la valeur un temps avant d'être intégrée d'office comme c'est le cas pour toutes les normes et notamment les autres en cours d'intégration comme le NFC et le Miracast. Il va donc falloir innover plus radicalement et cela devient difficile. L'appareil photo laisse encore une marge assez confortable par l'intégration d'un zoom et une augmentation de la qualité d'image, surtout en basse lumière. L'autonomie est un autre point important et où il y a des choses à faire, par exemple par l'intégration de l'énergie solaire. Toutefois, ces pistes demeurent assez maigres. Espérons que l'industrie nous surprenne car sinon le renouvellement va commencer à manquer d'arguments ! ■



Nouveau vaisseau amiral de la marque, le Samsung Galaxy S4 s'inscrit dans la lignée de son prédécesseur.



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

BLACKBERRY

Thierry Caliari, Directeur Retail France

Comment se traduit le recul de la subvention sur le marché des smartphones ?

Ce recul est à nuancer puisque l'on observe aujourd'hui une bipolarisation entre le bas et le haut de gamme avec une réduction des subventions sur l'entrée de gamme et davantage de subventions sur le haut dans l'objectif de maintenir de la valeur sur les forfaits haut de gamme.

Quels sont les conséquences de la multiplication des OS avec quatre systèmes majeurs et de nouveaux challengers à venir ?

Une proposition de valeur élargie et un appel d'air pour les opérateurs. Les consommateurs bénéficient de plus de choix et d'alternatives au duopole. Nous nous sommes réinventés en créant avec BlackBerry 10 une nouvelle expérience mobile plus rapide et plus intelligente, spécialement conçue pour s'adapter en permanence aux besoins des utilisateurs. Depuis le lancement officiel le 30 janvier dernier, nous observons un fort enthousiasme de la part des utilisateurs. Un enthousiasme qui va au-delà des utilisateurs BlackBerry traditionnels puisque des données récentes montrent que plus de la moitié des utilisateurs du BlackBerry Z10 (55%) viennent d'autres plates-formes que la nôtre.

Avec de larges écrans, de la performance à revendre et une finesse extrême, comment le smartphone peut-il encore évoluer technologiquement ?

Nous pensons que le smartphone va davantage évoluer autour des nouveaux usages. L'écran par exemple n'est qu'un moyen pour répondre à de nouveaux besoins tels que la visioconférence, la vidéo, la TV... Pour nous, l'avenir c'est le mobile computing et nous avons clairement l'intention d'en être le leader. BlackBerry 10 représente la première étape de notre vision. Nous avons créé une plate-forme offrant aux utilisateurs de nombreuses possibilités pour connecter leurs expériences mobiles et leurs informations où qu'ils se trouvent, quel que soit leur terminal mobile, et quelles que soient leurs envies.

Avec des smartphones de plus en plus grands et des tablettes nomades de plus en plus connectées, la frontière entre les deux va-t-elle s'abolir ?

On observe en effet que la frontière s'amenuise puisque l'on a vu apparaître cette année le concept des phablets. Nous avons d'ailleurs été les premiers à intégrer cette notion de nomadisme avec notre tablette sept pouces. Aujourd'hui le marché s'oriente clairement vers une segmentation produit avec des constructeurs qui proposent des gammes de plus en plus larges. Nous pensons que l'utilisateur, aura à cœur de trouver le smartphone qui se connecte le mieux à son environnement et à son univers. En cela notre vision du mobile computing réconcilie les deux mondes. La plate-forme BlackBerry 10 permet aux utilisateurs de se connecter à leur univers mais également de prendre en charge d'autres appareils afin de démultiplier les possibilités qu'offre le terminal mobile et de déployer leurs informations dans une voiture, à son domicile ou quel que soit le lieu où l'on se trouve. Qu'il s'agisse du véhicule que nous conduisons, des réseaux de transport que nous empruntons, des magasins où nous nous rendons ou de la manière dont nous communiquons ou échangeons avec les autres.

Pensez-vous que l'arrivée de la 4G aura une importance pour la vente de smartphones dès cette année ?

Les opérateurs affichent clairement des grandes ambitions en termes de ventes sur les smartphones 4G. La 4G est actuellement la principale voie qui leur permettrait de développer de nouveaux usages générateurs de revenus. Cependant la couverture 4G n'étant pas encore globale, on peut prévoir une accélération en fin d'année. La clé du succès de la 4G passera par l'évangélisation des consommateurs autour des usages qu'elle permet. ■



« Nous nous sommes réinventés en créant avec BlackBerry 10 une nouvelle expérience mobile, conçue pour s'adapter aux utilisateurs. »

HTC

Anne-Sophie Frenove, Directrice marketing et communication

Comment se traduit le recul de la subvention sur le marché des smartphones ?

Il se traduit par une montée en puissance des produits vendus nus avec une polarisation sur l'entrée et le haut de gamme. HTC étant positionné sur le haut de gamme avec des smartphones à valeur ajoutée et des designs uniques, nous avons une vraie légitimité à la fois sur le marché des terminaux vendus comme sur celui des forfaits. La création de demande devient plus importante et c'est pour cette raison que nous allons multiplier par quatre nos investissements marketing avec une campagne média pour soutenir le HTC One qui sera relayée en TV, au cinéma et sur le Web. Avec le recul de la subvention sur le marché des smartphones, nous voyons également l'écosystème accessoires et services se développer fortement dans la distribution en général afin d'apporter plus de marges suite à la baisse de l'ARPU et de la rémunération propre à la ligne.

Quelles sont les conséquences de la multiplication des OS avec quatre systèmes majeurs et de nouveaux challengers à venir ?

Selon les derniers chiffres de Canalys, à terme, les trois OS qui vont clairement émerger sont Android, Windows Phone et IOS. Android restera important et Windows Phone devrait connaître une forte croissance dans les prochaines années.

Depuis le début, HTC a fait le choix de développer une double gamme Android et Windows Phone. Nous avons été les premiers à proposer un smartphone sur la plate-forme Windows Phone puis les premiers à proposer un smartphone sur la plate-forme Android. L'OS de Windows progresse fortement et nous sommes ravis des résultats de ventes notamment avec le Windows Phone 8S. HTC souhaite offrir le choix à ses consommateurs avec différents OS tout en apportant son savoir-faire en matière de design, d'image et de son.

« HTC offre le choix à ses consommateurs avec différents OS ainsi que son savoir-faire en matière de design, d'image et de son. »

Avec des écrans très grands, de la performance à revendre et une finesse extrême, comment le smartphone peut-il encore évoluer technologiquement ?

Certains aspects de la technologie arrivent en effet à maturité, mais il y aura bien sûr toujours des innovations technologiques à apporter ! HTC a toujours apporté l'innovation au marché avec le premier smartphone sous Windows, le premier sous Android, le premier compatible 3G, le premier compatible 4G, le premier à intégrer Facebook Home. L'innovation technologique est essentielle et HTC sera toujours au premier rang mais pas seulement. Au lieu de donner dans la surenchère technologique, nous travaillons beaucoup sur l'innovation autour de l'usage. Nous nous intéressons vraiment à la façon dont chacun utilise son smartphone. Par exemple, nous avons intégré Blinkfeed au HTC One. Nous savons que les utilisateurs consultent leur smartphone plus de 150 fois par jour pour accéder aux news, aux réseaux sociaux, à l'agenda... Nous avons donc créé un écran d'accueil avec des flux dynamiques qui se mettent constamment à jour afin que l'utilisateur puisse accéder à ses contenus préférés en un clin d'œil et sans avoir à passer d'une application à une autre. La photo est le second usage derrière la voix et les SMS. Nous savons que plus de 50% des utilisateurs photographient en intérieur ou/et en faible luminosité. Pour répondre à ce besoin, nous introduisons le capteur Ultrapixel avec une taille de pixel plus grande pour capturer trois fois plus de lumière.

Pensez-vous que l'arrivée de la 4G va avoir une importance pour la vente de smartphones dès cette année ?

HTC a toujours souhaité offrir les meilleurs débits possible que ce soit avec la 4G ou le WiFi AC pour améliorer les usages, permettre plus de partage, de création et surtout offrir plus de confort au consommateur. Nous avons été les premiers à lancer des terminaux 4G aux Etats-Unis il y a deux ans puis nous avons lancé le premier smartphone 4G en France avec le One XL, puis le One SV. La 4G, ce sont des débits qui peuvent aller jusque 100 Mbits, soit cinq fois plus vite que l'ADSL de la maison ! En plus de supporter la 4G, la plupart de nos smartphones supportent le H+ et le Dual Carrier afin de profiter dès à présent de débits améliorés qui vont jusqu'à 42 Mbits. Le HTC One est le premier smartphone à supporter la nouvelle norme WiFi 802.11/AC qui permet d'atteindre des débits de plusieurs centaines de Mbits. Les opérateurs sont le principal moteur de la 4G en France et ils ont un rôle très important à jouer. Notre objectif à tous sera de faire comprendre aux consommateurs les nouveaux bénéfices et usages afin de démocratiser la 4G le plus vite possible. ■



SONY MOBILE

Laurent la Rocca, Directeur marketing

Comment se traduit le recul de la subvention sur le marché des smartphones ? Les enseignes ont-elles saisi la chance qui se présente ?

Si cette question concerne davantage les opérateurs que les constructeurs, nous tenons à rappeler que notre offre adresse tous les segments de prix, avec une promesse unique : le respect de la qualité à travers des produits premium. Aussi, du Xperia Z au Xperia E en passant par les Xperia SP et L, les consommateurs ont, en 2013, pleinement le choix du budget qu'il souhaite consacrer à leur smartphone sans compromis sur le design et la qualité.

Quelles sont les conséquences de la multiplication des OS avec quatre systèmes majeurs et de nouveaux challengers à venir ?

Chez Sony Mobile, nous croyons fortement au libre choix des consommateurs. Les systèmes ouverts facilitent le développement des applications et des services de contenus. Or, c'est leur richesse qui prime. C'est la raison pour laquelle nous avons fait le pari réussi d'Android.

Avec de larges écrans, de la performance à revendre et une finesse extrême, comment le smartphone peut-il encore évoluer technologiquement ?

Nous estimons que l'innovation doit avant tout répondre à de nouveaux enjeux et aux besoins des consommateurs. Ce constat nous pousse à développer des technologies qui révolutionnent leur quotidien numérique. A terme, elles deviendront des standards incontournables du haut de gamme pour satisfaire des consommateurs légitimement toujours plus exigeants. A titre d'exemple, les Xperia Z et la tablette Xperia Z sont équipés d'une technologie permettant de les protéger des agressions du quotidien, de l'eau, de la poussière et des chocs. Enfin, l'autonomie est également un axe majeur de développement sur lequel nous travaillons car nous sommes conscients que les consommateurs ont désormais sans cesse recours à leur smartphone toujours présent sur eux.

Avec des smartphones de plus en plus grands et des tablettes nomades de plus en plus connectées, la frontière entre les deux va-t-elle s'abolir ?

Les écrans se segmentent aussi et surtout par leur portabilité. Un smartphone tient dans une poche, une tablette non. Mais elle se glisse facilement dans une sacoche ou un sac. En ce sens, même si nous assistons en effet à une convergence entre les produits, les usages diffèrent. C'est la raison pour laquelle nous avons lancé notre smartphone Xperia Z puis la tablette Xperia Z, qui bénéficient de la même interface, d'un design similaire et des mêmes caractéristiques technologiques (4G, HD, résistance à l'eau et à la poussière notamment). Pour simplifier l'usage au quotidien, nous travaillons également à l'uniformisation et l'homogénéisation des interfaces sur les smartphones, tablettes et téléviseurs. L'objectif est aussi de faciliter la

connexion des appareils en utilisant notamment les nouvelles technologies de transfert comme le NFC et le WiFi Miracast.

Pensez-vous que l'arrivée de la 4G va influencer significativement sur la vente des smartphones dès cette année ?

La 4G est un accélérateur d'usages et va accroître significativement l'expérience utilisateurs (téléchargement de films, partage de musique et de photos...). C'est d'ailleurs parce que nous croyons fortement en cette révolution que nous avons lancé, depuis janvier 2013, trois appareils 4G (Xperia Z, Xperia Tablette Z, Xperia SP). De manière générale, Sony est déjà au rendez-vous de la 4G et sera un acteur incontournable de cette technologie en 2013. ■

« Nous croyons fortement au libre choix des consommateurs. Les systèmes ouverts facilitent le développement des applications et des services de contenus. »



DES MONITEURS POUR SNIPERS !



PARTICIPEZ À NOTRE CONCOURS "SNIPEZ" VOTRE MONITEUR !

UN NOMBRE LIMITÉ D'ÉCRANS IIYAMA, DES PCS ET DE NOMBREUSES AUTRES SURPRISES POUR VOUS, JOUEURS, VOUS ATTENDENT ! JOUEZ ET GAGNEZ SUR

www.iiyamaplay.com



PROMOTION IIYAMA

Achetez le moniteur iiyama 24 pouces, ProLite E2473HS, et recevez un code pour télécharger le jeu PC *Sniper2 Ghost Warrior** **GRATUITEMENT** ! Retrouvez ce moniteur chez tous nos Revendeurs Agréés.

Trouvez votre magasin le plus proche ou le site internet de votre choix sur www.iiyama.com/fr
Prix Public conseillé TTC : 199 € TTC (hors taxe DEEE)

Vous êtes les bienvenus sur notre stand, lors du prochain MEDPI 2013: Espace DIAGHILEV Stand N° N07

Partenaire Officiel
SNIPER 2

iiyama

LE SMARTPHONE

Innovation difficile

Les smartphones sont plébiscités par le consommateur qui n'hésite pas à investir dans le haut de gamme. La tendance semble montrer que l'on arrive un peu en bout de course des innovations radicales. Certes, la taille d'écran et sa résolution demeurent encore les principaux vecteurs de valeur cette année mais on atteint la limite de ce qui fait sens. La 4G pourra passagèrement être source de valeur avant d'être intégrée systématiquement. Plus généralement, est-ce que le smartphone ne se retrouve pas lui aussi devant le virage vers le contenu à la place du contenant ?

Sony Xperia Z
Plus de tout

Ce nouveau smartphone fer de lance de Sony est le premier à adopter une résolution Full-HD. Heureusement, 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 téléphoner à l'oreille, les cinq pouces de l'écran rendant l'appareil relativement encombrant. Autre originalité, le Xperia Z est étanche et résistant aux chocs. C'est sans doute un axe qu'il est intéressant de suivre car la fragilité des téléphones actuels ultra-fins commence à être perçue comme un problème par de nombreux utilisateurs qui en ont fait les frais. L'écran offre sans surprise une qualité d'image extraordinaire, il est impossible de discerner les pixels individuellement. Les performances sont du même acabit et toutes les applications du marché s'avèrent parfaitement fluides. Même constat pour le capteur photo 13 Mpixels qui produit des clichés de très bonne facture. L'Xperia Z se présente donc un peu comme le smartphone ultime qui intègre tout ce qui se fait de mieux sans aucun défaut et avec l'argument de la solidité en plus.

■ OS Android 4.1 ■ Écran 5 pouces LCD 1920 x 1080 ■ Processeur Qualcomm S4 quadruple cœur 1,5 GHz ■ Mémoire 16 Go ■ Capteur photo 13 Mpixels ■ Connectivité A-GPS, WiFi n, Bluetooth 4, micro-USB, NFC, 4G Micro-SD ■ Dimensions/poids 139 x 71 x 7,9 mm/146 grammes

629 €

BlackBerry Z10
L'outsider

BlackBerry ne s'est pas essayé à l'originalité et a produit un smartphone simple, sobre et efficace. Un parfait exemple de design industriel ! La seule originalité est à trouver sur le dos de l'appareil qui adopte un plastique soft-touch texturé particulièrement agréable au toucher. Du fait de la relative petite taille de l'écran (4,2 pouces), la prise en main est excellente, notamment à l'oreille. Contrairement à la tendance actuelle, le dos est amovible permettant ainsi de changer la batterie et d'accéder à la carte mémoire comme à la micro-SIM. L'écran est de très bonne facture. Sa résolution élevée (1280 x 768) assure une très belle d'image. Le capteur photo produit des résultats honorables, même si les clichés manquent un peu de saturation. En interne, on trouve un processeur double cœur 1,5 GHz et 16 Go de stockage. De quoi faire tourner de manière parfaitement fluide BlackBerry 10. En revanche l'autonomie laisse à désirer, il a été difficile de tirer plus d'une journée et demie de ce Z10, la batterie étant même parfois vidée avant la fin d'un jour de travail. Bien entendu, on n'achètera pas ce smartphone pour sa capacité à rivaliser avec les autres modèles haut de gamme mais en raison de son OS original qui facilite l'interaction entre le loisir et le travail, qui centralise réellement tous les échanges sociaux et son clavier virtuel qui est le plus abouti du marché.

■ OS BlackBerry 10 ■ Écran 4,2 pouces, 1280 x 768 pixels ■ Mémoire 16 Go ■ Capteur photo 8 Mpixels ■ Connectivité A-GPS, Bluetooth 4, WiFi n, micro USB 2.0, micro-HDMI, NFC, 4G ■ Dimensions/poids 130 x 65,6 x 9 mm/138 grammes

589 €



La tendance à produire des smartphones de plus en plus grands ne semble pas vouloir s'arrêter. Rares sont les modèles dont l'écran fait moins de 4,3 pouces et le haut de gamme semble même vouloir aller encore plus loin en passant à une diagonale de cinq pouces pour le Sony Xperia Z et le Samsung Galaxy S4. Si le consommateur semble cautionner ce gigantisme, l'ergonomie pour téléphoner en pâtit beaucoup. Certes, la voix semble devenue secondaire mais si on va encore plus loin, ce sera une tablette qu'il ne sera pas possible de tenir à l'oreille d'une main. En attendant, la taille de l'écran demeure une source de valeur cette année. En revanche, il y a aussi en conséquence un terrain inoccupé ou plus exactement laissé au seul iPhone, celui du smartphone qui privilégie l'ergonomie en conversation. Sous Android, impossible de trouver un smartphone haut de gamme qui ne soit pas atteint de gigantisme. L'entrée de gamme résiste encore en proposant des terminaux de petite taille mais

une réception wifi parfaite Dans toute La maison

COMPATIBLE
AVEC TOUTES
LES BOX

Je capte Internet :

- Dans ma chambre
- Dans mon bureau
- Sur ma terrasse
- Dans mon salon
- Dans la cuisine
- Pour ma tablette
- Pour ma console
- Pour mon smartphone
- Pour mon ordinateur



Grâce aux répéteurs
WiFi Netgear,
finies les zones
sans réception...
Vous captez **partout**
chez vous, en toute
simplicité !

PETIT ET COMPACT



WN2500RP



WN2000RP



WN3000RP



WN1000RP

Pour en savoir plus, retrouvez nos produits dans toutes
les grandes enseignes ou rendez-vous sur www.netgear.fr



NETGEAR
Connect with Innovation™

LE SMARTPHONE PANORAMA

la tendance est d'y dépasser le quatre pouces aussi. Il semble évident que la déclinaison des modèles XL en variantes plus petites ferait davantage sens que de proposer comme certains des modèles de tailles identiques qui ne se différencient que par le look ou le design. Après avoir atteint la limite de la taille, c'est par la résolution que va s'opérer la montée en gamme sur le smartphone. Les modèles les plus haut de gamme de la fin d'année proposeront du Full-HD, une notion bien intégrée par le grand public. De plus, il suffit de regarder une vidéo ou une démonstration de jeu pour en comprendre le bénéfice.

PLUS QU'ASSEZ

La course à la multiplication des cœurs marque un temps d'arrêt, même si certains fabricants ont montré des processeurs octo-cœurs. C'est plutôt une évolution de l'architecture qui va délivrer davantage de performances. Les puces haut de gamme comme le Tegra 4 de Nvidia ou le dernier Exynos de Samsung

optent pour des cœurs Cortex A15 à la place des précédents Cortex A9. Sans entrer dans les détails techniques, cela veut dire que les performances sont doublées à nombre de cœurs égal et que la consommation est revue à la baisse. Le problème est

Après la limite de la taille, c'est par la résolution que va s'opérer la montée en gamme sur le smartphone.

que c'est évidemment peu parlant pour le consommateur, d'autant plus que la puissance actuelle est déjà nettement surdimensionnée par rapport aux exigences des applications les plus gourmandes. On a un peu l'impression de revivre ce qui s'était passé en

informatique. Il semble bien que la performance pure ne soit guère un argument marquant sur le haut de gamme cette année. En entrée et en milieu de gamme, ce sera un moyen de valorisation efficace. L'arrivée de processeurs double cœur bon marché fabriqués par des fondeurs chinois, peu connus jusqu'à lors, permet de proposer des performances en hausse et suffisantes à des tarifs contenus.

LA 4G

Si la 4G est pour le moment réservée à quelques agglomérations françaises, le déploiement devrait rapidement s'accélérer. En effet l'arrivée de Free et la baisse des prix qu'elle a provoquée ont fait du mal aux marges des opérateurs historiques. Ces derniers voient en la 4G un moyen de valoriser les forfaits et ont donc mis les bouchées doubles par rapport aux plannings initiaux. Logiquement, les constructeurs suivent le mouvement et commencent à proposer de plus en plus de terminaux compatibles. Tous les modèles haut de

LG Optimus G Sérieux

■ Extérieurement, l'Optimus G conserve la touche de LG : anguleux et sobre. Le design n'est pas très original mais agréable à l'œil avec un dos en verre sous lequel on aperçoit un motif holographique. La finition est convaincante mais tout de même un cran en dessous des meilleurs en termes de qualité perçue. La prise en main est bonne, avec des boutons qui tombent bien sous les doigts. La connectique se limite à une prise micro-USB et à une sortie jack. L'écran de 4,7 pouces (1280 x 768) est comme toujours chez LG d'excellente facture. Les couleurs sont vives et le contraste très bon pour une dalle LCD. Le capteur photo est plus que satisfaisant avec des clichés détaillés mais il souffre d'un défaut logiciel ennuyeux. L'autofocus continu est en effet un peu trop rapide rendant une mise au point précise parfois compliquée. Il faudrait que LG ajoute une option pour désactiver cette fonctionnalité. En interne, on retrouve une nouvelle fois un processeur quad-cœur de chez Qualcomm et sans surprise les performances sont impressionnantes. L'Android 4.1 utilisé est parfaitement fluide. L'autonomie se situe dans la norme actuelle avec une journée en utilisation mixte voix et données. L'Optimus G est donc un terminal haut de gamme convaincant mais il demeure un cran en-dessous de ce que propose la concurrence au sommet, le prix est d'ailleurs un peu moindre aussi.

■ OS Android 4.1.2 ■ Écran 4,7 pouces, 1280x768 pixels ■ Processeur Qualcomm Snapdragon S4 quadruple cœur 1,5 GHz ■ Mémoire 32 Go ■ Connectivité A-GPS, Bluetooth 4.0, WiFi n, micro-USB 2.0, NFC, 4G ■ Dimensions/poids 131,9 x 68,9 x 8,5 mm / 145 grammes

549 €

HTC One Prix de beauté

■ Le One combine un design magnifique à une finition parfaite. C'est le plus beau smartphone à ce jour. Il réussit même le tour de force d'être confortable à utiliser malgré son écran de 4,7 pouces. Il est d'ailleurs époustoufflant, tant par sa résolution Full-HD que par ses belles couleurs et sa luminosité élevée. Le capteur photo est nettement moins convaincant. Le pari d'HTC d'utiliser moins de pixels pour une meilleure qualité n'est pas entièrement tenu. Les performances en basse lumière sont excellentes mais les images manquent de détails. Sinon, les performances du téléphone sont excellentes, tout étant parfaitement fluide. Même l'autonomie est correcte avec une journée et demie d'utilisation. On regrette toutefois que l'Android embarqué ne soit qu'un 4.1.2 et non pas la 4.2 pourtant disponibles depuis quelques mois. A noter que la surcouche Sense se fait relativement discrète, se contentant d'apporter une page de démarrage dédiée aux réseaux sociaux et une série de petites améliorations discrètes. Au final, le HTC One peut concourir pour le titre de smartphone le plus réussi, surtout par son design et sa finition.

■ OS Android 4.1.2 ■ Écran 4,7 pouces, Full-HD ■ Processeur Qualcomm Snapdragon S4 quadruple cœur à 1,7 GHz ■ Mémoire 32 Go ■ Connectivité A-GPS, Bluetooth 4.0, WiFi AC, micro-USB 2.0, NFC, infrarouge, MHL, 4G ■ Dimensions/poids 137,4 x 68,2 x 9,3 mm / 143 grammes

649 €





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.



PHILIPS

LE SMARTPHONE PANORAMA

gamme sortis depuis le début de l'année sont ainsi compatibles 4G. A partir de l'été, le milieu de gamme embraye aussi avec un surcoût non négligeable qui sera accepté d'autant plus facilement par le consommateur s'il est inclus dans le forfait. Mais même sur un terminal nu, l'argument de la pérennité pourra porter, d'autant qu'il y a un fort soutien en matière de communication par les opérateurs. Bien entendu, la 4G aide aussi dans l'argumentaire de la qualité et de la taille d'écran

Sur les smartphones, la photo et la vidéo deviennent des arguments de plus en plus convaincants. Ils remplacent le compact.

car ce sera un moyen idéal pour regarder des vidéos de qualité en tout lieu par la VOD.

PHOTO EN PALIER

La photo et la vidéo deviennent des arguments de plus en plus convaincants sur les smartphones. Ils remplacent le compact dédié pour de nombreux utilisateurs. C'est surtout par les pixels que l'on tentait de convaincre jusqu'à maintenant mais comme en photo, on est arrivé à une limite où l'inflation n'apporte plus rien en termes de qualité. Certains constructeurs commencent donc à s'en éloigner pour parler qualité. C'est sans doute une bonne idée mais les tentatives récentes d'améliorer la qualité en négligeant le l'inflation de pixels n'a pas abouti à des résultats spectaculaires. Il y a encore un grande marge de progression.

OS EN NOMBRE

Situation inédite en hi-tech, il y actuellement quatre systèmes d'exploitation « up to date » sur le

marché du smartphone avec iOS 6, Android 4, Windows Phone 8 et Blackberry 10. Et cette diversité salvatrice pourrait encore croître car Samsung prépare avec Intel une alternative à Android nommée Tizen. Si on comprend que c'est sans doute pour ne pas dépendre pieds et poings liés de Google, on ne sait pas encore si les ambitions sont réellement de lutter frontalement. Firefox OS de Mozilla a en revanche annoncé la couleur de l'entrée de gamme pour les marchés émergents et ne devrait donc pas jouer un grand rôle dans nos latitudes. Sur l'existant, il n'y a pas de dévolutions prévues ou du moins annoncées en dehors d'Android 5 que l'on attend pour l'été sur un smartphone Motorola, fabricant qui appartient à Google. L'arrivée d'une surcouche Facebook officielle nommée Home semble intéressante aussi. Mettant en avant les flux Facebook et les images, elle sera disponible dans des téléphones dédiés mais pourra également être installée sur les terminaux haut de gamme. ■

Samsung Galaxy S4 Déclinaison

Avec le S3 en 2012, Samsung avait confirmé que les succès de sa gamme Galaxy n'étaient pas des accidents de parcours. Le fer de lance de Samsung a connu un succès phénoménal que le coréen semble bien vouloir reproduire avec cette quatrième mouture. Pour cela, Samsung adopte une stratégie qui n'est pas sans rappeler celle de son plus grand rival Apple. Le S4 est en effet plus une itération du S3 qu'un nouveau smartphone. Mis à part quelques modifications relativement mineures, le design des deux appareils est identique. Un choix surprenant lorsque l'on voit à quel point certains constructeurs comme HTC

et Sony misent sur la finition et l'originalité. Le S4 reprend donc à quelques millimètres près le châssis de son prédécesseur mais réussit à y faire entrer un écran encore plus grand atteignant désormais les cinq pouces. La dalle adopte une résolution Full-HD et utilise la technologie Super AMOLED qui lui garantit un superbe contraste et des couleurs particulièrement vives même si elles sont peu fidèles. Pour la photo, c'est un capteur de 13 Mpx qui officie et qui produit des clichés remarquables. Le processeur varie selon les pays, la France doit ainsi se contenter d'un simple quadri-cœurs Qualcomm S600 en lieu et place de l'octo-cœurs Exynos auquel aura droit la Corée du Sud. Au-delà des caractéristiques techniques, ce sont surtout les fonctionnalités logicielles que Samsung met en avant. Traduction vocale, photos en rafale ou encore une séparation stricte des univers professionnels et personnels, la liste est longue. Même s'il est pas aussi innovant qu'espéré, le Galaxy S4 sera l'un des grands succès de cette année.

■ OS Android 4.2 ■ Écran 5 pouces, Full-HD ■ Processeur Qualcomm S600 quadruple-cœurs à 1,9 GHz ■ Mémoire 16 Go ■ Connectivité A-GPS, Bluetooth 4.0, WiFi AC, micro-USB 2.0, NFC, MHL, 4G ■ Dimensions/poids 136,6 x 69,8 x 7,9mm /130 grammes



Nokia Lumia 920 Hors normes

Le design du Lumia 920 est dans la même veine que celui de son prédécesseur avec un design industriel et épuré. Le tout est égayé par des coloris variés. Il y a du noir et du gris, mais aussi du rouge et du jaune fluo. La prise en main est bonne

mais l'appareil est grand et lourd pour un écran de 4,5 pouces. Rien handicapant mais cela va un peu à contre-courant des tendances actuelles. L'écran en lui-même est de très bonne qualité mais c'est surtout l'appareil photo qui impressionne. Le capteur est tout simplement le meilleur que nous ayons rencontré sur un smartphone, les performances en basse lumière étant époustouflantes. Les performances en vidéo sont tout autant satisfaisantes, avec une stabilité remarquable et ce même en mouvement. Ce matériel de très bonne qualité est accompagné par un Windows Phone 8 parfaitement fluide auquel Nokia a ajouté plusieurs applications utiles, comme Nokia Maps. Le Lumia 920 est un concentré de technologie et c'est sans aucun doute le smartphone Windows le plus avancé du moment. Un superbe objet qui se paye toutefois au prix fort et qui souffre du manque de compétitivité de Windows Phone 8 du point de vue applicatif.

■ OS Windows Phone 8 ■ Écran 4,5 pouces, 720p ■ Processeur Qualcomm Snapdragon S4 Plus double cœur 1,5 Ghz ■ Mémoire 32 Go ■ Capteur photo 8 Mpx ■ Connectivité A-GPS, Bluetooth 3.1, WiFi n, micro USB 2.0, NFC ■ Dimensions/poids 130,3 x 70,8 x 10,7 mm /185 grammes

679 €

649 €

High tech & Design



À découvrir au MedPi stand
Avanquest - Micro Application
Hall : DIAGHILEV - Stand : K32

LE PÉRIPHÉRIQUE ET L'ACCESSOIRE

Source de valeur

Le hi-tech s'oriente de plus en plus vers l'appareil nomade qui ne connaît pas la crise. Or, chacun doit se doter au minimum d'une protection et d'un accessoire. Plutôt que d'attendre que le consommateur aille en choisir un parmi d'autres, pourquoi ne pas en profiter pour réaliser une plus-value par des objets tendances et déco à exhiber en situation.

Les appareils mobiles connaissent un engouement sans précédent. En additionnant les ventes de smartphones, tablettes et ordinateurs, on atteint le chiffre incroyable de 22 millions d'unités vendues en 2012. Et en 2013, on pourrait atteindre les 25 millions. La crise du hi-tech n'est donc pas numérique mais plutôt consécutive d'une lutte féroce et d'une politique de promotion sur les prix. Or il y a une piste de valeur évidente qui ne sera pas perçue comme une augmentation des prix par le consommateur, ce sont l'accessoire et le périphérique dont chaque appareil mobile a besoin. Si par appareil, on compte environ 25 euros d'accessoirisation ce qui est vraiment une évaluation conservatrice, cela fait tout de même un marché de 625 millions d'euros en 2013. Et les marges praticables sont bien supérieures que sur l'appareil maître, d'autant plus que l'on reste souvent sous les 30 euros de l'achat d'impulsion. Mais il ne faut surtout pas s'en tenir à cela et essayer de vendre aussi des périphériques bien plus onéreux. Car dans le rayon qui vend le smartphone, la tablette, l'ordinateur et l'appareil photo, si on met l'accessoire au centre et non en périphérie, il y a beaucoup de

ACCES

HÉRIQUE CESSOIRE



La tendance passe aussi par la finition, ici en revêtement matelassé chez Port.



Si on met l'accessoire au centre du rayon et non en périphérie, il y a beaucoup de valeur à générer.

valeur à générer. Pour cela, il faut repenser intégralement la manière de vendre le périphérique. Aujourd'hui, c'est la largeur de l'offre sur du petit accessoire qui domine sans grande mise en avant et surtout sans réelle

association d'usage à l'appareil maître. Il y a donc une forte marge de progression en rayon pour faire de l'accessoire la source de valeur qu'il devrait être.

DE LA SACOCHE À L'ÉTU

Certes, les ventes d'ordinateurs portables sont en baisse mais il s'en vend tout de même encore quatre millions par an. Avec une forte tendance vers plus de mobilité, ils ont déjà tous besoin d'être équipés d'une sacoche ou d'un étui. D'ailleurs avec une progression notable de l'ordinateur ultra-portable, les besoins ont un peu évolué et on ne retrouve pas forcément cela au rayon protection. Pour un ordinateur de petite taille et de moins de deux kilos, on n'utilise plus la traditionnelle sacoche

Transporter tout son matériel technologique dans un sac à dos, c'est de loin l'option la plus pratique pour qui se déplace souvent. Ici, Smartsuit montre que cela peut se faire avec élégance.



Le tissu est une matière qui plaît, notamment par l'aspect écoresponsable qui s'en dégage.



Afferglow du groupe PDP montre que même un câble HDMI peut être source d'inspiration pour innover et apporter de la valeur au marché. Réunir plusieurs câbles pour brancher plusieurs appareils et les identifier par des prises éclairées et colorées : simple et ingénieux.

à poignées mais plutôt un étui que l'on glisse à son tour dans un sac, un cartable, une besace ou un sac à dos. Cela permet aussi d'oser la fantaisie dans la matière et la décoration, le tabou de la sacoche noire obligatoire n'est plus. Certes, Les motifs à fleur ne séduiront sans doute pas la masse mais rehausser la sobriété par des coutures surpiquées et colorées ou se différencier par des matériaux originaux comme le tissu ou le matelassé sont des pistes de valeur très intéressantes. Le plus souvent, on peine aussi à trouver l'étui qui va à l'ordinateur. Les tailles ne sont pas clairement affichées. Un 15 pouces traditionnel de trois kilos ne requiert pas le même étui qu'un 15 pouces ultra-fin de deux kilos. Même si le tactile se précise en 2013, il faudra encore des souris et avec Windows 8, c'est celle à dos tactile qui fait sens.

COMME UN MANNEQUIN

Autre piste évidente, la sédentarisation de l'ordinateur ultra-portable. Plus il est petit, plus il fait sens de le placer dans un environnement plus confortable pour un usage intensif à la maison. D'autant plus que souvent sur le même notebook, on se divertit et on travaille. C'est ainsi qu'il est possible de vendre un moniteur

Comme le sac qui s'accroche à l'épaule du mannequin qui porte une robe assortie, en rayon l'étui doit être placé de manière visible à côté de l'ordinateur.



L'étui malin pour tablette doit oser la différence.



Avec la généralisation de Windows 8 mais un écran tactile toujours rare, le notebook préfère une souris tactile.

de 24 ou 27 pouces, un clavier et une souris sans fil, un hub USB résidentiel, des solutions de rangement, des enceintes multimédia, etc. Et pour ce faire, le mieux est encore de mettre le tout en scène par la démonstration. Cela vaut tout autant pour l'étui fashion. Aujourd'hui, ils sont souvent rangés dans des cases sous les tables de démonstration et il faut aller fouiller pour connaître l'assortiment. Ce n'est pas la meilleure manière de vendre l'accessoire de mode, il suffit d'aller voir dans une boutique de vêtements. Comme le sac s'accroche à l'épaule du mannequin qui porte une robe assortie, l'étui doit être placé de manière visible à côté de l'ordinateur. Il ne faut pas avoir peur de réduire l'offre pour mieux présenter des produits sélectionnés. Et quand on achète un ultrabook sexy à 800 euros, ce ne sont pas 10 euros de plus ou de moins sur un étui qui feront la différence mais en revanche, ils feront la valeur du rayon et de l'achat.

TABLETTE CHERCHE ACCESSOIRE DE LUXE

La tablette est certes proportionnellement moins chère que l'ordinateur et on pourrait dire que du coup le consommateur est aussi enclin à dépenser pour l'accessoire en proportion. Mais on peut tout aussi bien tenir le discours inverse



tablet accessories



iPad & iPad mini accessories

Samsung Galaxy accessories

Universal tablet accessories



JEANS FOLIO STAND FOR IPAD
Protective folio with viewing stand for iPad and iPad mini designed in washed denim with jeans details.



PREMIUM FOLIO STAND FOR GALAXY TAB 2 10.1
Premium protective folio case for Galaxy Tab 2 10.1 with built-in viewing stand.



VERSO UNIVERSAL FOLIO STAND FOR 10" TABLETS
Universal folio case with adjustable stand to protect your 10" tablet against scratches.





Le notebook rétréci et pour l'usage résidentiel, un moniteur de bonne taille améliore grandement le confort. Le tout, c'est de le montrer.

en se disant comme il ne dépense que 200 euros, il lui reste du budget pour accessoriser. D'autant plus que la tablette demande vraiment à l'être. Cela commence par l'incontournable étui qui peut aussi servir de support. C'est un achat obligatoire. La tablette est un objet de désir, l'étui doit l'être aussi. Là encore plutôt que de multiplier à l'infini les mêmes produits sourcés en Chine tous identiques, mieux vaut mettre en avant des marques qui se donnent la peine de faire de l'exclusif. Qu'à côté des tablettes à 100 euros, il y ait un choix d'étuis à 20 euros, cela paraît logique. Mais à côté de l'iPad ou d'une Nexus, il ne faut pas hésiter à placer du désirable que ce soit en cuir, avec des motifs de créateurs ou encore avec des couleurs un peu fraîches. La tablette nécessite aussi un clavier dès qu'il s'agit de décrire dessus, ne serait-ce que pour des mails. Présenter les claviers Bluetooth in situ fait sens, d'autant que ce sont des appareils à forte valeur ajoutée. Sorti de la housse et du clavier, le rayon tablette est désespérément vide et c'est bien dommage car il existe de nombreux autres accessoires malins à mettre en avant. Il y a le trépied de voyage, la manette de jeu sans fil, le socle de recharge, etc.

SMARTPHONE À VALORISER

Le smartphone a le vent en poupe et particulièrement en rayon depuis que la subvention se fait plus rare. Acquérir des protections, des périphériques et des accessoires pour son nouveau smartphone est une obligation dans 100% des

Un clavier Bluetooth pour tablette fait d'autant plus sens qu'il sert aussi de protection tout en étant en harmonie avec le design.



cas. Or ce que l'on constate le plus souvent en rayon, c'est que les accessoires sont rangés par catégories accrochées en rang d'oignons contre un mur ce qui permet certes de trouver l'utile mais pas de vendre la plus-value qui fait pourtant de la marge. Alors certes, les câbles et les chargeurs standards sont ainsi bien placés mais associer chaque modèle précis à des accessoires spécifiques pour maximiser les ventes, c'est aussi une évidence. D'autant plus que le smartphone haut de gamme se vend toujours aussi bien même sans subvention. Cela vaut bien sûr déjà pour l'iPhone mais désormais aussi pour les modèles à succès du monde Android comme le Galaxy S4, le HTC One, le Sony Xperia Z. Et en dehors d'Android, il ne faut pas oublier un BlackBerry Z10 ou un Nokia Lumia 920. Lorsque l'acheteur est prêt à dépenser 600 euros dans un smartphone, il ne rechignera pas à payer 10 euros de plus pour une coque mode qui plaise vraiment. Et en la matière, c'est encore et toujours une offre large sans grand intérêt qui prédomine en rayon. Il faut oser la différence et ne pas encombrer. Choisir deux ou trois modèles par smartphone dans des

Une matière noble comme le cuir peut faire la différence.



Cet accessoire malin servant de support à la tablette en déplacement rend le rayon moins uniforme. C'est Twelve South distribuée par Computers Unlimited qui le fabrique.



A-USBKey GT Files transfer

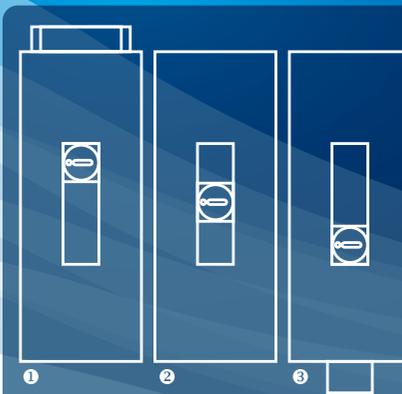
Première clé USB pour Tablette Samsung Galaxy Tab™ et Note 10.1™



Connectez la clé **A-USBKey GT** sur votre PC / Mac, copier des photos, des vidéos, des fichiers sur la clé **A-USBKey GT**.

Connectez la clé **A-USBKey GT** sur une tablette Samsung Galaxy Tab™ / Note™ 10.1, Utilisez l'application "Mes Fichiers" pour lire, copier, afficher les fichiers présents sur la clé **A-USBKey GT**.

Lisez des fichiers vidéo directement depuis la clé **A-USBKey GT**.



- 1 Position Galaxy Tab™ / Galaxy Note™ 10.1
- 2 Position neutre
- 3 Position USB PC ou Mac®.

Plus d'information sur **A-USBKey GT** :
www.a-usbkey.com



S-USBHub 4 in 1
pour Microsoft
Surface RT® / Pro®



A-USBHub GT 4 in 1
pour Samsung
Galaxy Tab™ / Note™ 10.1



A-USBHub GS 4 in 1
pour Samsung Galaxy
S2™ / S3™ / S4™ / Note™



C-USBHub 3 in 1
pour PC / Mac et Samsung
Galaxy Tab™ / Note™ 10.1



Une manette Bluetooth pour tablettes et smartphones permet de jouer dans de meilleures conditions.

Oser la différence plutôt que d'accumuler des coques qui se ressemblent toutes.



L'ACCESSOIRE, UN STYLE DE VIE

Enfin, on oublie qu'il est possible de créer du lifestyle autour du hi-tech et pour une fois le mot n'est pas usurpé. En associant les appareils et en mettant en scène des endroits typiques de la maison, il est possible de créer un écosystème sexy qui permet de vendre de l'accessoire à valeur ajoutée. C'est un peu la méthode Ikea. On peut créer un coin salon canapé avec la TV, la tablette et un notebook ou le coin bureau avec un moniteur, des enceintes et un ordinateur. Ces diaporamas peuvent être agrémentés de tous les accessoires possibles qui s'accordent pour former un style harmonique avec par exemple, le rehausseur de notebook, un ensemble clavier/souris, un support pour tablette, une station de charge, un range-câbles malin mais aussi des objets plus technologique comme une station météo qui affiche ses prédictions sur l'écran du smartphone ou de la tablette. On peut d'ailleurs citer en exemple des marques comme Tylt ou Blue Lounge. Dans le même ordre d'idée, pourquoi ne pas créer à l'approche des vacances d'été un petit coin de plage avec tout ce qu'il faut pour y emporter son smartphone, sa tablette, sa musique ? ■

tendances affirmées, chic sobre en cuir, à motif artistique, à connotation féminine, sera plus efficace. C'est en montrant avec l'appareil quelques produits remarquables qu'il est possible de faire dépenser 10 ou 20 euros de plus. Pour autant, il ne faut pas s'arrêter en si bon chemin. De nombreuses solutions malines existent pour recharger, ranger les fils, servir de support ou mettre dans la voiture et il faut les montrer si on veut les vendre. De lui-même, le consommateur n'ira chercher que ce dont il a besoin à la base, un câble par exemple, mais en lui montrant une solution élégante, il va craquer d'autant que les prix restent accessibles.



Recharger plusieurs smartphones de manière élégante au même endroit répond à un réel besoin.

Une exclusivité E-Concept Distribution

Two dots

GAMING TOOLS



5 YEARS WARRANTY
PLEASE VISIT OUR WEBSITE FOR DETAILS

PRO POWER PAD 3
bluetooth controller

HIGH SPEED CABLE
HDMI with ethernet



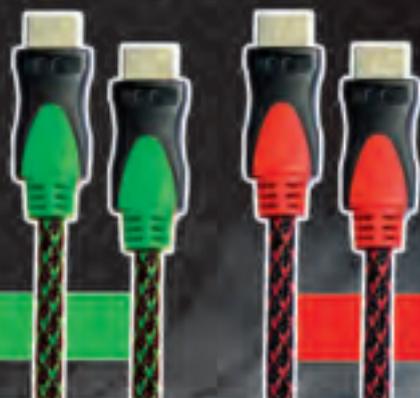
compatible PS3



TWIN Channel
HEADSET

compatible XBOX360

HDMI FULL HD 3D
high speed



PRO POWER PAD 3
wired controller



compatible PS3



USB POWER ADAPTER

305" XL - 305" - DSF XL
DSF - DS Lite

 **concept**
distribution

www.ecdist.com

Téléphone - Fax : + (33) 4 79 25 83 18
contact@ecdist.com

E-CONCEPT DISTRIBUTION
120, Rue Sébastien Charléty
73490 LA RAVOIRE - France

COMTRADE

David Garnier, Directeur marketing

Avec un marché maître au global en hausse entre la tablette, l'ordinateur et le smartphone, comment va évoluer celui des accessoires et de la protection ?

Le marché global des accessoires et périphériques IT connaît une croissance significative depuis quelques mois maintenant. Mais si on regarde de plus près, on constate qu'il est clairement tiré par la famille des accessoires pour tablettes. En effet, la famille des accessoires PC (clavier, souris, micro-casques...) connaît plutôt une régression dans son ensemble. En 2013, nous devrions dépasser la barre des cinq millions de tablettes vendues (versus 3,6 l'année dernière et 1,5 en 2011). Cela génère logiquement un marché de l'accessoire tablette en pleine expansion avec des housses de protection, des films protecteur, des claviers sans fil... Globalement, il semble que cette tendance générale devrait encore se renforcer dans les années à venir. Les ventes de PC baissent, celles des smartphones stagnent, celles des tablettes sont en forte croissance. Les accessoires vont suivre la même voie.

Avec une tablette moins chère à l'achat qu'un ordinateur, ne doit-on pas craindre une volonté d'investissement réduite sur le périphérique aussi ?

Je ne pense pas que cela soit le cas. L'achat de la tablette reste principalement un achat plaisir. Son concept et son utilisation au quotidien font qu'elle exige rapidement l'ajout d'accessoires. Pour des raisons de praticité et de confort d'une part (clavier sans fil, stand...) et de protection d'autre part (housses, films protecteur...).

L'originalité est difficile en matière d'accessoire pour tablette entre le produit unique d'Apple et la très grande diversité sous Android. Comment séduire et se différencier ?

La multiplication et la diversité des acteurs dans le marché de la tablette engendre un développement des accessoires universels. Dans l'audio par exemple, la grande majorité des solutions actuelles (et à venir) font appel au Bluetooth. Une solution compatible avec toutes les tablettes, tous les smartphones et toutes les marques. Et il en est de même pour les claviers. Pour les housses, les fabricants proposent de plus en plus de modèles pour des tailles d'écran plus que pour une marque. Apple étant peut-être l'exception. La différenciation vient bien souvent par l'originalité des produits et leur design, au sens large du terme. La différenciation technologie est encore assez rare sur ce marché.

Quels sont les types d'accessoires et de protection qui auront le vent en poupe cette fin d'année ?

Les housses de protection et les claviers sans fil pour tablette sont clairement les locomotives dans ce marché des accessoires. Les solutions

qui combinent les deux fonctionnent très bien également. Et les produits audio devraient également être des best-seller sur la fin d'année. On peut s'attendre à ce que les solutions Bluetooth originales pour tablette fassent de bons scores aussi. ■



« Les housses de protection et les claviers sans fil pour tablette sont clairement les locomotives dans ce marché des accessoires. »

 **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.

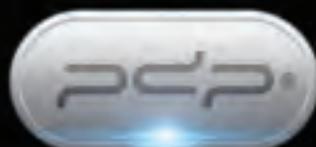
Type de son sélectionnable pour une expérience audio personnalisée.



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

PORT

Stéphane Tripot, Directeur général**A**vec un marché maître au global en hausse entre la tablette, l'ordinateur et le smartphone, comment va évoluer celui des accessoires et de la protection ?

En France, les ventes de sacoches informatiques sont stables pour l'essentiel avec une légère baisse dans certaines enseignes. En revanche, les ventes d'accessoires pour tablettes progressent de manière exponentielle assez logiquement. En un an, nos ventes ont triplé et nous progressons plus vite que la compétition car nous avons misé depuis longtemps sur une gamme d'étuis universels qui s'adaptent à toutes les tablettes. Quelles que soient la marque et la taille, nous avons la solution. De ce point de vue, nous avons devancé le marché avec un grand nombre de tablettes désormais qui demandent toutes à être protégées. C'est d'autant plus important que sur le marché de l'iPad, la distribution est plus frileuse car l'inconnu du renouvellement implique un gros risque pour le stock. En 2013, le marché de nos produits maîtres devrait progresser au global. Et le marché de la protection et de l'accessoire pour tablettes devrait encore croître très fortement. D'ailleurs, nous ne percevons aucun ralentissement en ce début d'année, au contraire. Nos ventes sont en croissance sur janvier et février comparé à décembre dernier. Nous sommes donc très optimistes et nous prévoyons encore une forte progression de notre chiffre d'affaires et le recrutement de plusieurs personnes en France.

Avec une tablette moins chère à l'achat qu'un ordinateur, ne doit-on pas craindre une volonté d'investissement moindre sur le périphérique aussi ?

Non, probablement pas. La tablette est un produit très nomade qui demande à être protégé obligatoirement. De plus, la protection joue aussi un rôle de support pour certaines activités, ce qui nécessite des mécanismes plus ou moins sophistiqués avec une valeur ajoutée bien perçue par le consommateur. Par ailleurs, la tablette est un objet considéré comme important et valorisant, on est donc enclin à dépenser pour que la protection soit à la hauteur et corresponde à ses goûts.

L'originalité est difficile en matière d'accessoire pour tablette entre le produit unique d'Apple et la très grande diversité sous Android. Comment séduire et se différencier ?

Pour les étuis de tablettes, nous appliquons les mêmes recettes que pour les sacoches, soit un design dans la tendance et original ainsi que des services et des bundles exclusifs. C'est par le design qu'il est possible de se différencier et essentiellement par lui. Nous sommes les seuls à avoir un bureau de design en France que tous nos clients peuvent d'ailleurs visiter. Le design « In Paris » n'est pas un rêve mais une réalité. La valeur de l'étui, c'est le design. Les autres font du commerce, nous nous concevons. Nous lançons de nouvelles collections tous les quatre mois et pour ce faire, nous suivons les tendances qui se dessinent juste sous notre nez, dans la capitale de la mode et du luxe. Nous suivons les défilés de haute couture, nous observons les marques de mode qui se créent, nous regardons ce qui se vend dans les boutiques branchées... Pour ne donner qu'un ou deux exemples, le tissu est une matière très en vogue pour la bagagerie mais aussi le nylon matelassé que nous sommes d'ailleurs les seuls à pouvoir intégrer à une sacoche. On constate aussi que le marché est plus ouvert désormais avec des acheteurs qui ont évolué de ce point de vue. Il est devenu plus facile de proposer de l'original sur un marché moins conservateur.

« La tablette est un objet considéré comme important et valorisant, on est donc enclin à dépenser pour que la protection soit à la hauteur. »

**Quels sont les types d'accessoires et de protection qui auront le vent en poupe cette fin d'année ?**

La protection et l'accessoire pour tablette seront les produits phares de cette fin d'année. Il faudra disposer d'une offre large et universelle ce qui est notre cas. Et il faudra surtout aider le magasin à vendre le plus efficacement possible. Nous proposons aux enseignes des produits qui sortent plus vite du rayon que ceux de nos concurrents. Pour cela, nous commercialisons systématiquement des offres à valeur ajoutée par un bundle ou par un service exclusif. A chaque moment clef de l'année, nous proposons du neuf comme par exemple récemment un billet d'avion offert pour une capitale européenne au choix parmi 12. ■

TP-LINK®

The Reliable Choice

Internet partout où il y a une prise électrique!

Kit de démarrage Adaptateur CPL AV500 avec prise intégrée
TL-PA4015P KIT

- Transferts de données jusqu'à 500Mbps via le circuit électrique, idéal pour la diffusion de vidéos HD
- Prise électrique intégrée garantissant qu'aucune prise électrique n'est perdue
- Conception Plug and Play et chiffrement aisé par l'appui sur le bouton Pair



Découvrez les nouveaux produits TP-LINK sur notre stand au MEDPI 2013

AV200



Adaptateurs CPL
TL-PA2015P KIT

300Mbps
Wi-Fi



Adaptateurs CPL
TL-WPA2220KIT

Mobile



Routeur 3G Mobile
M5350

Une prise
suffit



répéteur wifi
TL-WA850RE

AC1750



Routeur
Archer C7

TP-LINK France SARL, 16-18 avenue Morane Saulnier 78140 Vélizy-Villacoublay

E-mail : sales.fr@tp-link.com

Site internet: www.tp-link.fr

TP-LINK est le premier fournisseur mondial de CPE sans fil et haut débit et affiche la croissance la plus importante sur le marché européen des fabricants réseaux. TP-LINK conçoit des produits fiables et de grande qualité, tout en proposant une gamme tarifaire très compétitive. Sa garantie supérieure aux exigences légales est un gage de fabrication exemplaire. Copyright © 2013 TP-LINK TECHNOLOGIES CO., LTD. Tous droits réservés.

**Garantie
3ans**

TARGUS

Romain Maulavé, Responsable grands comptes

Avec un marché maître au global en hausse entre la tablette, l'ordinateur et le smartphone, comment va évoluer celui des accessoires et de la protection ?

Malgré le déclin des notebook et netbook, le marché global est en hausse, grâce aux excellentes performances des tablettes et des smartphones. Les perspectives 2013 confirment cette tendance. Les accessoires et particulièrement la protection vont continuer à surfer sur ce succès. La tablette n'est plus un produit sédentaire, on l'emporte partout avec soi. Sa protection devient donc fondamentale. Mais au-delà, les consommateurs souhaitent davantage de praticité et d'esthétique d'où le succès de notre étui rotatif exclusif Versavu. La protection du smartphone va croître fortement car le modèle économique du marché de la téléphonie mobile a été profondément bouleversé ces 12 derniers mois. Le prix de l'abonnement a chuté, tout comme la subvention de l'opérateur. Désormais, un smartphone est acheté à son véritable prix. Le besoin de le protéger devient donc plus pressant dans l'esprit des consommateurs.

Avec une tablette moins chère à l'achat qu'un ordinateur, ne doit-on pas craindre une volonté d'investissement réduite sur le périphérique aussi ?

Nous ne le pensons pas. Nous avons pu constater que le prix de vente moyen d'un accessoire tablette était supérieur à un accessoire PC (34 contre 27 euros). En outre son taux d'attachement est supérieur avec trois accessoires pour une tablette et une dépense moyenne de 13% du prix de la tablette. Donc moins il se vendra de PC, plus l'investissement sera important sur l'accessoirisation des tablettes et plus le marché augmentera sa valeur. Notre offre de housses universelles sera certes raisonnablement adaptée au prix des tablettes premier prix mais nous nous interdisons de transiger sur la qualité du produit et sur la marge offerte à nos distributeurs, deux qualités qui ont forgé notre réputation depuis 30 ans.

L'originalité est difficile en matière d'accessoire pour de tablette entre le produit unique d'Apple et la très grande diversité sous Android. Comment séduire et se différencier ?

Qu'elle soit sous iOS ou sous Android, la seule chose que l'on voit d'une tablette lorsqu'elle n'est pas utilisée, c'est sa housse. Chez Targus, nous attachons une grande importance à la R&D et notamment par une étude de l'environnement (mode, architecture, automobile...). Il en découle des tendances de matières et de couleurs. Notre expertise sur la qualité des produits n'étant plus à démontrer, nous faisons correspondre nos gammes à l'ère du temps. Il n'est pas question de faire prendre des risques insensés à nos distributeurs, chaque référence doit se vendre et être pérenne en linéaire, c'est notre credo.

Quels sont les types d'accessoires et de protection qui auront le vent en poupe cette fin d'année ?

Il est déjà essentiel d'avoir des produits au moment des lancements phares. Nous avons démontré cette aptitude à chacun des lancements de la marque à la pomme et nous sommes très sereins sur ceux à venir car nous sommes déjà

prêts ! Les housses universelles vont naturellement prendre du poids cette année, compte tenu de l'importance de l'offre en tablettes Android. Nous croyons également au succès des housses étanches et résistantes à la poussière, en tablette comme en smartphone. Et l'innovation ne sera pas en reste avec notre gamme de folios Maggia où la tablette est littéralement collée à sa housse. Encore plus de design et plus de finesse, nos clients vont adorer ! ■

« La tablette n'est plus un produit sédentaire, on l'emporte partout avec soi. Sa protection devient donc fondamentale. »



L'ULTIME SOUNDBLASTER PORTABLE

 **Bluetooth™**

MICROPHONE

 **CHARGE USB**

**BASSES
/ AIGUS**

**AFFICHAGE À
MATRICE À POINTS**

 Radio FM intégrée avec
20 stations préselectionnées

 Léger et compact, donc
très facile à transporter.
Emmenez ce Soundblaster
partout avec vous et où
vous le voulez: il fonctionne
aussi sur piles (8 x C).

**PORTE
TABLETTE**

 **USB / SD**


Tristar France

BP 16 | 64420 Soumoulou | France

T +33 (0)97 55 37 102 | F +33 (0)54 00 07 030

commercial@tristar.eu | www.tristar.eu

L'AUDIO Nomade

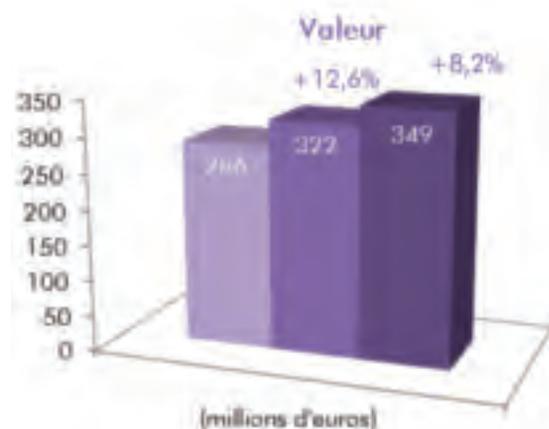
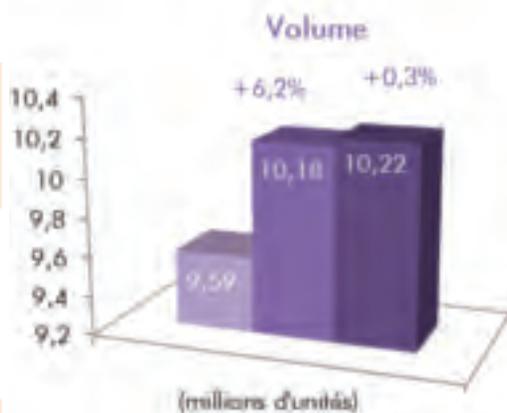
Après l'image, le consommateur s'intéresse au son et ce de manière massive avec une préférence nette pour le nomade. Il s'intéresse aux possibilités technologiques avec le sans-fil et le dématérialisé, à l'aspect avec un objet style de vie et surtout à la qualité du son produit. Une manne que le magasin n'exploite pas vraiment avec des rayons qui n'en ont absolument pas pris la mesure.



Après l'image, c'est au tour du son : c'est un peu l'impression que donne l'évolution du marché. Prix moyen en hausse et familles en forte croissance, le consommateur plébiscite le son de qualité qui suit le trend nomade généralisé. Le casque notamment est un succès exemplaire avec le hi-tech qui sort pour la première fois de son carcan technologique. De même, l'audio sans fil s'émancipe enfin pour entamer une conquête qui pourra ressembler à celle du casque. Mais même dans le salon, la Hi-Fi n'a pas dit son dernier mot. Et pour créer de la valeur, les pistes ne manquent pas avec par exemple l'année du multi-room. Derrière ce tableau idyllique se cachent pourtant aussi des problèmes. Ainsi, les

ensembles home cinéma avec lecteur Blu-ray intégré sont en chute libre. Pas grave, on peut les oublier. Plus embêtant, les magasins ne s'adaptent pas vraiment à l'audio moderne. Il est d'ailleurs d'autant plus impressionnant que certaines catégories affichent un tel succès quand en rayon on ne fait rien pour les aider. Et pourtant le magasin physique devrait s'y intéresser sérieusement pour une raison toute simple, il a un avantage énorme sur le Web qui est de pouvoir faire écouter. Cela paraît bête à dire mais si on recense le nombre d'enseignes qui le permettent massivement, on se dit que c'est une évidence qui n'est pas encore arrivée au cerveau des responsables. Autre exemple, le casque est devenu un objet de mode mais le rayon correspondant

Le casque



de et haut de gamme



Le casque selon ses envies avec des arceaux et des oreillettes qui se changent

ne s'est absolument pas adapté en rangeant toujours par prix et par catégories avec un fouillis sans nom. Il suffit pourtant de sortir de son magasin, de faire deux pas dans la rue, de rentrer dans la première boutique de vêtements et de copier ce qui s'y fait...

LA TENDANCE CASQUE

L'audio nomade a logiquement le vent en poupe car l'appareil mobile demande à être sonorisé. Or en 2013, il devrait se vendre 25 millions d'appareils, smartphones, tablettes et ordinateurs portables. Et l'immense majorité contient de la musique et/ou de la vidéo. Premier segment concerné, le casque évidemment. Alors que tous les

smartphones et tous les baladeurs sont fournis avec un casque bouton, il s'en vendra 10 millions cette année. Un chiffre qui donne le vertige surtout si on y ajoute le chiffre d'affaires escompté qui pourrait atteindre les 350 millions d'euros en 2013. On ne va pas revenir dessus puisque déjà abordé à de maintes reprises, c'est le casque à arceau qui s'impose en tant qu'objet de mode mais qui diffuse aussi un son de qualité. Le casque s'affiche comme un sac à main ou une montre. En parallèle, la manne attire toutes les convoitises et il ne se passe pas une semaine sans qu'une nouvelle marque ne fasse son apparition. Logiquement, un ou deux courants de mode ne peuvent plus suffire à créer une différenciation suffisante dans un rayon qui ne s'est absolument pas adapté à la nouvelle donne en rangeant les casques comme des petits pois par ordre de taille et de prix.

RAP, REGGAE, ROCK, FUNK, ELECTRO...

Les tendances se multiplient donc comme pour accessoire de mode en cherchant l'inspiration dans tous les aspects de la vie qui peuvent se relier à la musique ou au style. Ainsi, en musique, les rappeurs avaient une sorte de monopole en prêtant leurs noms à des marques de casques comme Dr. Dre, Ludacris, 50 cent et autres.



Des marques de prestige comme Sennheiser visent l'audiophile avec un design sobre et valorisant.



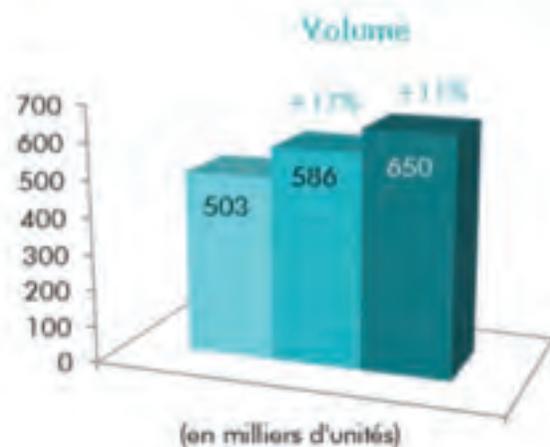
Désormais, les autres styles de musique s'y mettent aussi et ce dans des genres très différents, le rock avec Marshall, le Heavy Metal avec Motörheads, le Garage Band avec California, le Reggae avec Marley, etc. Cette diversification est une nécessité si on veut que la croissance se poursuive avec un casque qui se change comme un jeans. D'autres styles apparaissent aussi et trouvent leur origines dans des tendances qui n'ont pas forcément un rapport immédiat avec la musique comme le vintage, les

seventies, le Heroic Fantasy, le look aviateur, etc. Le sport est également une source de parrainage profitable que ce soit avec un sportif comme pour Philips en tant qu'incarnation d'un sport extrême communautaire comme Skullcandy. Et surtout très récemment, une nouvelle tendance émerge, celle de la personnalisation, du look et du son d'ailleurs. Certaines marques comme i-Mego proposent ainsi plusieurs versions typées selon le style de musique écouté, d'autres comme Beyer proposent des réglages. Et surtout, certains proposent de changer les coques d'oreillettes, voire même les arceaux. Sol Republic s'en est fait une spécialité par exemple. A côté de cela, il ne faut pas oublier le sobre chic pour audiophile avec l'argument technologique et la qualité qui s'appuie sur le revival de la Hi-Fi. A côté de cela, les tentatives réellement technologiques comme le sans-fil restent assez minoritaires.

ET PENDANT CE TEMPS, EN RAYON...

Tout cela engendre une diversité à même de donner confiance en l'avenir si toutefois le magasin suit. Ce n'est pourtant pas très compliqué car comparé à d'autres familles

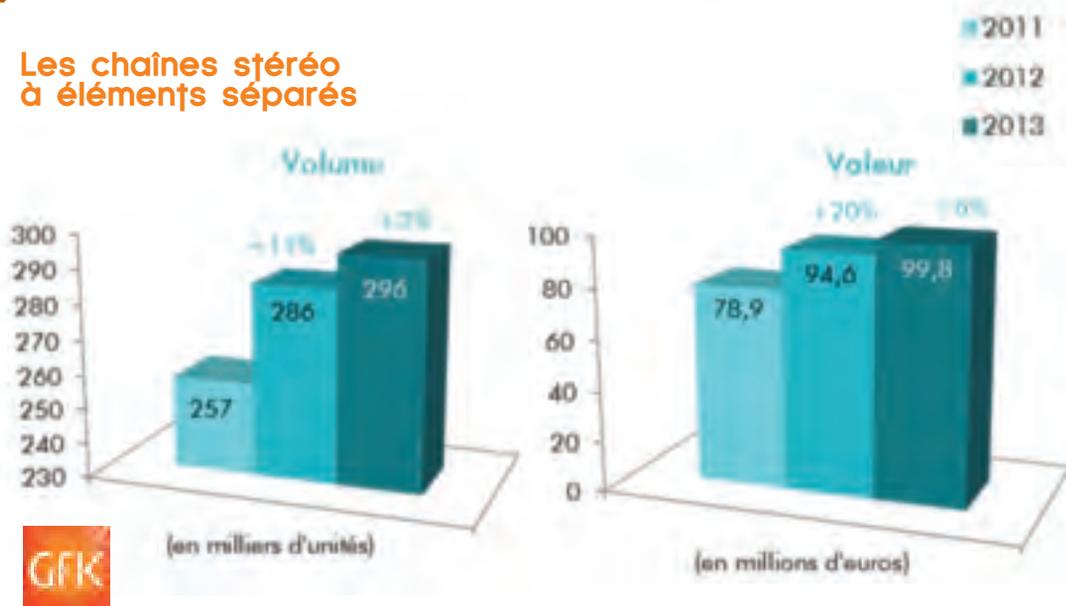
La station d'accueil et l'enceinte sans fil



L'amplificateur audio-vidéo est au cœur de l'installation cinéphilie. Il s'ouvre désormais à la musique dématérialisée, se pilote par application et se met même à l'Ultra-HD.



Les chaînes stéréo à éléments séparés





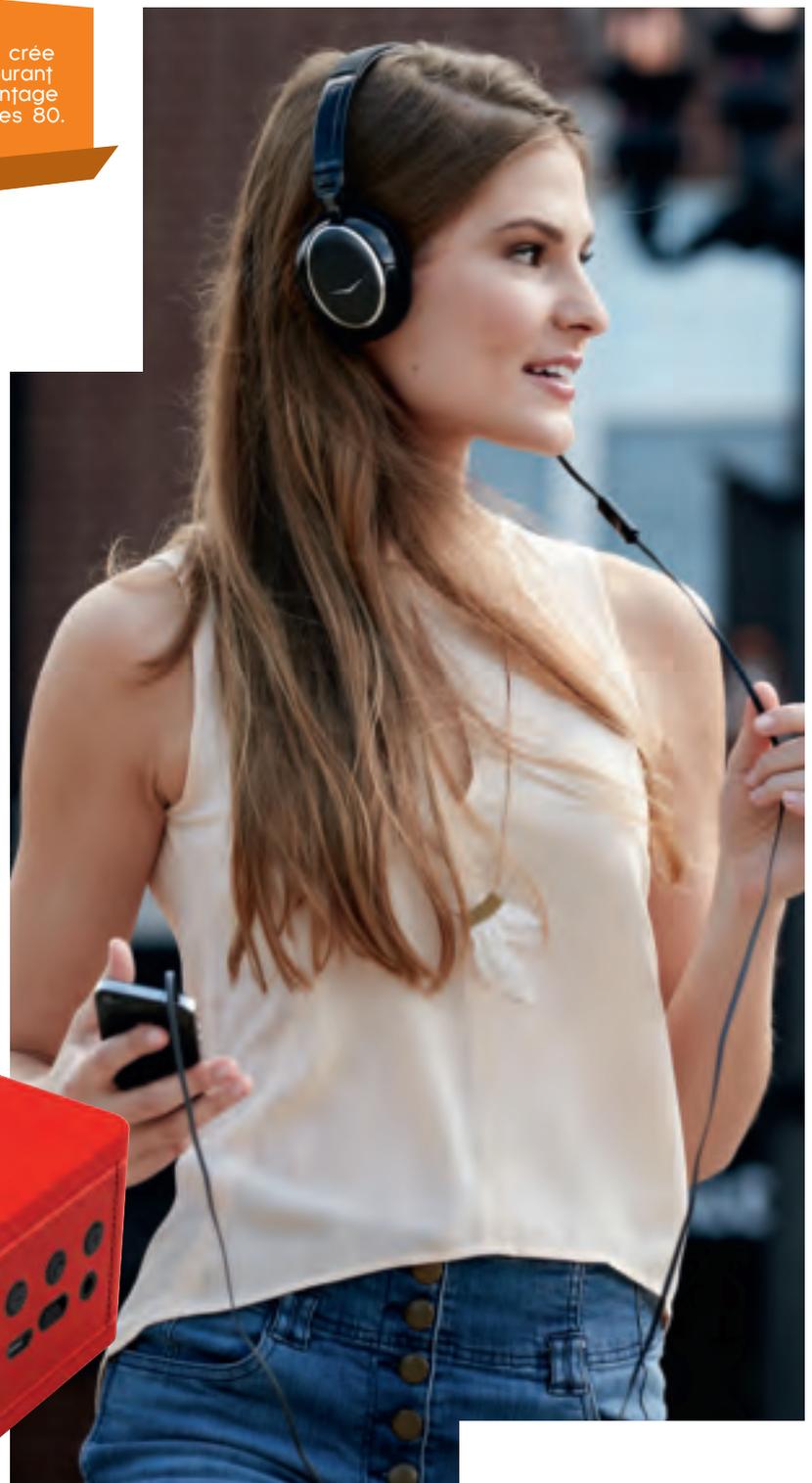
Bose crée le courant du vintage années 80.

comme le téléviseur, mettre en scène le casque n'est franchement pas difficile ni onéreux. Mettre un casque en libre écoute, c'est une barre de fer et un câble de protection. Surtout, il faut arrêter de ranger par taille et par prix, cela ne fait plus aucun sens. A partir de maintenant, il faut disposer par styles et par tendances, ce n'est pourtant pas compliqué non plus. Typiquement, le rayon a deux côtés qui se font face avec une allée au milieu. D'un côté, on met les styles musicaux, de l'autre l'audiophile et la mode. Pour mettre les points sur le i, on classe par rap, rock, reggae, vintage, audiophile, etc. Et à chaque fois, on repère un ou deux modèles phare à mettre en libre écoute. En quoi c'est compliqué ? Et si d'aventure, on peut toujours rêver, certains voudraient aller plus loin, ils feront appel à un décorateur de la boutique de fringues pour mettre quelques mannequins habillés trendy avec un casque sur la tête. Cela donnera un peu de couleurs. En allant aux puces, on peut voir des stands de casques et besaces faits de bric et de broc 10 fois plus attractifs que n'importe quel rayon de GSS. Et d'ailleurs ce qui va se passer, c'est que lesdites boutiques de mode vont vendre du casque et elles ont déjà commencé.

UNE NOUVELLE MANNE À L'HORIZON !

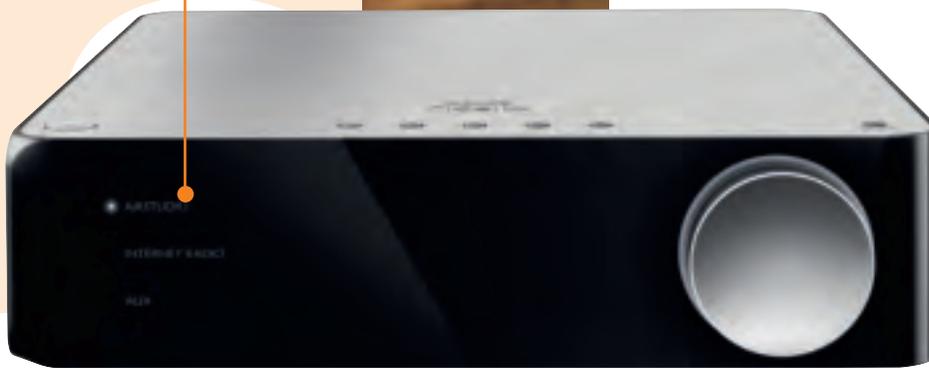
Autre tendance lourde, celle de l'enceinte nomade sans fil et sur batterie. Et là, c'est encore plus surréaliste. L'industrie a identifié une véritable manne à l'usage évident

L'enceinte nomade au style moderne et minimaliste.



L'AUDIO
FOCUS

Philips lance un système multi-room qui se pilote simplement par une application.



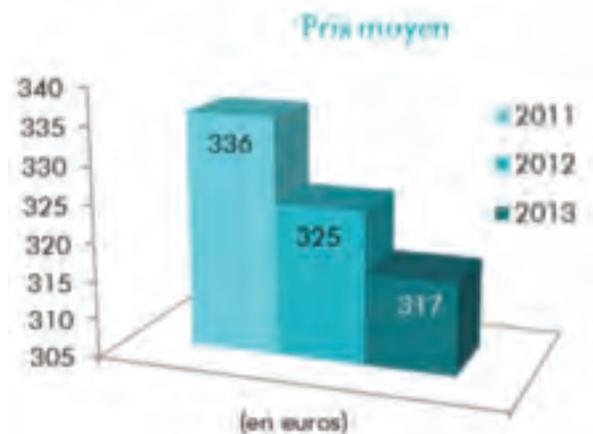
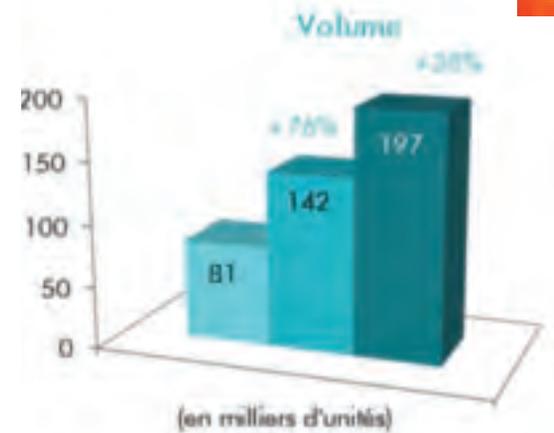
qui est de sonoriser à la maison et en déplacement les appareils mobiles. Tous s'y mettent, de petits indépendants, les spécialistes du casque, de l'audio et même les plus grands généralistes comme Samsung. Il y a désormais des centaines de produits. En magasin, le rayon n'existe pas vraiment et même GfK ne considère pas que c'est une catégorie. L'usage crée un appareil évident, il y a beaucoup d'argent à se faire sur un produit qui n'est pas technologique en soi et au lieu d'inciter, la distribution ne suit pas alors qu'au contraire elles devraient être précurseur. On croit rêver. Et surtout, cette catégorie de l'enceinte nomade Bluetooth est en train de suivre le même chemin que le casque, vers la qualité et vers la diversité. Les tailles vont de 150 grammes à deux kilos, les prix vont de 39 à 399 euros. De plus en plus de styles différents sont explorés. Bose a initié le vintage chic années 80 avec sa Soundlink et Samsung comme LG et Sony lui emboitent le pas. Marley donne dans le rasta écoresponsable avec des matériaux comme le tissu et le bois, d'autres comme Ryght ou Jawbone jouent le design moderne sobre, d'autres encore comme Logitech donnent dans l'organique, etc. Cette catégorie peut d'ailleurs aller jusqu'à l'enceinte sans batterie de grande taille pour sonoriser une pièce et elle peut même fonctionner en WiFi, DLNA et Airplay mais l'essentiel se fera en Bluetooth plus simple à utiliser. Avec l'arrivée du WiFi direct par des normes comme le Miracast, cela va peut-être faire évoluer les modèles qui se destinent à la

Moderne et vintage Hi-Fi, la recette gagnante.



Cette barre de son Sonos est modulable, tout comme elle s'intègre dans un système multi-room. Elle est même capable de diffuser les services de musique en streaming comme Spotify.

Les barres de son



Born to be SMART*

Nous vous présentons le must du raffinement avec la série V75. Grâce à l'application AV Controller, le terme « intelligent » sied parfaitement à cette nouvelle gamme.

Une technologie Yamaha intelligente pour le passionné de nouvelles technologies que vous êtes. Profitez des plaisirs AV, plus rapidement et simplement.

Ampli Audio Video RX-V775 / RX-V675 / RX-V575 / RX-V475 / RX-V375

Accessoires optionnels Yamaha, parfaits pour profiter de vos sources musicales en toute liberté.



Adaptateur Wi-Fi pour Connexion Réseau Sans Fil



YWA-10
Adaptateur Wi-Fi



Adaptateur Bluetooth® pour Streaming Musical Sans Fil



YBA-11
Récepteur Audio Sans Fil Bluetooth

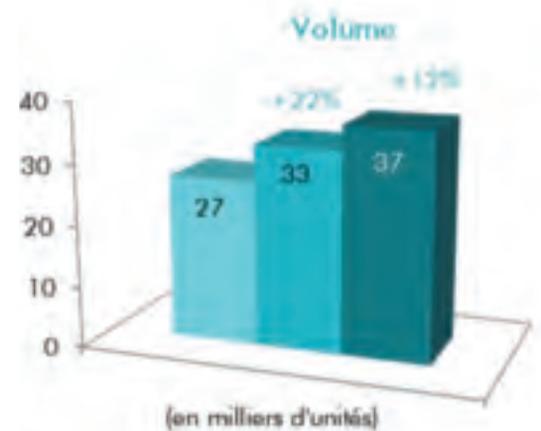


L'AUDIO FOCUS

i-Mego se lance dans le casque Heroic Fantasy.



Les packs amplificateurs et enceintes home cinéma



L'essence même de la barre de son moderne, ce modèle Yamaha brille par son esthétique et par la qualité du son.

maison. Toujours est-il que la station d'accueil est en fin de vie, car Apple a changé de connecteur, qu'Android domine désormais le marché et que le sans-fil est quand même grandement plus pratique. Inutile d'avoir un doctorat en recherche comportementale pour prédire que l'enceinte amplifiée sans fil est la catégorie la plus prometteuse de l'audio et qui mérite toute affaire cessante une sérieuse mise en avant.

LA HI-FI PRISE ENTRE DEUX FEUX

Pour autant, l'audio fixe du salon n'a pas dit son dernier mot, loin s'en faut. Alors que tout porte à croire que dans le salon il fait sens d'unifier la musique et la TV, cela n'en prend pas du tout le chemin. Au contraire, il y a un véritable revival de l'esprit Hi-Fi. La chaîne stéréo classique, qu'elle soit intégrée ou à éléments séparés, a le vent en poupe et le haut de gamme se porte comme un charme. Le challenge maintenant, c'est de jouer à la fois sur la corde sensible de la nostalgie et de la qualité par le son comme il faut en même temps moderniser pour intégrer les nouvelles sources. A quoi ressemble la chaîne idéale en 2013 qu'elle soit intégrée ou à éléments séparés ? Elle est belle, en métal, minimaliste d'aspect avec deux enceintes bibliothèque en bois. Pour la modernité, elle se dote du Bluetooth (surcôt de deux dollars), du WiFi et d'une prise réseau. Accessoirement, elle est livrée avec une application iOS et Android car pour piloter les fonctions connectées, c'est bien plus



Look organique et son de folie pour cette enceinte semi-nomade.



Design, Élégance, Qualité

Écoutez & Enregistrez vos vinyles préférés.

Tourne-disques 3 vitesses (33 / 45 / 78 Tours) avec lecteur CD / MP3. Grâce au port USB 2.0, enregistrez directement vos vinyles ou vos CD sur votre clé USB. Permet aussi d'écouter la radio.



Retrouvez nous
sur le Stand **BIGBEN INTERACTIVE**
R18 / Hall DIAGHILEV

www.bigben.fr

 **bigben**
interactive

L'AUDIO FOCUS

Samsung s'y met
aussi, un signe...



pratique et plus économique qu'un grand écran. Du coup, elle peut diffuser la musique du smartphone, de la tablette et de l'ordinateur portable. Et surtout, elle peut aussi diffuser les services de streaming qui progressent, particulièrement Spotify et Deezer. Ensuite bien évidemment, il faut démontrer cela en rayon ce qui est simple à condition que le magasin soit connecté. Au risque de nous répéter, vouloir vendre du hi-tech en 2013 sans connexion à Internet, c'est comme l'autruche qui met la tête dans le sable quand quelque chose ne va pas. Il ne faut pas s'étonner après que la distribution physique perde du terrain face au Web.

BARRE DE SON ET CHAÎNE HOME CINÉMA

L'audio-vidéo ou plus simplement la sonorisation de la TV est une catégorie en pleine mutation et qui se divise en deux. Il faut oublier l'ensemble intégré avec lecteur Blu-

ray dont plus personne ne veut. Soit il s'agit de sonoriser dignement l'écran plat et alors il faut une barre de son. Soit il s'agit de home cinéma pour cinéphile et alors il faut du sérieux en éléments séparés. C'est simple. D'autant que la barre de son s'intègre à merveille au rayon TV. Le tout c'est de proposer une gamme complète avec tous les niveaux de prix, tout comme il faut pouvoir l'écouter. Typiquement, la barre de son va de 129 à 1 999 euros selon ses ambitions avec un cap franchi quand on l'accompagne d'un caisson de grave. Sinon, elle doit convaincre par le style et par le son. Comme elle se place typiquement devant le téléviseur, le conseil en magasin est crucial pour que le consommateur reparte avec un modèle qui ne cache pas l'image et qui ne dépasse pas l'écran sur les côtés. Par ailleurs, la barre de son peut aussi servir à diffuser la musique dématérialisée, déjà par du Bluetooth qui devrait être mandataire mais aussi en plus haut de gamme avec du WiFi, du réseau, de l'Air Play et le service de streaming comme Spotify. Pour les chaînes home cinéma à éléments séparés, ce sont les arguments classiques qui portent avec les possibilités surround et de la qualité du son. Devant l'engouement actuel, il fait sens de se doter d'un auditorium. Bien entendu, les amplificateurs suivent la même tendance que les autres appareils audio en s'ouvrant à la musique dématérialisée sans fil et en réseau pilotée à l'aide d'une application pour smartphones et tablettes.

Le style
pilote est
à la mode.



La chaîne
stéréo se
connecte et
diffuse la
musique
dématérialisée.

L'ANNÉE DU MULTI-ROOM

Enfin, il est une catégorie qui devrait enfin émerger car elle correspond à un réel besoin : le multi-room. Sonos qui en est plus ou moins l'inventeur commercialise avec succès depuis 10 ans des solutions qui furent d'abord très haut de gamme, faute de normes. Mais aujourd'hui, elles s'appuient sur les applications et sont devenues plus abordables pour du haut de gamme. Sonos démontre d'ailleurs une



RYGHT™

www.ryght-audio.com

LE SON QUI BOUGE !



Portable



NFC



Bluetooth



Jack 3.5mm



Rechargeable



Headset



Over-ear headphones



Logitech

L'AUDIO
FOCUS

Le style
Reggae
et Rasta
avec une
touche d'éco-
responsabilité.

Hercules
propose
une enceinte
sans fil
Bluetooth
pour le salon.

fois de plus sa maîtrise avec la Playbar, une barre de son qui s'intègre en multi-room. Mais il y a beaucoup de place pour de nouvelles marques qui utilisent le réseau WiFi domestique existant et les possibilités applicatives. Philips s'y est mis avec son système à des prix déjà un peu plus démocratiques, Pure arrive avec des enceintes autonomes encore moins chères. De quoi s'agit-il à la base ? Toute l'infrastructure existe déjà avec le réseau domestique et les smartphones. Ensuite, il s'agit de proposer des chaînes audio, des enceintes autonomes mobiles ou non et des adaptateurs à brancher sur une chaîne existante. Chacun de ces appareils de diffusion se place où on veut dans la maison du moment qu'il y ait la couverture WiFi. Au passage, elle peut s'étendre par un répéteur à 30 euros vendu partout. Ensuite, tout se fait à partir de l'application. On y choisit la source, sa propre musique du téléphone ou stockée n'importe où sur le réseau ou encore un service en streaming comme Spotify. Ensuite, on envoie cette source sur un des appareils de diffusion. Il est même possible de jouer des musiques différentes sur chaque appareil. Il va de soi que sans démonstration, aucune vente ne se fera. ■

Avec
Motorheads,
le Heavy
Metal fait
son entrée
dans les
casques.

Le style
Reggae
et Rasta
avec une
touche d'éco-
responsabilité.

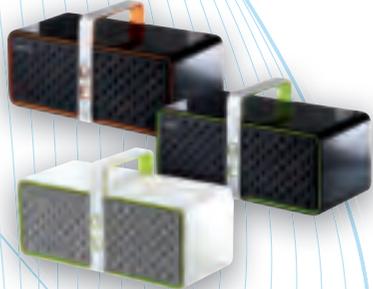
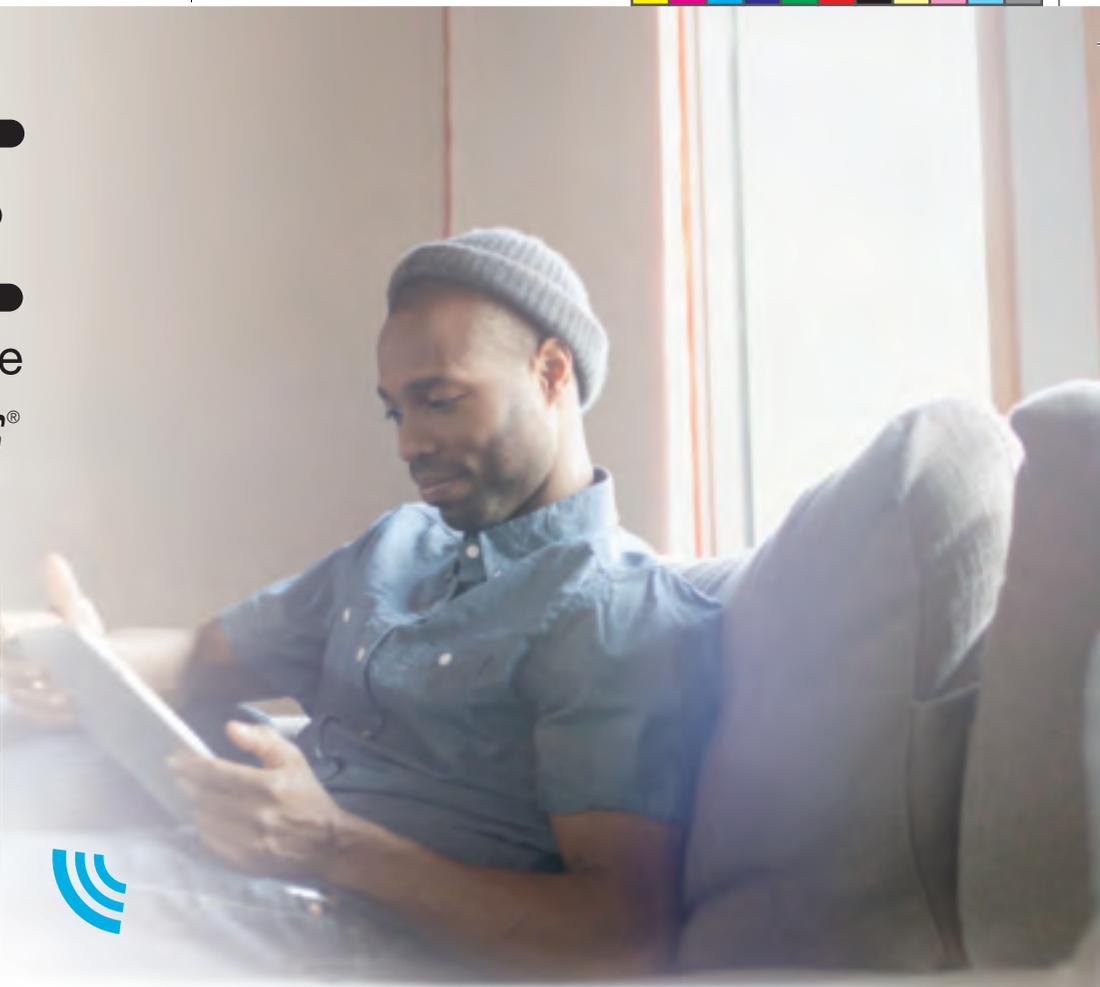
Hercules
propose
une enceinte
sans fil
Bluetooth
pour le salon.

fois de plus sa maîtrise avec la Playbar, une barre de son qui s'intègre en multi-room. Mais il y a beaucoup de place pour de nouvelles marques qui utilisent le réseau WiFi domestique existant et les possibilités applicatives. Philips s'y est mis avec son système à des prix déjà un peu plus démocratiques, Pure arrive avec des enceintes autonomes encore moins chères. De quoi s'agit-il à la base ? Toute l'infrastructure existe déjà avec le réseau domestique et les smartphones. Ensuite, il s'agit de proposer des chaînes audio, des enceintes autonomes mobiles ou non et des adaptateurs à brancher sur une chaîne existante. Chacun de ces appareils de diffusion se place où on veut dans la maison du moment qu'il y ait la couverture WiFi. Au passage, elle peut s'étendre par un répéteur à 30 euros vendu partout. Ensuite, tout se fait à partir de l'application. On y choisit la source, sa propre musique du téléphone ou stockée n'importe où sur le réseau ou encore un service en streaming comme Spotify. Ensuite, on envoie cette source sur un des appareils de diffusion. Il est même possible de jouer des musiques différentes sur chaque appareil. Il va de soi que sans démonstration, aucune vente ne se fera. ■

Avec
Motorheads,
le Heavy
Metal fait
son entrée
dans les
casques.

WAE

*Wireless Audio Experience
by Hercules®



Plus de **10 nouveautés** pour
couvrir un marché explosif (+400%)

HALL RAVEL STAND D26

(MedPi) 2013



HERCULES

Christophe Urbanik, Responsable marketing

Le marché du casque est toujours en croissance mais les marques sont aussi de plus en plus nombreuses. Comment se distinguer ?

Hercules s'appuie sur son expertise et sa renommée dans le domaine de l'audio pour concevoir ses produits. La gamme des casques ne fait pas exception. Les équipes mettent un point d'honneur à opter pour les technologies les plus en adéquation avec les segments visés. Il est clair qu'un casque qui se destine aux Deejeys producteurs n'aura pas les mêmes caractéristiques qu'un modèle pour écouter de la musique dans les transports. Même si dans les deux cas, l'isolation phonique reste un élément clé. Cette exigence technologique n'est pas le seul élément pour se démarquer. Nos casques s'appuient également sur notre connaissance du monde du DJing. Ainsi, le style et la mécanique de nos casques s'inspirent de cet univers. Nous déclinons des modèles qui s'adressent à un large public et qui reprennent les codes des Deejeys.

L'audio nomade sans fil semble promis à un bel avenir. Pensez-vous qu'il va suivre le chemin du casque et comment va évoluer l'offre produits ?

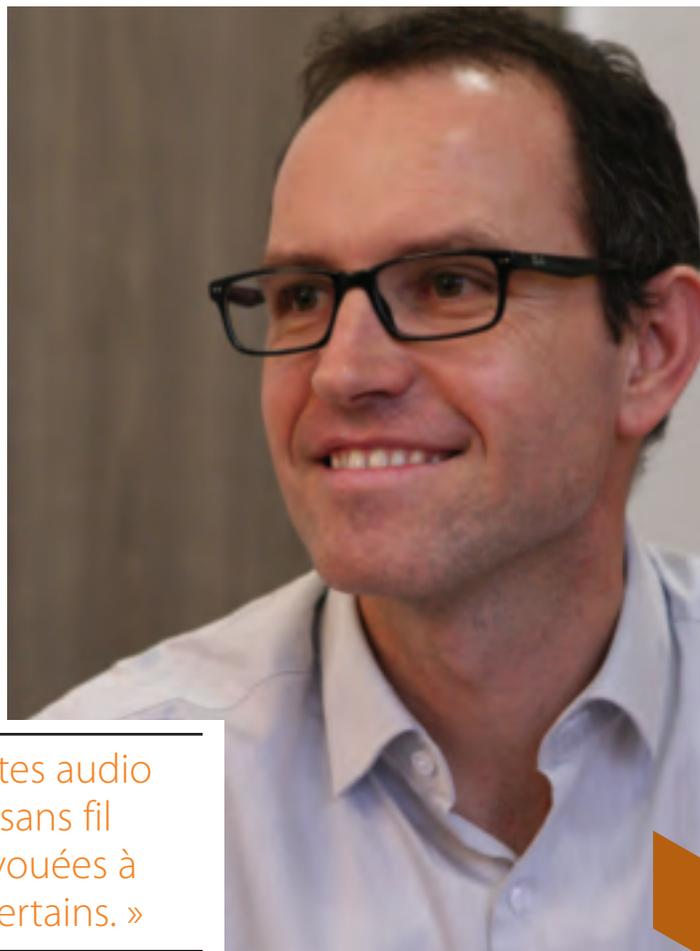
Les tablettes et les smartphones équipent de nombreux foyers. Le succès des ventes de ces périphériques en témoignent. Ils font office désormais de bibliothèque musicale. La musique qui y est stockée ne demande qu'à être exploitée, au gré de ses activités et au-delà de l'écoute habituelle avec un casque. Le besoin de partager avec d'autres, l'envie de se libérer des contraintes de fils, l'accélération des attentes en termes de nomadisme sont des facteurs clés. Aujourd'hui, les technologies permettent d'imaginer et de proposer des solutions complètes, riches en fonctionnalités et adaptées aux différents usages. Les enceintes audio nomades sans fil sont donc vouées à un succès certains. La gamme WAE by Hercules se distingue par une offre large avec pas moins de 10 modèles différents qui permettent de répondre à de multiples attentes et besoins. La gamme se décline en deux familles, les enceintes sans fil pour une usage chez soi et les solutions ultra-mobiles. Ce marché est déjà très dynamique et devrait se révéler comme un des segments les plus prometteurs de cette année.

Comment démontrer le son en magasin ?

Au-delà de démontrer le son, il faut dans un premier temps faire découvrir la catégorie audio sans fil. Le grand public n'a pas forcément conscience qu'il peut profiter de la bibliothèque musicale numérique de son smartphone ou de sa tablette sans les contraintes filaires. Pour le moment, les rayons restent assez confus et mélangent les stations d'accueil à docks physiques aux solutions sans fil. Ce marché a besoin de se structurer et le merchandising sera une des clés. L'expérience produit est donc prépondérante. Il faudra accompagner l'utilisateur pour l'inciter à exploiter l'audio de son smartphone en magasin et par là lui donner envie de s'équiper. Ce sont les caractéristiques d'usage qu'il est important de mettre en valeur. Il peut s'agir de la facilité d'utilisation via une application commune à tous les produits de la gamme, ce qui est le cas chez nous. L'autonomie est synonyme de totale liberté, plus de 20 heures sur notre WAE BTP02. La qualité audiophile pour une écoute dans le salon est un autre exemple illustré par notre WAE BT06.

La musique en streaming et l'écoute de sources différentes à des endroits variés prennent de plus en plus d'importance, comment l'intégrer ?

Effectivement, les foyers sont de plus en plus équipés et disposent souvent de plusieurs sources audio. Aujourd'hui, il est important de considérer les différents types d'usage. Certaines enceintes se destinent davantage à un usage très « personnel » dans sa chambre par exemple. Dans cette logique, on est plutôt sur le principe d'une source pour une enceinte. Néanmoins, on peut également imaginer des enceintes dont la vocation sera le partage entre plusieurs utilisateurs et plusieurs sources. L'exemple du WAE WBT06 est significatif puisqu'on peut s'y connecter avec son smartphone ou sa tablette mais également avec tout ordinateur grâce à sa clé USB. On peut également apparier deux enceintes sur la même clé pour diffuser en simultanée la même source dans deux pièces différentes. Avec la multiplication des équipements capables de gérer le sans-fil, les possibilités dans le domaine audio sont nombreuses. Il reste à les rendre accessibles au plus grand nombre. ■



« Les enceintes audio nomades sans fil sont donc vouées à un succès certains. »

RYGHT

Frédéric Mauger, Directeur général

Le marché du casque est toujours en croissance mais les marques sont aussi de plus en plus nombreuses. Comment se distinguer ?

Désormais, il semble essentiel d'apporter systématiquement de la valeur ajoutée et une forte identité. Tout casque de la marque doit être identifiable et immédiatement reconnu pour ce qu'il apporte de plus par rapport aux autres modèles. La qualité sonore est évidemment un prérequis et doit correspondre au niveau de prix. Mais au-delà, c'est l'affirmation d'une identité qui fait la différence. Le design joue un rôle essentiel et il faut créer une personnalité sans tomber dans l'appartenance trop marquée à une mouvance ou un style de musique trop segmentant. Ryght se caractérise ainsi par des matières valorisantes comme le caoutchouc et l'aluminium ainsi que par des formes organiques reconnaissables et qui confèrent une identité propre. Nous explorons aussi de nouvelles voies comme le sans-fil en Bluetooth mais proposé à un tarif raisonnable.

L'audio nomade sans fil semble promis à un bel avenir. Pensez-vous qu'il va suivre le chemin du casque et comment va évoluer l'offre produits ?

Il semble évident que le partage et la mobilité sont désormais devenus des facteurs clés pour la restitution sonore. La musique est stockée sur les smartphones ou demeure en ligne et la mode est au partage. Les enceintes nomades sans fil correspondent à ces tendances lourdes. Il y a aussi un phénomène de partage social qu'elles permettent. Dès que l'on se retrouve entre amis, chacun apporte sa contribution musicale en se connectant très simplement à l'enceinte en Bluetooth avec son smartphone. Et selon le lieu, les réponses ne sont pas les mêmes. En déplacement, une petite enceinte autonome sera parfaite. Mais dès qu'il s'agit de sonoriser un espace plus conséquent, il faut plus grand. Et cela peut aller jusqu'à la qualité Hi-Fi à la maison tout en gardant la possibilité de déplacer l'enceinte. En matière d'audio, les miracles n'existent pas et pour du gros son, il faut de la place et du poids. Cela segmente naturellement. L'offre va donc s'étaler de la mini-enceinte rechargeable en Bluetooth jusqu'à l'enceinte de salon alimentée par le courant et avec tous les intermédiaires entre les deux. Comme c'est un appareil tendance qui s'affiche, on peut penser que l'enceinte nomade deviendra aussi un objet de mode comme le casque. Cela va créer une offre très large et il est probable que les consommateurs vont se multi-équiper.

La barre de son semble s'imposer face aux systèmes home cinéma traditionnels. Que pensez-vous de ce segment ?

Il est effectivement très prometteur et d'une compréhension immédiate au regard de la piètre qualité de son des téléviseurs plats. Comme en parallèle, le consommateur s'intéresse de plus en plus au son après des années consacrées à l'image, la barre de son a un bel avenir devant elle. En revanche, il ne faut pas oublier qu'elle accompagne l'écran plat et se destine au salon. Son esthétique doit donc s'intégrer dans cet ensemble. La sobriété semble dès lors de mise. Il y a une autre équation difficile qui est celle d'un encombrement minimal pour une qualité sonore maximale. Il faut donc sélectionner avec soin les matériaux et les haut-parleurs. Un coffret en bois et des drivers de bonne taille donnent de meilleurs résultats. La barre de son peut également s'ouvrir à la musique nomade



« Il est évident que le partage et la mobilité sont désormais devenus de facteurs clés pour la restitution sonore. »

par l'ajout du Bluetooth. Enfin, il faut aussi avoir à l'esprit que la barre de son s'adapte au téléviseur et proposer différentes tailles qui correspondent aux diagonales les plus vendues est une bonne piste. Encore faut-il montrer les barres avec le téléviseur en rayon et soigner l'étiquetage.

La musique en streaming et l'écoute de sources différentes à des endroits variés prennent de plus en plus d'importance, comment l'intégrer ?

Pour l'instant, le Bluetooth cantonne l'enceinte nomade à l'usage avec un seul appareil mais de nouvelles normes qui s'appuient sur le WiFi sont en train d'arriver. Il est clair que si l'enceinte nomade peut en plus s'intégrer dans le système audio de la maison, ce sera encore mieux. Mais cela ne doit pas se faire au détriment de la simplicité. Pour les sources, il devient évident que chaque enceinte doit pouvoir restituer toutes les sources, y compris la musique en ligne et par abonnement. Mais l'enceinte n'est que le bras armé du smartphone qui est l'appareil qui gère les sources par sa connexion et son large écran tactile qu'il peut mettre au service de l'enceinte ou de la chaîne, ou encore de la barre de son. ■

LA PHOTO



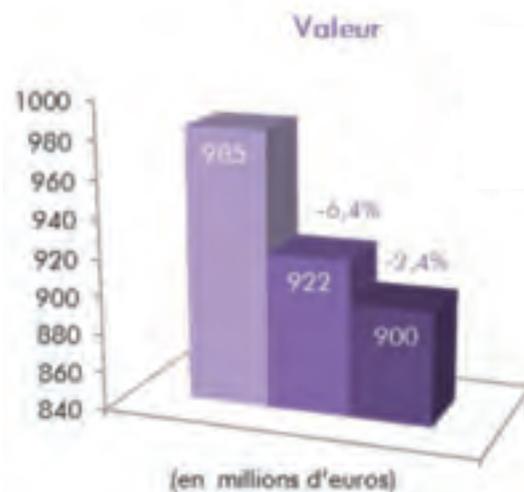
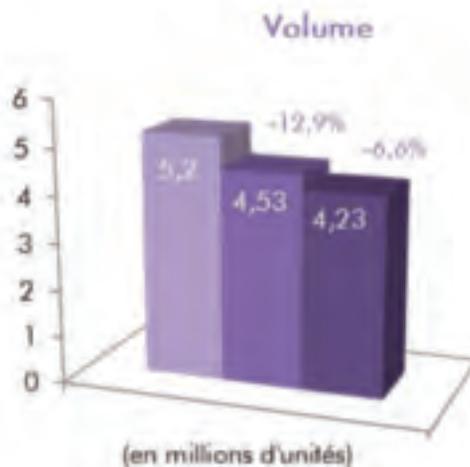
La passion paie

La photo évolue très vite. Concurrencée en entrée de gamme par le smartphone, elle cherche son salut dans l'utilisateur investi car de toutes les formes d'expression artistique, c'est la plus valorisante et celle qui demande le moins d'investissement en termes d'apprentissage et de temps à consacrer. Séduire des consommateurs aux besoins et aux usages très différents sera le challenge à partir de maintenant !

Comme pour de nombreux marchés du hi-tech, le taux d'équipement est maximal désormais. Plus de 90% des foyers disposent ainsi d'un appareil photo, sous une forme ou une autre. Le plus souvent, il y en a même plusieurs. Car avec l'avènement du smartphone, c'est près d'un Français sur deux qui dispose de son appareil photo personnel. Conséquence première, la pratique a beaucoup évolué. Avant, faire une photo émanait d'une démarche volontaire, souvent préméditée. Aujourd'hui, on capture l'instant dès qu'une action digne d'intérêt se présente. Et cette photo n'a d'autre prétention que d'être partagée immédiatement. L'utilisation du compact a évolué dans la

même direction pour une majorité d'utilisateurs. C'est un appareil qui sert à créer des souvenirs et à les partager sans autre prétention. En parallèle, la photo numérique a suscité des vocations. Plus simple d'accès et moins onéreuse que l'argentique, elle permet à tout un chacun de s'intéresser à la photo en tant que telle. Il n'est pas nécessaire d'acquérir une grande maîtrise technique ou un appareil très coûteux pour prendre du plaisir à photographier. C'est donc peu à peu un véritable clivage qui a séparé le monde la photo en deux. D'un côté, il y a la photo souvenir, témoin, bloc-notes et de l'autre celle qui constitue une passion, un loisir, une expression artistique accessible à tout le monde. Et c'est

Les appareils photo numériques





Pourquoi laisser la connexion et les applications au seul smartphone si on peut en doter un appareil photo ?

prend une dimension de plus en plus sociale, c'est donc un moyen idéal pour être toujours prêt à prendre un cliché et à le partager immédiatement. Le

Pour la photo souvenir et partage, la concurrence du smartphone est rude et va le devenir de plus en plus. La qualité progresse et il y a même des avantages par rapport à l'appareil dédié.

smartphone commence même à lorgner vers ceux que la photo intéresse en tant que telle mais en l'abordant par l'aspect ludique. Il suffit de voir le succès que rencontrent les applications de retouche photo comme Instagram ou autres. Que reste-t-il au compact dans ce contexte. Il offre toujours une meilleure qualité d'image et surtout

propose un zoom optique. Mais pour combien de temps ? Il faut sans doute se faire à l'idée qu'une majorité de ceux qui photographient sans s'intéresser à la photo en tant que telle vont progressivement basculer vers le seul smartphone. Et la baisse des ventes de compacts en est déjà un indicateur. A cela s'ajoute un autre problème ; celui d'une innovation technologique devenue difficile sur le compact grand public. Avant, entre deux générations, il y avait un monde de

cette dualité qui régit désormais le marché. Pour autant, la frontière entre les deux n'est pas hermétique et il est possible de faire évoluer l'utilisateur de la première à la seconde.

UN MANQUE D'ARGUMENTS

Pour la photo souvenir et partage, la concurrence du smartphone est rude et va le devenir de plus en plus. En effet, la qualité est en constante progression et il y a même des avantages par rapport à l'appareil dédié. On a toujours son smartphone sur soi et il est connecté par définition. Comme la photo souvenir



Il est tout petit, il est tactile et pour autant il donne beaucoup de plaisir et offre une belle qualité d'image.





Le X20 de Fujifilm est un compact mais il s'adresse à une cible de photographes passionnés.



qualité et de possibilités, aujourd'hui le zoom est peut-être un peu plus puissant mais la qualité ne progresse guère. Il n'y a donc pas de besoin pressant pour renouveler si le compact dont on dispose est assez récent. Dans ce contexte, il semble difficile de valoriser le compact grand public, d'autant plus que le marketing patine tout autant, s'accrochant sur ce segment aux seuls arguments que la distribution accepte de mettre en avant, soit encore et toujours le nombre de pixels. Il est d'ailleurs probable que le consommateur ne s'y intéresse plus du tout mais comme on ne lui propose aucun autre critère de montée en gamme, il fait avec. Le compact entrée et milieu de gamme est en panne d'argumentaire.

APPRENDRE DU SMARTPHONE

Pourtant, il va bien falloir continuer à vendre de l'appareil photo au grand public pour qui photographier n'est pas une finalité en soi. Et la première question à se poser, c'est de savoir si les arguments doivent être les mêmes entre la photo souvenir et la photo passion. Probablement pas. Comme toujours, il s'agit de bon sens. Celui qui hésite à s'équiper d'un nouveau compact doit trouver une motivation suffisante cela. Il faut donc lui montrer en quoi le nouveau sera plus adapté à sa pratique et en quoi il sera supérieur à son smartphone. Et l'exercice est effectivement compliqué. Déjà, il faut oublier l'argument des pixels qui ne porte plus et ne correspond surtout à rien. Pour se différencier du smartphone, l'argument de la qualité et de l'universalité sont toujours d'actualité. Il n'y a pas besoin d'être photographe pour comprendre à quoi sert un zoom et en quoi il est avantageux de pouvoir photographier en basse lumière. Ce ne sont pas des caractéristiques que l'on veut voir en rayon mais l'illustration de l'usage. Montrer comment on peut rapprocher le sujet à photographier est plus évocateur qu'un nombre de x. Il faudrait bien entendu

changer aussi l'approche technique en remplaçant les capteurs CCD minuscules à 20 Mpixels par du CMOS raisonnable. Et ce que l'on entend encore trop souvent de la part des fabricants, c'est que la distribution non spécialisée exige encore et toujours du pixel, une aberration. Pour se différencier de l'ancien compact que l'utilisateur envisage de renouveler, il y a surtout un critère évident, celui du partage. La connexion WiFi est présentée comme un plus et c'est une grave erreur. Elle devrait être au centre car c'est le premier argument en faveur du renouvellement. Partager instantanément ses photos en ligne, sur les réseaux sociaux et par mail est un argument massue. La montée en gamme peut s'opérer par des fonctions de partage évoluées jusqu'à l'appareil qui fonctionne sous Android et qui propose les mêmes applications que sur smartphone. L'avenir du compact grand public ne sera pas évident mais les meilleures pistes sont à coup sûr la qualité d'image, l'universalité d'usage et les fonctions de partage, à la fois en termes de développement que de marketing en rayon.

UNE PASSION DIVERSE

L'avenir de la photo numérique est à aller chercher dans la passion pour l'essentiel. D'autant que la photo dispose d'un immense avantage en tant



Un compact qui fait des photos aussi qualitatives qu'un reflex c'est possible, comme le prouve Sony.



Techniquement, c'est un compact mais doté d'une focale fixe et d'un capteur ultraperformant, le Fujifilm X100s est en mesure de satisfaire des photographes infrantsants.

Couvrir toutes les situations photographiques sans sacrifier la qualité et à un prix abordable, c'est possible. Voilà ce que propose en substance ce bridge Panasonic F200.

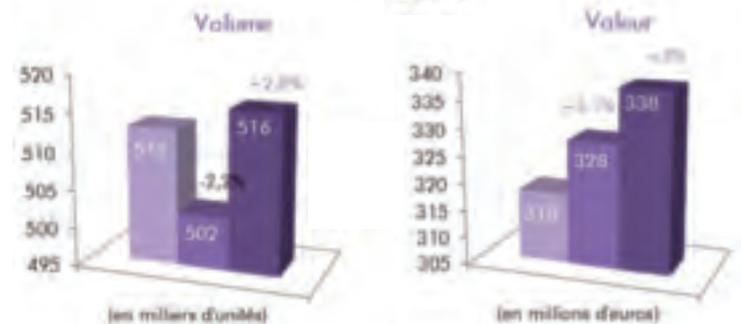


qu'expression artistique. Elle est accessible à tous, ne nécessite aucune connaissance ni aptitude particulière, ne demande pas un gros investissement temps, ni un budget important. De même, c'est une passion qui recrute par elle-même. Tout le monde prend des clichés et donc peut se découvrir une âme de photographe. Pour l'industrie, il faut mettre cela à profit pour faire monter en gamme et inciter à renouveler fréquemment. Et c'est moins simple qu'il n'y paraît car la communauté des photographes est très hétéroclite. Il est quasiment impossible de plaire à tout le monde. Entre l'amateur pur et dur qui se passionne pour la technique et celui qui a juste envie de faire de belles photos, il y a un fossé parfois infranchissable en termes de marketing. De plus, la photo est subdivisée en de très nombreuses catégories qui plutôt que de se compléter, s'excluent les unes des autres. Pour ne prendre qu'un exemple, l'hybride est présenté comme une alternative grand public au reflex. Cela fait que le photographe ambitieux considère l'hybride comme un jouet qui n'est pas pour lui et à l'inverse celui qui découvre la photo loisir a peur d'opter pour un reflex. En France, les communautés photo sont particulièrement figées comme en témoigne d'ailleurs l'échec fracassant de l'hybride. Car on peut toujours se rassurer comme on veut mais cette catégorie se limite à quelques pourcents de parts de marché alors qu'elle a bénéficié d'un reflex en difficulté à cause des catastrophes au Japon, de moyens publicitaires gigantesques et de nombreuses nouveautés. Mais en fait tout est ambigu dans cette catégorie; ce qui fait qu'aucun utilisateur ne s'y retrouve vraiment finalement.

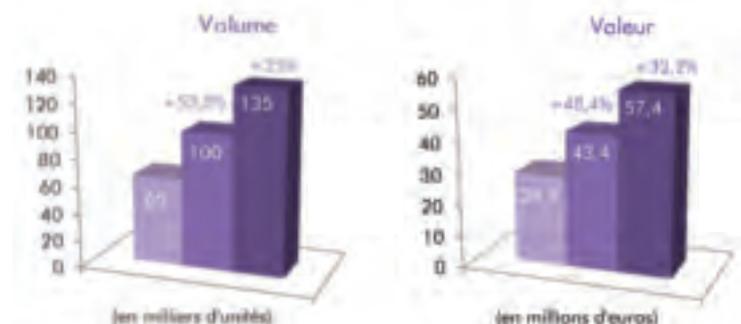
DÉPASSER LES CATÉGORIES

Il est peut-être temps de changer de discours et d'en finir avec les clivages par catégories. Au final, on s'en fiche qu'il s'agisse d'un compact expert, d'un bridge, d'un hybride ou d'un reflex pourvu qu'il plaise au public visé et que l'on cible le

Les reflex



Les hybrides





Quand nostalgie rime avec performance et modernité. Cet hybride Olympus OM-D se destine au photographe passionné.



bon. D'autant plus que dans une même catégorie, il y a souvent des appareils qui visent un public complètement différent. C'est particulièrement vrai pour l'hybride avec des arguments qui fument dans tous les sens sans dénominateur commun et ce jusqu'au nom avec une appellation « hybride » tout sauf explicite, sans parler de l'alternative qui est « compact à objectifs interchangeable » encore plus dévalorisante. Pour ne prendre qu'un exemple de diversité, on peut analyser la différence de démarche entre Nikon et Fujifilm. Pour le premier, il ne faut pas cannibaliser la gamme reflex et la série One est promue pour sa compacité et sa vélocité à l'attention d'un utilisateur grand public. Fujifilm au contraire voit dans sa gamme X un porte-drapeau pour la qualité et le retour aux valeurs sources de la photo passion. Mettre les deux appareils côte à côte dans le rayon hybride ne fait aucun sens, d'autant moins qu'il n'y a généralement aucun accompagnement marketing ou conseil.

POUR LE PRO

C'est donc bien du niveau de pratique et de l'ambition qu'il faut partir pour créer le rayon. Commençons par le photographe amateur qui se voit en tant que tel et qui est le plus facile à appréhender parce qu'il est bien connu. Celui-ci a pour ambition d'imiter le professionnel par son équipement et il n'y a quasiment pas de limites à ce qu'il est possible de lui faire dépenser pour atteindre cet objectif. En cela, les fabricants sont aidés par des technologies de plus en plus accessibles. Ainsi, même le plein format arrive dans le niveau de prix amateur éclairé avec des boîtiers à 2 000 euros. C'est comme si un amateur de Ferrari pouvait tout d'un coup s'en offrir une pour le prix d'une familiale haut de gamme. Mais ces photographes évoluent aussi. Si une partie considère toujours que la qualité du matériel se mesure au poids et à la complexité de mise en œuvre, il en est d'autres qui s'intéressent à ce que la modernité peut

leur apporter. Cela permet de suivre des pistes intéressantes pour la montée en gamme en s'inspirant de technologies qui ont conquis le public dans d'autres domaines. On peut citer l'écran tactile, la géo-localisation, la connexion et autres. Mais il y a surtout la tendance vers le nomadisme avec des appareils moins encombrants qui pour autant ne renoncent pas à leurs prétentions photographiques. Et c'est là qu'interviennent les hybrides haut de gamme et même certains compacts experts. Ces appareils doivent être présentés en alternative au rayon expert et surtout ne pas être mélangés avec des modèles grand public. Ce rayon devrait donc réunir les reflex experts en gros à partir de 900 euros le boîtier, les hybrides à partir du même prix et les compacts experts à partir de 500 euros. D'autant plus qu'il ne faut pas négliger l'aspect multi-équipement. Evidemment, plus l'enseigne est spécialisée photo, plus ce rayon sera découpé en sous-catégories. Toujours est-il que l'argumentaire est le même, soit la recherche de la qualité et de l'ergonomie par tous les moyens technologiques possibles dans un bel objet.

L'EXCLUSIVITÉ

A l'inverse, il y a aussi les photographes qui sont nostalgiques du temps où leur passion avait un caractère exclusif. Certains fabricants ont su mêler habilement la sophistication technologique à la nostalgie de la photo autrefois élitiste. Car un autre problème du photographe passionné, c'est qu'il a l'impression que sa passion se banalise. Il n'est pas hermétique au progrès mais il doit servir sa

Canon montre qu'un reflex peut être qualitatif, compact et moderne.





X100S

MAINTENANT GOUTEZ AU SUBLIME



Sublime X100S... Une rapidité et une précision impressionnantes !

Son fabuleux capteur 16Mp APS-C X-Trans II couplé au Processeur EXR II, permet d'atteindre une définition et un piqué exceptionnels, même en très haute sensibilité. Avec son système Auto-Focus Hybride à détection de phase, le X100s devient ultra rapide et réactif tout en restant discret et silencieux. Résolument orienté reportage grâce au confort et à la finesse de sa visée Hybride (optique et électronique HD de 2.36Mp), il vous transportera vers de nouveaux horizons dans votre quête d'images fortes et insolites. Il ne vous reste plus qu'à goûter au sublime.

www.fujifilm.fr



FUJIFILM

LA PHOTO FOCUS

Le Canon 700D est un reflex expert mais qui n'a pas peur d'utiliser des technologies dans l'ère du temps et notamment le tactile qui apporte un réel confort d'utilisation.



quête vers la qualité et vers la différence. Ainsi, certaines marques ont ressuscité les appellations anciennes qui font vibrer la corde sensible du photographe en les associant à ces critères d'exclusivité. On peut citer par exemple l'OM-D chez Olympus. Paradoxalement, il y a même un retour en arrière en termes de confort d'usage jusqu'à renoncer au zoom pour une meilleure qualité. Ainsi, les appareils à focale fixe se multiplient avec là encore un Fujifilm initiateur sur son X100. Sony a même poussé le bouchon jusqu'à lancer un compact à focale fixe à plus de 3 000 euros. Tout cela est très important car il s'agit surtout de ne pas perdre un photographe amateur disposé à dépenser beaucoup d'argent mais qui ne veut pas se fondre dans la masse. Evidemment, on comprend bien que les efforts des constructeurs concernés sont également fournis car ils ne peuvent pas lutter sur le terrain du reflex accaparé par les deux marques historiques. Ces dernières n'en suivent pas moins le même chemin aussi avec des boîtiers qui peuvent développer des arguments similaires. Ainsi Fujifilm, toujours lui, avait décidé d'abandonner le filtre passe-bas pour plus de qualité d'image sur un format de capteur donné. Désormais, Nikon lui emboîte le pas avec son nouveau reflex expert le D7100.

PAR L'USAGE

A l'autre bout du spectre de la photo passion, on cherche à recruter un utilisateur potentiellement intéressé en le rassurant au maximum sur l'investissement qu'il s'apprête à faire. Globalement, la motivation de départ est toujours la même : photographier avec un compact assez basique, prendre du plaisir et avoir ensuite envie d'aller plus loin. Dans cet état d'esprit, le consommateur entre dans le magasin et là c'est la douche froide car devant le

Ce reflex expert devrait faire battre plus fort le cœur de tout passionné avec une qualité d'image exceptionnelle dans un boîtier à la pointe de l'ergonomie.



choix possible et le rangement par catégories qu'il ne comprend pas il est perdu. Et il risque finalement de ne rien acheter ou juste un compact un peu mieux qui ne lui fait pas peur. C'est là que l'accompagnement en magasin et un rayon repensé peuvent faire des miracles. Car ce type de consommateur ne sait généralement pas ce qu'il veut mais a une idée assez précise de ce qu'il ne veut pas. Or les catégories actuelles ne sont pas adaptées à ses critères. L'encombrement, la complexité et la dépense inconsidérée, ce sont de facteurs pertinents qui se retrouvent dans toutes les catégories. C'est donc par l'usage qu'il s'agit d'aborder la passion. Le type de photos que l'on veut prendre, les critères de mobilité et l'évolution dans sa passion, pour ne donner que quelques exemples. Ainsi, pour couvrir toutes les situations dans un encombrement minimal et sans complexité, c'est un compact haut de gamme qui correspond. Si l'encombrement n'est pas si problématique, on peut envisager le bridge. Pour s'adapter en fonction de la situation, il est possible de passer aux objectifs interchangeables. Pour les situations courantes sans besoin particulier d'un gros zoom, un reflex ou un hybride muni d'un zoom standard sera un bon choix si on privilégie la qualité et l'ergonomie. C'est en organisant le rayon selon les usages et non plus par catégories que plus d'utilisateurs pourront être attirés vers la photo en tant que loisir et surtout que l'on pourra faire monter en gamme. Et il ne faut pas oublier qu'en photo plus que dans toute autre catégorie du hi-tech, un utilisateur satisfait a toujours tendance à se rééquiper en plus haut de gamme. ■

Polaroid

l'instant passion !



Polaroid Pic 300

Un objet design, compact et rétro pour créer, imprimer et partager.



Polaroid Z340

Appareil numérique de 14 mpx qui permet de choisir la photo que l'on souhaite imprimer.



Imprimante GL10

Mini-imprimante sans encre et autonome, capable d'imprimer des photos n'importe où. Compatible avec l'ensemble des mobiles Bluetooth (hors i-phone).



Polaroid Z2300

L'appareil photo 3 en 1 : instantané, numérique et rétro.

Polaroid and Polaroid & Pixel are trademarks of PLR IP Holdings, LLC, used under license. 



135, rue du Fossé Blanc - 92622 Gennevilliers Cedex - contact@tcp-france.com - www.tcp-france.fr

FUJIFILM

Frank Portelance, Responsable Relations Extérieures

Le compact souffre de la concurrence du smartphone et peine aussi à proposer des évolutions technologiques suffisamment radicales pour justifier le renouvellement. Comment y remédier ?

L'évolution des pratiques autour de l'image de ces dernières années n'a peut-être été qu'insuffisamment prise en compte. Pour rebondir, le marché des compacts devra renouveler l'offre avec des options d'utilisation enrichies tout en mettant en avant sa spécificité en termes de qualités photographiques et optiques face à la concurrence du mobile. Nous sommes conscients que de nouveaux besoins s'expriment, en termes de connectivité et de transfert d'images notamment. Au-delà, l'utilisateur entend disposer directement sur son matériel de fonctions d'édition évoluées afin d'éviter le passage en post-production sur son ordinateur. Les équipements électroniques s'orientent résolument vers la mobilité sans compromis sur les traitements numériques de l'image devenus nécessaires. Il nous faudra sans doute proposer des options de retouche évoluées directement sur l'écran de l'appareil compact. On peut donc penser que de nouvelles offres vont apparaître qui rendront les compacts d'aujourd'hui obsolètes.

L'avenir de la photo est-il à chercher sur le segment premium, qu'il soit compact ou reflex ?

Oui, bien sûr et notre évolution récente en est un bon exemple. Notre gamme X Premium a été très bien accueillie. Les ventes et l'attente impatiente des clients lors de la sortie des nouveaux modèles en sont la preuve. La gamme X Premium cible un utilisateur passionné de photographie motivé par une démarche d'attention au monde et d'ouverture aux événements du quotidien. Pour ces utilisateurs, la conception et les fonctions de ces appareils sont essentielles à une telle pratique. Le X-E1 et le X-Pro1 ont bien marché, le X100 et le X10 ont rencontré un vif succès que nous souhaitons rééditer avec leurs successeurs : le X100S et le X20. Cette gamme est bien lancée et répond à une attente forte du marché.

La photo connectée, partagée et soutenue par des applications, est-ce une bonne piste de valeur ?

Oui, transférer automatiquement les images vers un ordinateur, vers un autre périphérique (mobile en particulier) ou un réseau, les organiser et les partager devient une problématique centrale pour les utilisateurs. Se libérer des contraintes de la connexion filaire est une tendance forte dans tous les segments de l'électronique grand public. La photographie ne fera pas exception. Il y aura forcément des solutions qui seront apportées aux préoccupations de stockage, de tri et de conservation de l'image et pour faciliter les transferts cela se fera via la fonction WiFi.

L'hybride est certes en croissance mais demeure assez peu volumique comparé au reflex. Comment accélérer la pénétration ? Quelles évolutions peuvent aller dans ce sens ?

Nous pensons que le sentiment de valeur attaché à un produit suppose que

soit établie une relation forte et une comparaison avec un matériel de prestige, très haut de gamme et ayant acquis un rayonnement historique sur le marché. Cette première étape passée, il devient possible de décliner d'autres produits rattachés à ce premier lancement de manière à explorer d'autres besoins, d'autres utilisations et d'autres exigences de performances, pour répondre également à toutes les capacités budgétaires et ne pas frustrer le désir d'achat. Notre orientation est donc d'offrir une solution adaptée à tous une fois établi le positionnement d'une gamme. C'est ce que nous avons fait, par exemple, avec le X-E1 qui reprenait l'essentiel des caractéristiques techniques du X-Pro1 tout en abandonnant le viseur hybride. Nous pensons accélérer la pénétration de l'hybride en adaptant l'offre technique aux moyens des clients potentiels tout en préservant l'esprit de la gamme. ■

« Se libérer des contraintes de la connexion filaire est une tendance forte dans tous les segments de l'EGP. La photographie ne fera pas exception. »



NIKON

Delphine Bordes, Product Team Leader

Le compact souffre de la concurrence du smartphone et peine aussi à proposer des évolutions technologiques suffisamment radicales pour justifier le renouvellement. Comment y remédier ?

Le marché des compacts numériques est effectivement un marché en forte décroissance, -16% en 2012 selon les chiffres GfK. Elle est majoritairement due à un marché mature avec un taux d'équipement qui avoisine les 70%. La concurrence des smartphones a certes un impact sur les volumes mais les smartphones ont aussi un impact indéniable sur l'usage. Forts des études que nous menons, nous pouvons affirmer que la notion de partage immédiat est une spécification clé.

La photo connectée, partagée et soutenue par des applications, est-ce une bonne piste de valeur ?

Nous avons lancé fin août 2012 le premier appareil photo compact connecté doté d'une interface Android, le Coolpix S800c. La navigation et le partage se rapprochent des habitudes des plus jeunes et peuvent répondre à la concurrence des smartphones. Sur le concept de photo connectée, notre gamme de compacts propose beaucoup de modèles qui intègrent le WiFi comme les Coolpix S6500, S9500 et AW110. Pour les appareils photos qui n'en sont pas dotés directement, nous proposons des adaptateurs WiFi compatibles avec une partie de nos gammes Coolpix, Nikon 1 et reflex.

L'avenir de la photo est-il à chercher sur le segment premium, qu'il soit compact ou reflex ?

Dans un contexte économique difficile et sur des marchés compact et reflex matures, l'avenir au-delà du segment premium est de répondre aux attentes précises des utilisateurs en proposant des appareils pour chaque usage. Ainsi, le Coolpix A est un compact expert doté d'une focale fixe de 28mm et le Coolpix AW110 est un compact baroudeur doté d'un GPS intégré, étanche et résistant aux chocs. Pour l'offre reflex, nous avons effectivement annoncé des produits très haut de gamme en 2012 comme les D4, D800 et D600 pour répondre à une vive attentes de nos photographes. Mais les segments entrée de gamme comme les Nikon D3100, D3200, D5100 et D5200 ne sont pas restés et demeurent les grands favoris de nos utilisateurs. Nous avons aussi pensé à nos amateurs avertis toujours en recherche de qualité, voire d'excellence technique, et nous sommes persuadés que le nouveau D7100 répondra à leurs exigences photographiques.

L'hybride est certes en croissance mais demeure assez peu volumique comparé au reflex. Comment accélérer la pénétration ? Quelles évolutions peuvent aller dans ce sens ?

Le marché de l'hybride a montré une croissance de +54% en 2012 selon les chiffres GfK et représente 17% du marché des appareils à objectifs interchangeables ce qui est d'ores et déjà une belle progression puisqu'il ne pesait que 11% en 2011. Le segment de l'hybride s'est donc imposé comme un troisième segment fort de la photo auprès des acteurs de ce marché (industriels et revendeurs) et c'est un segment stratégique pour l'avenir avec son taux de croissance à deux chiffres. Comme toute nouvelle technologie, il est important, pour nous constructeur, d'expliquer

« Forts des études que nous menons, nous pouvons affirmer que la notion de partage immédiat est une spécification clé. »



les avantages de ce nouveau concept. La compacité, la simplicité, le design, la vitesse et l'intelligence embarquée sont des éléments clés pour cette nouvelle gamme Nikon 1 qui séduit un public qui veut aller au-delà des compacts sans s'encombrer du poids ou de la complexité apparente d'un reflex. Multiplier l'offre est aussi un axe de développement. Nous avons d'ailleurs annoncé en ce début d'année deux nouveaux Nikon 1 S1 et J3 pour étoffer notre gamme et ainsi séduire nos utilisateurs de compacts et de reflex. Nous élargissons aussi progressivement notre parc d'optiques et notre offre accessoires pour ouvrir le champ d'utilisation des Nikon 1. Nous comptons aussi sur nos campagnes de communication pour démontrer les avantages des boîtiers hybrides. La campagne Nikon 1 « je suis » de 2012 a d'ailleurs été un véritable succès. ■

SAMSUNG PHOTO

Thibaut du Roure, Chef de groupe photo

Le compact souffre de la concurrence du smartphone et peine aussi à proposer des évolutions technologiques suffisamment radicales pour justifier le renouvellement. Comment y remédier ?

D'une manière générale, on observe aujourd'hui sur le marché une multiplication des produits hi-tech capables de prendre des photos : smartphones mais aussi tablettes, caméscopes, consoles de jeux portables, etc. Les appareils photo doivent à la fois s'adapter aux tendances du marché et en même temps se différencier. Pour se différencier et apporter de la plus-value, il faut revenir aux basiques et partir des attentes du consommateur comme par exemple être capable de prendre une photo à bonne distance mais sans détériorer la qualité. Dans cette optique, le segment du zoom de forte amplitude représente un moyen d'apporter de l'usage aux utilisateurs et de la valeur au marché. Le partage est aussi définitivement un incontournable dans la nouvelle chaîne de l'image. C'est pourquoi les solutions WiFi ou même 3G représentent aussi un moyen de proposer plus de possibilités à l'utilisateur. Samsung lance quatre compacts high zoom connectés (WB30F, WB200F, WB250F, WB800F) sur ce premier semestre et poursuit naturellement la belle aventure du Galaxy Camera avec une version WiFi en plus de celle déjà existante en 3G/WiFi.

L'avenir de la photo est-il à chercher sur le segment premium, qu'il soit compact ou reflex ?

Si on entend « expert » par le terme « premium », ce segment peut effectivement représenter un autre relais de croissance. Nous sommes face à des utilisateurs qui ont bien assimilé l'appareil photo numérique avec parfois plusieurs renouvellements de produits au cours des 10 dernières années, si bien qu'ils sont de plus en plus exigeants et veulent la qualité de photo ainsi que la rapidité de prise de vue. Ce segment répond à ces attentes mais il ne doit être le seul relais de croissance comme nous l'avons exposé ci-dessus. Sur ce segment, l'EX2F propose une très haute qualité d'image avec une ouverture à f1,4 et il est toujours connecté en WiFi.

La photo connectée, partagée et soutenue par des applications, est-ce une bonne piste de valeur ?

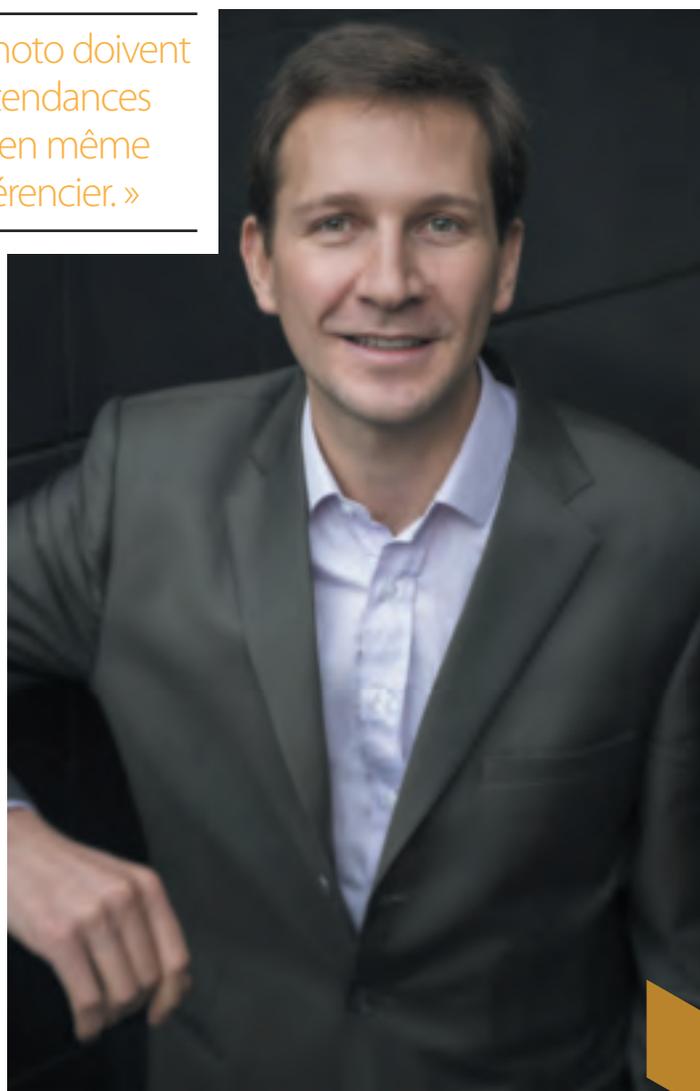
Encore une fois, il faut revenir aux tendances de fond du marché et donc le besoin d'être connecté en permanence avec sa communauté pour échanger immédiatement. La photo connectée va dans ce sens et les utilisateurs sont toujours plus friands de nourrir leurs photos avec d'éventuelles applications. Le parti-pris de Samsung est de proposer des applications directement embarquées comme par exemple le partage rapide et simple de photos avec une tablette/un smartphone ou même via les réseaux sociaux. Les solutions de Cloud vont aussi se développer fortement, ce qui permettra de proposer une autre piste de valeur. Samsung propose déjà des solutions avec ses appareils photo connectés (AllShare Play, Skydrive et même 48 Go + 2 Go offerts pendant deux ans avec le Galaxy Camera) et continuera de travailler dans ce sens pour satisfaire le plus grand nombre d'utilisateurs.

L'hybride est certes en croissance mais demeure assez peu volumique comparé au reflex. Comment accélérer la pénétration ? Quelles évolutions peuvent aller dans ce sens ?

Pour développer davantage le segment des hybrides, les marques et les revendeurs doivent travailler ensemble et s'adapter rapidement aux

tendances. Cela passera notamment par plus de formation, davantage d'explication et plus de mise en situation des produits sur le point de vente. Pour nous, l'objectif est de proposer une gamme complète de produits depuis la première proposition avec le NX1000 jusqu'à des produits encore plus technologiques comme le dernier NX300. Il faut aussi valoriser l'argument des objectifs interchangeables en proposant différents kits avec différentes optiques. Le marché de l'hybride est encore en phase de forte expansion, si bien que tous les acteurs doivent accompagner cette croissance. C'est dans ce sens que Samsung s'appuie sur une force de vente terrain pour travailler le plus étroitement possible avec les revendeurs. ■

« Les appareils photo doivent s'adapter aux tendances du marché et en même temps se différencier. »



SanDisk®

Boostez vos performances !

- Vitesses de transferts élevées et constantes
- Idéal pour les applications gourmandes en lecture intensive
- Temps de latence faible pour une réponse plus rapide des applications
- Augmentation des performances pour un démarrage et des temps de chargements plus rapides des applications*
- Capacités disponibles : 64 Go, 128 Go et 256 Go**
- Garantie : limitée 3 ans***

www.sandisk.fr

* Par rapport à un disque dur de 7,200 RPM SATA 2.5 pouces. Basé sur des spécifications publiées et tests d'évaluations internes.

** 1 gigaoctet (Go) = 1 milliard d'octets. Une partie de la capacité n'est pas disponible pour le stockage de données.

*** Garantie de 3 ans dans les régions ne reconnaissant pas la garantie limitée.

SanDisk et SanDisk Ultra sont des marques déposées par SanDisk Corporation, aux Etats-Unis et dans d'autres pays. Tous les autres noms de marques mentionnés dans ce document le sont à titre d'identification uniquement et peuvent être des marques de leur détenteur respectif(s).

© 2013 SanDisk Corporation. Tous droits réservés.



SSD SanDisk Ultra® Plus

TECHNOLOGY
PARTNER



L'APPAREIL PHOTO PREMIUM

Du loisir à la passion

L'avenir est à chercher dans l'appareil premium pour satisfaire le nombre d'utilisateurs grandissant qui s'intéressent à la photo en tant que telle. Pour autant, les besoins et les usages sont très différents et ce sont eux qui doivent désormais conditionner l'offre.



Samsung Galaxy Camera Photo ludique

Avec cet appareil photo atypique, Samsung s'ouvre à un nouveau type d'utilisateur. A la base, il s'agit d'un compact assez imposant doté d'un capteur CMOS et d'un zoom déjà puissant 23-483 mm en équivalent. Le dos est intégralement occupé par un immense écran tactile de 4,8 pouces en HD. En soi, c'est déjà remarquable mais Samsung y ajoute un processeur quadri-cœur performant pour animer l'Android 4 embarqué. A cela s'ajoutent le WiFi, la 3G et le Bluetooth. C'est donc la réunion d'un appareil photo et d'un smartphone. Il s'agit de reprendre ce qu'apporte le smartphone à la photo avec des possibilités de créations ludiques à travers des applications comme Instagram et le partage immédiat en ligne comme sur les réseaux sociaux pour l'associer à un appareil photo digne de ce nom. L'équation est réussie, c'est indéniable. Cela ouvre la voie à une nouvelle génération d'appareils photos premium qui se destinent à des utilisateurs certes férus de photo mais qui veulent aussi s'amuser en utilisant les possibilités offertes par notre monde connecté et mobile. On peut tout à fait envisager de calquer le même principe sur un hybride ou même un reflex.

■ Capteur CMOS BSI 16 Mpixels ■ Objectif 23-463 mm en équivalent, f/2.8-8 ■ Ecran 4,8 pouces, 1280x720 points ■ Vidéo Full-HD, 30 i/s ■ Dimensions 70,8 x 128,7 x 19,1 mm ■ Poids 300 grammes

699 €



Fujifilm X20 Compact sans compromis

Cet appareil suit des chemins de traverse sur quasiment tous les plans. Son encombrement demeure contenu mais le zoom n'offre qu'une plage limitée 28-112 mm en équivalent. Toute l'attention s'est focalisée sur l'ergonomie et sur la qualité d'image. Le capteur certes assez petit se passe de filtre passe-bas pour une qualité digne d'un reflex grand public. L'optique est de grande qualité et surtout ouvre grand. Associé au capteur sensible, cela permet de photographier en basse lumière sans grande dégradation. En plus du traditionnel écran arrière, le X20 est doté d'un viseur optique réellement utilisable car il s'adapte au zoom et affiche les données en surimpression. Pour l'ergonomie, tout a été pensé pour photographier dans les meilleures conditions, que ce soit en automatique ou en prenant la main. Le zoom se commande par la bague et une roue codeuse permet de modifier directement l'exposition pour ne prendre que deux exemples. Pour celui qui cherche un appareil peu encombrant qui permet de couvrir les situations standards mais qui ne sacrifie en rien la qualité d'image et les possibilités, le X20 est l'appareil idéal.

■ Capteur X-Trans 2/3 de pouces CMOS 12 Mpixels ■ Objectif 28-112 mm en équivalent, f/2-2.8 ■ Ecran 2,8 pouces, 460 000 points ■ Vidéo Full-HD, 60 i/s ■ Dimensions 117 x 57 x 70 mm ■ Poids 350 grammes

499 €

Avec une concurrence de plus en plus pressante par le smartphone et avec un compact entrée de gamme difficile à faire évoluer, il semble acquis que l'avenir de la photo passe par des appareils premium. Ceux-ci s'adressent à tous ceux que la photo intéresse en tant que telle, qu'il s'agisse d'un loisir parmi d'autres ou d'une passion dévorante. La réponse doit donc être apportée en fonction de l'investissement consenti par l'utilisateur en termes de temps et d'argent. Mais ce n'est pas la seule variable. Le consommateur captif peut s'intéresser à la technologie, maîtriser la technique photo, vouloir couvrir toutes les situations mais il peut aussi être novice en technique, ne s'intéresser qu'à un type de photo, considérer la technologie comme un mal nécessaire. Pour caricaturer, il y a celui qui a envie de faire de belles photos mais sans trop se confronter à la technique ni faire trop de sacrifices en termes de prix et d'encombrement. A l'autre bout, il y a l'amateur éclairé qui s'y connaît et qui veut s'approcher le plus possible de

ce qu'utilise le professionnel. Le seul facteur commun réside dans l'envie de photographier pour se faire plaisir. C'est donc un spectre très large et c'est quasiment au cas par cas qu'il faut déterminer le type d'appareil qui correspond à son utilisateur potentiel. Il est tout de même possible d'établir des critères qui se combinent.

PAR L'USAGE

Dans une société de plus en plus mobile, l'encombrement est un facteur essentiel pour tout matériel électronique et l'appareil photo n'y échappe pas. En sachant que comme pour l'audio les lois de la physique empêchent les miracles. Petite taille rime avec compromis sur la puissance du zoom et/ou la qualité de l'image. Ensuite, il y a l'ergonomie qui peut être plus ou moins simple selon les possibilités d'intervention de l'utilisateur. L'idéal est d'offrir la simplicité du tout automatique et en même temps tous les réglages imaginables mais là encore c'est généralement affaire de compromis car en multipliant les possibilités, on

complexifie fatalement. Le niveau de prix est un autre facteur car selon le degré d'investissement, l'utilisateur sera enclin à dépenser plus ou moins. Le critère le plus

L'encombrement est un facteur essentiel pour tout matériel électronique et l'appareil photo n'y échappe pas.

important reste au final l'utilisation, ce que l'on veut photographier principalement. S'agit-il de documenter un voyage, de faire du portrait, d'explorer la ville, de prendre de beaux paysages, de saisir l'action sur le vif, de faire de la photo animalière, voire tout à la fois ? Par tous

ces critères d'usage, il est possible de déterminer quel appareil convient à qui. Ce n'est donc pas tant par la catégorie qu'il faut aborder le sujet car souvent, la réponse à l'usage peut se trouver dans plusieurs.

L'ENJEU DE LA QUALITÉ

Côté qualité d'image, pas de miracle donc mais des progrès notoires. Le capteur grandit et devient plus sensible. En compact, cela peut aller jusqu'au format APS-C. La taille détermine directement la qualité mais oblige aussi à utiliser des optiques plus encombrantes dès que la focale s'allonge. Il y a aussi des astuces comme le CMOS rétro-éclairé en petite taille qui améliore la sensibilité ou l'abandon du filtre passe-bas initié par Fujifilm qui augmente le niveau de détails et le piqué. Tout cela fait que dans toutes les catégories d'appareil, on peut désormais proposer une qualité d'image exceptionnelle et c'est un excellent moyen de faire monter en gamme. Si l'utilisateur accepte une plage de focale réduite ou l'objectif interchangeable, on



Fujifilm X-E1

Passion peu encombrante

■ S'il s'agit bien d'un hybride par la technologie, ce petit appareil très compact a des ambitions qui le place en termes de qualité d'image au niveau d'un reflex expert, voire plein format. En cause, son capteur APS-C sans filtre passe-bas et des optiques de très grande qualité. Si on peut se contenter d'une focale fixe de 50 mm en équivalent, l'encombrement est vraiment minimal et on peut quasiment photographier dans le noir avec une optique qui ouvre à 1.4 et un capteur ultra-sensible. Le zoom standard augmente la taille mais apporte plus de flexibilité. En revanche, il faudra se passer d'un très fort téléobjectif. Pour l'ergonomie, tout a été pensé pour le photographe qui veut maîtriser la prise de vue mais en tout automatique, l'utilisation est vraiment simple aussi. Ainsi, la vitesse d'obturation, l'exposition et le diaphragme se règlent par des roues et une bague directement accessibles. L'écran arrière est secondé par un viseur électronique OLED qui est le meilleur actuellement disponible. Si on n'arrive pas au confort d'un reflex, tout de même très bon. Pour le photographe enthousiaste qui cherche la meilleure qualité et une ergonomie pensée pour la maîtrise photo mais qui ne veut pas s'encombrer outre mesure, ce X-E1 constitue le meilleur choix.

■ Capteur X-Trans APS-C CMOS 16 Mpixels ■ Ecran 2,8 pouces, 460 000 points ■ Vidéo Full-HD, 24 i/s
■ Dimensions 38 x 129 x 75 mm ■ Poids 300 grammes

1 499 € (avec zoom 18-55 mm)



Panasonic F200

Universel

■ On peut vouloir tout photographier dans toutes les situations et pour autant chercher la simplicité, une qualité raisonnable et un prix pas trop élevé. C'est exactement à ce cahier des charges que répond cet appareil Panasonic. Il offre une plage de focale incroyable 25-600 mm en équivalent. Et surtout, le zoom ouvre de manière constante à 2.8. Du coup, il est pleinement exploitable en mode téléobjectif, d'autant que le capteur certes modeste par la taille se comporte bien jusqu'à 1600 ISO. L'autofocus fait du bon travail également et rend l'usage possible vraiment très universel. Certes, il faudra accepter un encombrement certain mais le poids reste contenu, tout comme le prix. La visée est un peu en retrait que ce soit par l'écran ou le viseur électronique tous deux peu convaincants. En revanche, les commandes sont bien placées et que l'on se décide pour le tout automatique ou pour le contrôle des paramètres de prise de vue, l'utilisateur y trouve rapidement ses marques. Celui qui s'intéresse à la photo mais sans vouloir absolument la perfection mais qui veut en revanche pouvoir couvrir toutes les situations dans un encombrement et pour un prix raisonnables, le Panasonic F200 est l'appareil qui convient.

■ Capteur CMOS 12 Mpixels ■ Ecran 3 pouces, 460 000 points ■ Vidéo Full-HD, 50 images/s
■ Dimensions 125 x 86 x 110 mm ■ Poids 588 grammes

479 €

LA PHOTO PANORAMA

peut lui proposer cette qualité dans un encombrement réduit. On peut citer pêle-mêle des compacts experts comme le Sony RX100 doté d'un grand capteur ou le Fujifilm X20 qui se passe de filtre passe bas, des hybrides comme l'Olympus OM-D et son capteur APS-C ou le Fujifilm X-E1 sans filtre. Dans ce dernier cas, la qualité peut rivaliser avec un reflex expert, voire plein format.

PLUS OU MOINS UNIVERSEL

Pour les situations photographiques envisagées, il y a là

Pour l'APN premium, il faut oublier les clivages de catégories qui embrouillent plus qu'ils n'aident.

encore de nombreuses propositions possibles. Celui qui veut tout faire avec un appareil sans restriction devra s'encombrer au moins un peu. Un bridge comme le

Panasonic F200 propose une focale extrême dans un appareil assez léger et qui surtout garantit une qualité d'image de bon aloi, avec notamment un zoom qui ouvre à 2.8 sur toute la plage. Sinon, ce sera obligatoirement un reflex et au moins deux zooms. Chez Nikon, cela se trouve en très bonne qualité à 1 000 euros avec un 18-85 et un 75-300 mm. Si le téléobjectif extrême peut être écarté, un compact expert à zoom 5x ou un hybride avec deux objectifs peuvent faire l'affaire. Et pour ceux qui acceptent de zoomer avec les pieds, la focale fixe permet la meilleure qualité dans un encombrement contenu comme sur le Fujifilm X100s.

QUELLE ERGONOMIE

Sous l'angle de l'ergonomie, il est possible d'allier simplicité en tout automatique et praticité avec la retouche intégrée à de nombreux réglages avancés. Si l'utilisateur qui a de la pratique et s'intéresse à la technique photo préfère des boutons d'accès directs et paramétrables comme on en trouve sur les reflex experts à l'image du tout nouveau Nikon D7100, l'intégration d'un écran tactile plaira davantage au plus novice mais pas seulement. Dans de nombreuses

situations, cela permet d'être plus ergonomique, notamment pour la visée et pour la vérification d'un cliché. Canon suit cette voie en reflex avec le tout nouveau 100D qui allie simplicité, faible encombrement à grande qualité d'image mais aussi avec son reflex expert 700D. Plus radical encore, Samsung propose un compact à large écran tactile qui fonctionne sous Android. Cela permet d'explorer une autre voie de la photo. On parle toujours à celui qui s'intéresse à la photo en tant que telle mais qui est issu de la génération smartphone. Ce n'est pas tant la qualité et la maîtrise technique qui l'intéressent mais plutôt s'amuser en photographiant. Le Galaxy Camera permet cela en utilisant des applications du monde mobile. C'est une voie intéressante qu'il faut maintenant envisager de mêler aux autres critères. Pour l'appareil photo premium, peut-être faut-il désormais oublier les traditionnels clivages de catégories qui embrouillent plus qu'ils n'aident. Selon les critères d'usage qui se combinent, la réponse peut se trouver dans plusieurs catégories et c'est ainsi qu'il convient d'aborder le consommateur intéressé par la photo. ■



Canon 100D L'ergonomie accessible

■ Le reflex demeure indéniablement le type d'appareil le plus agréable à utiliser si on place l'encombrement au second plan. La visée est parfaite, la prise en main naturelle et les commandes en général bien identifiées. Canon bouleverse un peu cette définition avec son 100D puisque l'encombrement et le poids sont très contenus. Pour autant, l'ergonomie n'en souffre pas car Canon opte pour un écran tactile très bien pensé. La qualité n'est pas non plus oubliée avec un capteur APS-C de 18 Mpixels. Comme cet appareil s'adresse surtout aux moins experts, il intègre de nombreux automatismes et des filtres de retouche ludiques. Le 100D est l'illustration même que les catégories traditionnelles de la photo n'ont plus lieu d'être. Pour celui qui cherche un appareil performant, ergonomique et capable de faire face à toutes les situations sans s'encombrer, sans se compliquer la vie ni dépenser une fortune, ce reflex peut le satisfaire et même lui fournir des éléments ludiques.

■ Capteur APS-C CMOS 18 Mpixels ■ Écran 3 pouces, tactile, 1 040 000 points ■ Vidéo Full-HD
■ Dimensions 117 x 69 x 91 mm ■ Poids 407 grammes

799 € (avec zoom 18-55 mm)



Nikon D7100 Sans compromis

■ Le photographe expert qui accepte un certain encombrement et de payer le prix pour des optiques de qualité peut désormais avoir accès à un outil photographique très évolué qui ne fait aucun compromis avec ce nouveau D7100. Le capteur APS-C de 24 Mpixels se passe de filtre passe-bas qui aboutit à une qualité d'image digne d'un appareil professionnel, à la fois très détaillée mais aussi douce et veloutée sans parler d'une très bonne aptitude à monter en sensibilité. Le boîtier est un modèle d'ergonomie et donne un accès direct aux principales fonctions sans parler des nombreuses personnalisations possibles. Son autofocus de compétition est idéal pour la photo d'action. La visée est exceptionnelle que ce soit par l'écran de grande taille très résolu ou par le viseur reflex qui approche les 100%. Autre point important, Nikon propose des objectifs adéquats dont le prix ne s'envole pas, rendant possible un équipement complet aux alentours de 2 300 euros. Certes l'encombrement et la dépense sont déjà conséquents, mais le D7100 propose tout ce dont un photographe amateur peut rêver.

■ Capteur APS-C CMOS 24 Mpixels ■ Écran 3,2 pouces, 1 229 000 points ■ Vidéo Full-HD, 30 i/s
■ Dimensions 136 x 76 x 107 mm ■ Poids 690 grammes

1 149 € (boîtier)



Scan me to visit
www.hdwfrance.fr



Venez Nous rendre visite **HALL RAVEL STAND D13**

Préparez au mieux Back to School et Noël grâce à nos nouveautés et nos nombreuses innovations.

SoundVision



SoundVision



noontec



ASUS



SAMSUNG



SKECH
COVERS ALL IN NEED



PANTONE
BY THE WAY



danew



Sm@rt



UCALL



SHOWCASE du mardi au jeudi à partir de 18h00, venez nombreux



LE TÉLÉVISEUR



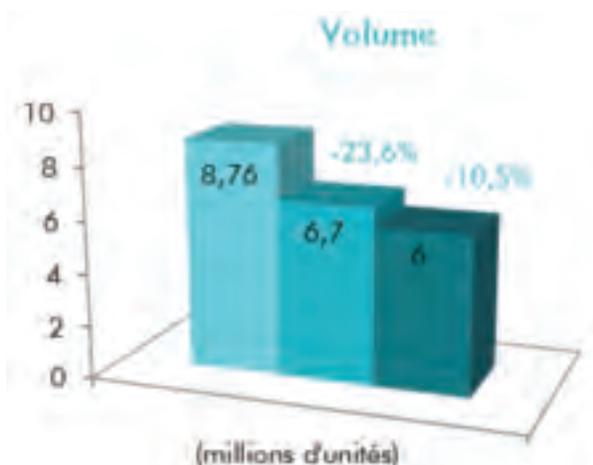
Après un renouvellement massif et complet avec le passage au plat, le marché du téléviseur doit composer avec des volumes en forte baisse et des technologies qui peinent à générer de la valeur. Il n'y a guère que la connexion et ce qui l'accompagne qui puissent donner espoir.



Sony prouve aussi qu'il est possible de suivre des voies différentes en matière de design.

Prenez d'un côté une grosse boîte monstrueuse dotée d'un petit écran et de l'autre un objet plat et élégant dont la taille est quasi celle de l'écran. Une évolution aussi radicale d'un appareil est rarissime et il n'y a que peu d'exemples en dehors du smartphone, de la photo numérique ou du DVD. Que tous les téléviseurs cathodiques français aient été remplacés par du plat en quelques années n'a donc rien d'étonnant, d'autant plus que sur la fin les plus réticents ou les moins intéressés ont dû changer aussi en raison du passage à la diffusion

Les téléviseurs



EN CRISE



Embryons de solutions

numérique. Tout comme il était prévisible qu'une fois toute la population équipée, on en reviendrait à un pur marché de renouvellement classique. Pas besoin de faire un sondage ou de se livrer à un savant calcul, vous en connaissez beaucoup des foyers encore dotés d'un écran à tube ? Et la taille de ce marché de renouvellement, on la connaît. Il s'agit d'un peu plus de cinq millions d'unités par an, pas si mal et supérieur au cathodique à son époque car il y a eu depuis beaucoup de multi-équipement par le plat et la durée de vie a été ramenée à cinq ans.

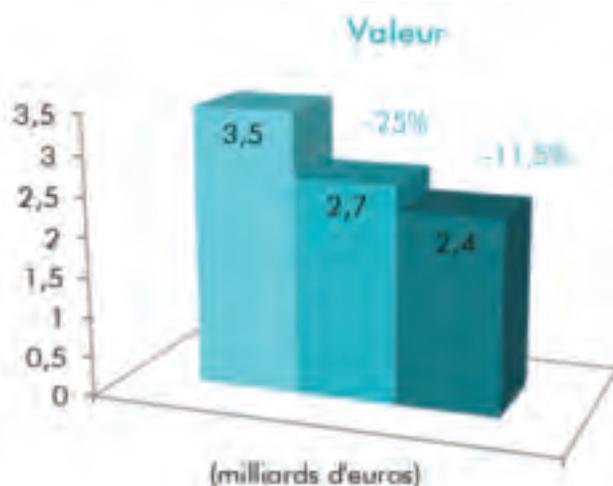
Le design permet toujours de se différencier et de faire monter en gamme, comme le prouve Samsung avec son nouveau modèle phare, le F8000.



QUE FAIRE ?

Le problème, c'est que comme toujours l'industrie peine à prévoir ne serait-ce que sur le court terme. En fait, tous les décideurs savaient ce qui allait se produire mais diront qu'ils n'ont pas pu réagir en amont en raison d'une concurrence féroce. Car maintenant, que faire des usines pharaoniques et de toutes les personnes qui ont été embauchées pour faire face à la croissance ? Inutile de préciser que la valorisation ne peut en aucun cas suffire à contrebalancer des prix qui se sont effondrés car le volume le permettait et qu'il fallait gagner des parts de marché. Il suffit de se livrer à un calcul très simple. En

Prenez d'un côté une grosse boîte dotée d'un petit écran et de l'autre un objet plat et élégant dont la taille est quasi celle de l'écran. Une évolution aussi radicale est rarissime !



DES



moyenne, un téléviseur fait 32 pouces et coûte 400 euros. Il contient pour faire simple une grande dalle, un processeur, de l'électronique autour, pléthore de connexions et une grosse alimentation. Prenons maintenant le smartphone. Il contient la même chose avec un peu de mémoire en plus mais moins de connexions, pas d'alimentation et surtout une dalle bien plus petite. Le prix moyen est le même pour une diagonale de... quatre pouces côté smartphones. Cherchez l'erreur. Sans parler des coûts de transports...

À ÉCARTER D'OFFICE

Déjà, il faut commencer par s'habituer à l'idée qu'il n'y a pas de solution radicale. Le marché du téléviseur sera de cinq millions d'unités par an avec un prix moyen de 500 euros si on parvient à le remonter un peu. Le secteur pèsera donc au moins un milliard de moins que lors des années fortes. A moins de trouver une innovation aussi radicale que le plat mais rien de tel ne se dessine à l'horizon, nous y reviendrons. Ce redimensionnement va obligatoirement s'accompagner d'une redéfinition du paysage industriel avec des marques qui vont disparaître et d'autres qui devront ajuster. De même, il y a trop

d'intervenants d'origines diverses pour espérer arriver à un consensus de revalorisation générale comme en photo. Il ne reste donc plus qu'à faire du mieux possible pour préserver la valeur et cela passe toujours par l'innovation. Déjà, des pistes sont à éliminer. La finesse du cadre et des bords n'est plus un argument en soi car dès l'entrée de gamme certains acteurs le proposent. La qualité d'image jugée suffisante par une majorité de consommateurs n'est pas un argument non plus, à moins de trouver une technologie qui corresponde à une amélioration radicale, et encore. Le concept de qualité d'image est trop flou et ne touche que les technophiles prêts à payer pour toujours plus. Il y a

Quels que soient la finesse et le minimalisme atteints, le design demeure toujours une piste à explorer pour un appareil qui trône au milieu du salon.

d'ailleurs une désaffection pour la qualité d'image après des années de focalisation qui se reporte désormais sur le son. La 3D peut également être écartée sans trop s'avancer. Elle régresse partout, au cinéma comme à la TV, et ne sera pas à terme une source de valeur par manque de confort et de contenu. La consommation n'est guère un critère non plus car la norme

accorde la meilleure note à tous ou presque. Il ne reste donc plus que la diagonale, le design et la connexion. L'enjeu est le suivant. Poussez le consommateur à renouveler avant terme par des arguments suffisamment forts et essayer quand il le fait de le faire monter en gamme, au moins un peu. Car ceux qui ne s'intéressent guère à l'objet attendront sa fin de vie pour reprendre un modèle de même taille et si possible moins cher.

TAILLE MAXIMALE EN VUE

Quels que soient la finesse et le minimalisme atteints, le design demeure toujours une piste à explorer pour un appareil qui trône au milieu du salon. Mais à part encourager les constructeurs à oser la différence, il n'y a pas grand-chose à en dire de plus. L'augmentation de la diagonale est déjà plus palpable mais ce n'est pas vraiment innovant. D'autant qu'il s'agit surtout de faire acheter plus grand par des prix plus démocratiques. L'idée étant essentiellement de tenir le discours suivant :



Haier prouve que la finesse n'est plus réservée au haut de gamme.

La valeur par la taille est un concept qui va être remis en question quand il faudra pousser les murs des salons français.

Vendre des écrans plus grands parce qu'ils sont devenus moins chers n'est pas vraiment une réelle valorisation.

« vous avez acheté un 32 pouces il y a quatre ans car s'était déjà un investissement considérable, regardez le magnifique 50 pouces vendu au même prix aujourd'hui ». Tout cela ne consiste finalement qu'à user d'artifices pour maintenir de la valeur artificiellement car elle n'existe pas vraiment au regard des coûts de production. L'argument de dire que cela permet de vendre plus de technologie embarquée ne tient pas car ceux que cela intéresse y sont sensibles de toute façon et la grande majorité ne voit pas la différence. Et puis surtout, la France n'est pas l'Amérique et les salons ne sont pas extensibles. On peut certes essayer de convaincre les consommateurs de s'abimer les yeux à un mètre d'un 50 pouces mais globalement, une limite est atteinte. Une fois la taille maximale atteinte et achetée car devenue moins chère, on en restera là.

PAR LA CONNEXION

Il ne reste donc plus que la connexion au sens large pour créer de la valeur sur le marché. Et c'est bien là qu'il faut chercher le futur immédiat du téléviseur. Comme toujours, c'est en observant l'évolution des pratiques et de l'usage que l'on peut innover avec succès et surtout obtenir la reconnaissance par un large public. La cérémonie familiale de se retrouver ensemble à 20 heures 30 devant une émission de variété consensuelle n'est plus. La consommation est devenue personnelle et le Web a généré le besoin de prendre ce que l'on veut quand on veut et où on veut. D'ailleurs, le Français passe désormais plus de temps sur Internet qu'à regarder la TV, un signe des temps. Par ailleurs, les écrans se sont multipliés dans le foyer tout en devenant individuels avec les smartphones, les tablettes et les ordinateurs. Tout occupé qu'il était à devenir plat, le grand écran du salon n'a pas évolué au même rythme, se ringardisant peu à peu. Heureusement que les box triple play des opérateurs l'ont un peu rajeuni par des offres différentes. L'innovation ne peut donc s'inscrire que dans un concept de consommation à la demande, d'éloignement de la chaîne de TV traditionnelle et d'adoption d'une stratégie multi-écrans. C'est toute l'idée de la TV connectée moderne. Mais il va falloir se battre car les chaînes ne voient pas d'un bon œil la perte du monopole dans le salon et comme la musique et de l'édition vidéo avant elles, l'industrie préfère perdre de l'argent et des moyens à protéger un modèle qui ne correspond plus à notre époque plutôt que de travailler intelligemment à sa redéfinition. Heureusement, il y a du contenu ailleurs et sur certains points, les chaînes n'ont pas le choix.

Ce téléviseur intègre un processeur quadruple cœur très performant mais personne ne le sait.

LE TÉLÉVISEUR FOCUS

L'alliance Smart TV regroupe LG, Panasonic, Toshiba et d'autres. Une telle plate-forme commune devrait permettre le développement d'applications et de jeux plus sophistiqués.



qu'un téléviseur connecté digne de ce nom doit intégrer toutes ces offres. Les offres de VOD deviennent également matures avec des services complets de bonne qualité. Reste que c'est par l'abonnement que la VOD doit se développer et cela se heurte encore à une chronologie des médias aberrante. Toujours est-il que les services de Canal +, de TF1 et de Vidéo Futur proposent des catalogues dignes de ce nom dans une qualité qui l'est aussi. Reste pour le fabricant de téléviseurs à agréger les services dans une recherche commune, ce que certains comme Samsung proposent déjà. Vous voulez voir le film X (sans mauvais jeu de mots), l'écran vous dit sur quel service il est disponible à la location ou à l'achat. Par ailleurs, les fabricants facilitent le choix par des interfaces plus apparées et surtout par des méthodes de saisies plus adaptées que la télécommande. Déjà, certains la font évoluer par la commande de mouvement façon Wii de Nintendo. D'autres s'en passent complètement par la recherche vocale ou gestuelle. Une interface tactile par une application sur un smartphone ou une tablette est adaptée aussi. Enfin, son propre contenu doit être facile à regarder sur grand écran qu'il soit stocké sur son smartphone, son ordinateur ou dans le Cloud. Le transfert doit se faire sans fil et si possible sans paramétrage fastidieux. Là encore, l'innovation va dans le bon sens avec la nouvelle norme Miracast. Basé sur un échange en WiFi direct et entre deux appareils, elle permet de déporter sans installation l'affichage d'un smartphone ou d'une tablette sur un téléviseur. Il suffit que les deux appareils soient à portée. On espère un développement le plus rapide et le plus large possible.

L'AVENIR DU JEU VIDÉO

Pour le jeu, davantage de chemin reste à parcourir et une lutte s'engage entre le téléviseur et les consoles. Il faut déjà des processeurs puissants pour afficher des jeux rappelant PacMan car souvent, on pense que jeu grand public et jeu

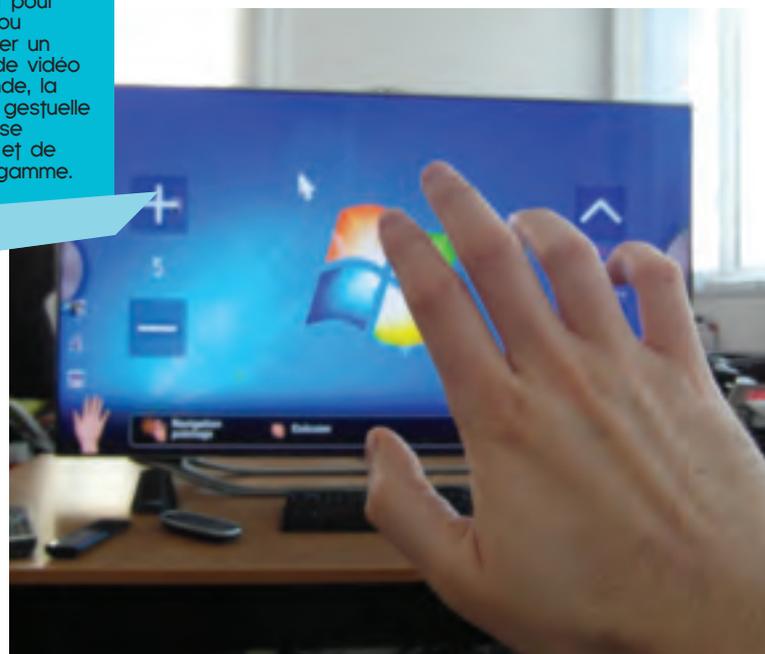
CE QUI FAIT SENS

Pourtant la TV connectée semblait mal engagée au début, les constructeurs ayant sérieusement envisagé de dupliquer le modèle applicatif des smartphones sur un écran géant collectif. Une aberration. Car l'autre facteur d'usage dont il faut impérativement tenir compte, c'est celui de la nature de ce que l'on fait selon l'emplacement et la taille de l'écran. Fouiller le Web continuera évidemment à se faire sur un écran personnel dans 99% des cas. Et ce n'est pas en déguisant les Pages Jaunes et la SNCF en application que cela changera quelque chose. Le grand écran doit apporter un plus d'usage évident ce qui est le cas pour la vidéo, le jeu et des activités sociales. Si de plus ces activités peuvent se poursuivre, se piloter ou se compléter sur les écrans personnels plus petits, on sera dans le vrai. Ce qui fait sens, c'est donc de développer au maximum ces trois aspects.

CATCH-UP, VOD ET VIDÉO PERSO

En vidéo, cela passe par les offres de TV de rattrapage, la vidéo à la demande et la diffusion de son propre contenu. Pour la catch-up, la friolité des chaînes n'aide pas mais l'offre s'améliore avec France Télévision, Arte, M6 et de nombreuses chaînes de la TNT. Il est juste dommage que les chaînes refusent d'agréger le rattrapage dans une application commune. Il tombe sous le sens

Que ce soit pour les gestes ou pour feuilleter un catalogue de vidéo à la demande, la commande gestuelle permet de se différencier et de monter en gamme.



RYGHT™

www.ryght-audio.com

LE SON QUI BOUGE !



— Bluetooth —



Bluetooth



Jack 3,5mm



Rechargeable



Headset



Party Rock



Digital Bass

Ce jeu graphiquement très exigeant est fluide dans une résolution au-delà du Full-HD sur iPad. Il n'y a aucune raison qu'il ne soit pas porté sur TV connectée.



A quand une manette de jeu fournie ?



pathétique ne font qu'un. En regardant ce qui se passe sur tablette, on s'aperçoit combien c'est faux. De même, il faut une plate-forme commune. Avec l'alliance Smart TV et Samsung fort de ses parts de marché, la situation s'améliore de ce point de vue. Reste le problème du modèle économique. Pour avoir des jeux sociaux qui fédèrent devant le grand écran, le développement est coûteux et ce n'est pas en payant 79 centimes d'euro qu'on le couvrira. Reste le Free-to-play et l'achat intégré qui constituent les meilleures pistes. Quand on pense aux consoles actuelles et à ce qui se fait sur une tablette avec les processeurs mobiles de dernière génération sur un affichage au-delà du Full-HD, on se dit qu'il n'y a aucune raison pour que le téléviseur ne devienne pas une plate-forme de jeu à succès. Enfin, là où il reste le plus à faire, c'est sans doute dans l'activité sociale. Par la visioconférence, le réseau social collectif, le Cloud, le partage, il reste tout à inventer pour réunir à nouveau la famille devant le grand écran. Que ce soit pour partager des moments de convivialité, de souvenirs ou d'engagements communs. Les balbutiements d'aujourd'hui pourraient devenir la TV de demain. On partage une passion commune, on regarde une émission à la demande, on la suit avec sa famille et ses amis, on intervient en direct, etc.

MONTÉE EN GAMME PAR LA CONNEXION

Reste à construire une montée en gamme par la connexion car si tous les écrans offrent la même chose de la même manière, cela ne génère pas de plus-value. Certes, il y a déjà la connexion en soi par rapport au modèle qui ne l'est pas mais cette valorisation ne durera qu'un temps jusqu'à ce qu'il devienne évident que tout téléviseur doit être connecté. La montée en gamme peut déjà se faire par les performances, un discours tout nouveau en matière de téléviseur. Equipé d'un processeur puissant, l'écran sera à même d'afficher les menus et les applications avec plus de fluidité, et c'est une condition nécessaire pour faire tourner des jeux graphiquement exigeants. Comme sur un smartphone, une tablette ou un ordinateur, un processeur plus puissant permet d'interagir dans de meilleures conditions. Un discours qui reste à développer car aucun fabricant ne communique réellement dessus alors que pourtant les quadruples cœurs arrivent en haut de gamme. En parlant de jeu, difficile de comprendre pourquoi il n'y a pas de manette de jeu fournie comme sur une console. Il est également possible de monter en gamme par les niveaux d'interactions offerts. Sur le modèle de base, il faudra se contenter de la télécommande classique. Sur les téléviseurs plus haut de gamme s'y ajoutent la reconnaissance vocale, la commande gestuelle ou encore la manette façon Wii de Nintendo. L'interface utilisateur plus ou moins sophistiquée est un autre moyen de faire monter en gamme. Enfin, les possibilités multi-écrans



La vidéo à la demande avec tous les services agrégés est une des meilleures pistes de contenu actuellement.

sont aussi une autre solution de valorisation. La compatibilité avec le Miracast et le NFC, la capacité à s'intégrer au réseau domestique, les interactions possibles avec les appareils mobiles sont autant de facteurs différenciant. Il est d'ailleurs particulièrement étonnant qu'aucun téléviseur ne soit livré d'office avec une prise CPL intégrée pour la mise en réseau.

JAMAIS SANS MON RAYON

Tous ces efforts de valorisation seront vains si le magasin ne revoit pas complètement l'équipement et l'organisation de son rayon. Comment promouvoir la TV connectée si le magasin ne l'est pas ? D'ailleurs, n'est-ce pas une aberration qu'à notre époque un



Une télécommande à détection de mouvement façon Wii est un vrai plus pour interagir en TV connectée.

LES
CRAZY
WEEKS

1000€
REMBOURSÉS⁽¹⁾

pour l'achat d'un PC **TOSHIBA** éligible⁽¹⁾



Esthétique, rapide, fluide  Windows 8

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

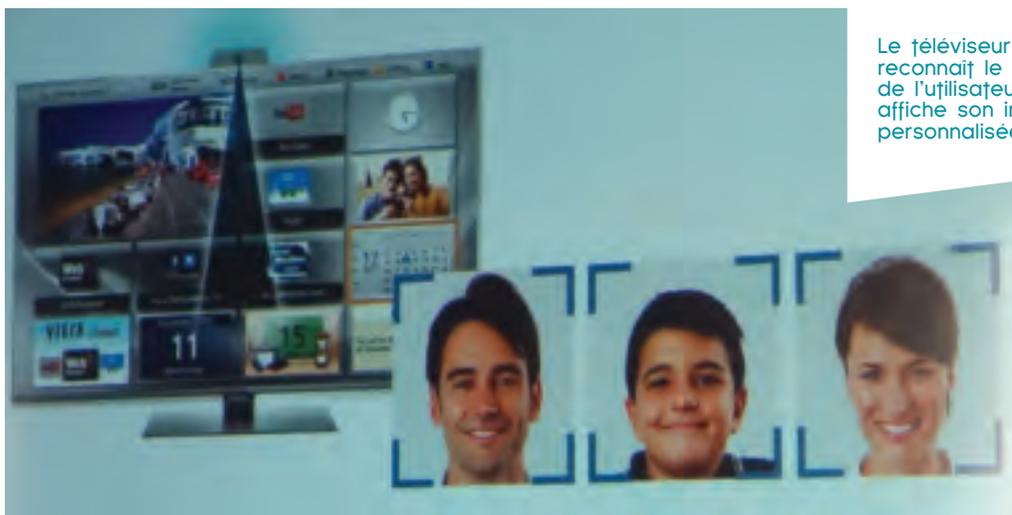
(1) Offre valable pour tout achat d'un PC Toshiba, dans les magasins participants en France métropolitaine, Monaco et Dom Tom entre le 4 Mai 2013 et le 25 Mai 2013 parmi les références éligibles suivantes : Série C075-14H, L850-1M3, L850-1RC, L850-1XW, L855-106, L855-164, L870-16X, L870-196, L870-19N, L875-13D, P845-10N, P845-10X, P845-10Z, P845-112, P850-30E, P850-30G, P850-31N, P850-33M, P855-347, P870-327, P870-332, P870-333, P870-336, P875-32K, P830-1E7, U840-100, U840-104, U840-10B, U840-103, U840-10C, U840W-10U, U920-10U, U930-10W, L820-1QZ, U920-116, U940-11T, U940-11U, U940-11V, Z930-15X, Z930-164, LX930-12C. Offre valable dans la limite des stocks disponibles et limitée à un remboursement par client uniquement, par produit identifié par son numéro de série et par foyer (même nom, même prénom, même adresse, même PDS). Règlement complet disponible sur www.toshiba.fr/promo

LE TÉLÉVISEUR FOCUS

magasin puisse ne pas être connecté. Il ne faut pas s'étonner ensuite qu'il y ait des difficultés pour vendre. On ne puise plus l'eau au puits et pour vendre du hi-tech, il faut être connecté ! Exit aussi le mur d'images et la multiplication des tailles inutiles. On présente un modèle par gamme en grande taille, les autres sont disponibles, cela suffit. Et ce téléviseur phare doit être allumé et connecté, pour servir à la démonstration. Car il n'y a que par elle que le consommateur pourra être convaincu. Un catalogue de VOD à l'écran piloté par la voix, un jeu impressionnant commandé par gestes, la diffusion d'une vidéo d'un smartphone, voilà ce qu'il faut montrer massivement en rayon. C'est la seule solution pour créer de la valeur.

A LONG TERME

Des innovations plus radicales arrivent par le très haut de gamme mais n'auront aucune réalité commerciale cette année. Ainsi L'OLED n'en finit pas d'arriver au prix stratosphérique de 10 000 euros ! Certes, les téléviseurs OLED sont encore plus fins et plus esthétiques, certes l'image fait un bond qualitatif important mais est-ce une rupture suffisante si le prix venait à baisser ? La réponse est non. Cela pousse au renouvellement le technophile aisé mais ne suffira pas à motiver un raz-de-marée comme le passage au plat. Il en va de même pour l'Ultra-HD. C'est une évolution logique et les prix vont se démocratiser, là n'est pas le problème. Mais est-ce suffisant à engager un renouvellement prématuré massif ? Probablement pas non plus. Le grand public n'est pas passé au plat pour la HD mais pour le plat. Sans parler du problème de contenu. Avant que les chaînes ne s'y mettent il faudra 10 ans, le temps qu'elles ont mis à passer partiellement à la HD. Et pour la vidéo, c'est pire. Il y aura un support optique Ultra-HD mais quand on voit à quel point le Blu-ray laisse indifférent... Et avant que la fibre ne permette la diffusion des films en Ultra-HD, un peu de marge est aussi à prévoir. Ces technologies sont donc intéressantes et font sens. Quand celles-ci se démocratiseront, elles permettront de créer de la valeur par un public technophile aisé mais cela ne changera pas l'équilibre général du marché basé sur un produit de masse. ■



Le téléviseur reconnaît le visage de l'utilisateur et affiche son interface personnalisée.

Effectuer une recherche par la voix fait sens.



L'Ultra-HD est une évolution logique qui va se heurter à l'indifférence du grand public et à l'absence de contenu.



L'OLED apporte encore plus de finesse et une qualité d'image incroyable mais même si cette technologie se démocratise, elle n'est pas suffisamment en rupture pour convaincre le grand public à renouveler.



Le meilleur moyen d'éviter les embouteillages



Cartes et Trafic Live gratuits à vie¹

Désormais, tous les conducteurs équipés de GPS Garmin ont la possibilité d'être informé gratuitement et en temps réel des conditions de circulation partout en Europe. Précurseur avec son offre de mises à jour de cartes gratuites à vie, Garmin profite du lancement de sa nouvelle gamme pour lancer le Trafic Live Gratuit à Vie.

Téléchargez l'application Smartphone Link, (sur l'App Store et Google Play), connectez votre smartphone à votre GPS compatible et soyez informé en temps réel des perturbations de trafic (embouteillages, travaux, ralentissements...) pendant toute la durée de vie de votre GPS.

GARMIN



Téléchargez gratuitement l'application Smartphone Link.

RENDEZ-VOUS SUR NOTRE STAND AU MEDP, GRAND HALL - STAND J83



©2013 Garmin France. RSC Numéro: 849 096 384. 1 Doit être la durée de vie du produit.

www.garmin.com/fr

HAIER

Cédric Audebert, Directeur général**A**vec une volumétrie en forte baisse sur le marché des téléviseurs, comment générer de la valeur désormais ?

Alors que le marché est en forte baisse, Haier est en progression. Cela s'explique justement par un glissement vers les plus grandes diagonales et vers des écrans à valeur ajoutée. Notre diagonale moyenne est passée de 22-26 pouces à 32-39 pouces et la tendance est d'évoluer vers le 40-50 pouces. En mars de cette année, 60% de nos ventes se sont faites sur du 39 pouces et plus. Nous avons recomposé nos gammes et cela a eu pour effet de créer de la valeur. Nous avons aussi opéré une montée en gamme par l'aspect et la qualité d'image. Notre offre très large permet aussi de proposer aux enseignes des téléviseurs que l'on ne trouve pas ailleurs une autre façon de valoriser.

La démocratisation des grandes tailles va-t-elle permettre d'augmenter le prix moyen ?

Absolument et d'ailleurs notre prix de vente moyen est en hausse de 20% sur le premier trimestre grâce aux grandes tailles qui prennent de plus en plus d'importance. En parallèle, le prix moyen du marché a reculé encore de 5% sur cette période. Au mois de mars, nous avons même enregistré une hausse de 28%. Il est donc évident que pour nous l'augmentation de la diagonale soit une source de valeur au global. Nous sommes aussi en train d'affiner notre stratégie de montée en gamme par la finesse, les matières et la qualité d'image tout en veillant toujours à proposer des prix qui nous permettent de challenger les leaders du marché.

En quoi la TV connectée peut-elle être perçue comme une valeur ajoutée face aux offres opérateur et comment la vendre en magasin ?

En France, cette valorisation est effectivement compliquée par la présence en nombre des box Internet. Pour autant, le téléviseur apporte une valeur ajoutée par son usage plus intuitif qui s'approche davantage du monde mobile. C'est pour cela que nous avons fait le choix d'Android qui à notre avis devrait s'imposer peu à peu par son ouverture et les possibilités applicatives qu'il offre. Nous avons également décidé de laisser le choix au consommateur. Nous ne proposons pas la connexion intégrée mais un petit adaptateur vendu en bundle ou séparément une centaine d'euros. Celui-ci rencontre d'ailleurs un vif succès. Doté d'Android 4.1, il donne accès au magasin Google Play et livré avec un télécommande qui dispose d'un clavier. C'est aussi une manière de se différencier et d'offrir des tarifs avantageux à ceux que la connexion n'intéresse pas.

L'OLED et le 4k arrivent. Est-ce une rupture technologique suffisante pour justifier un renouvellement massif dans un proche avenir ?

Pour l'OLED, il va falloir attendre pour voir si les coûts de production peuvent se rationaliser pour aboutir à un prix réaliste, ce n'est pas le cas pour le moment. L'Ultra-HD est l'évolution logique de la TV et il est probable qu'à terme, cette nouvelle résolution remplace le Full-HD en grande taille de 50 pouces et plus. C'est nécessaire pour qu'il y ait une différence perceptible qui justifie le surcoût. Là encore, la vitesse de démocratisation sera décisive. Et plus important encore, c'est le contenu qui va

conditionner le succès. On travaille sur des solutions de transfert et les chaînes de télévision semblent intéressées, reste à voir le temps qu'il faudra pour en faire profiter une majorité d'utilisateur. Nous allons proposer une offre attractive, probablement dès cette année mais il faut encore du temps pour que l'argument de l'Ultra-HD devienne un moteur de renouvellement. ■



« Malgré le marché en baisse, Haier est en progression grâce à un glissement vers les plus grandes diagonales et vers des écrans à valeur ajoutée. »

LG

Philippe Lasne, Directeur marketing



Avec une volumétrie en forte baisse sur le marché des téléviseurs, comment générer de la valeur désormais ?

Sur 2012 et 2013, le marché LCD a été tiré par les grandes tailles. Les 46 pouces et plus ont fait 21% de la valeur et 28% en 2012 ! On peut penser que l'on approchera des 36% en 2013. La Smart TV est un autre moyen. Sa part de valeur a doublé en 2012 pour atteindre 44% et nous pensons que ce sera 60% en 2013. A noter que la catégorie Smart TV représente depuis le début de l'année 55% du marché. La tendance vers les grandes tailles s'explique par des téléviseurs avec des cadres de plus en plus fins. Un 47 pouces de 2013 occupe la même place qu'un 42 pouces en 2010. L'usage évolue aussi avec des consommateurs qui utilisent l'écran du salon pour regarder leurs contenus à plusieurs. On passe du collectif à l'hyper collectif. C'est pourquoi chez LG nous mettons l'accent sur les grandes tailles d'écrans associés à la Smart TV afin de permettre d'accéder plus facilement à la VOD, aux jeux ou aux contenus stockés sur les autres appareils à leur tour reliés en WiFi ou en Miracast. En intégrant la Smart TV sur les téléviseurs secondaires, le consommateur peut accéder à la VOD à d'autres endroits et n'a pas besoin de se servir de la tablette ou du smartphone moins pratique. Nous avons d'ailleurs soutenu cet usage sur la fin d'année 2012 par des opérations trades mettant en avant des offres de SVOD.

La démocratisation des grandes tailles va-t-elle permettre d'augmenter le prix moyen ?

Malheureusement non car à part les modèles extra-larges, les prix des tailles les plus fréquemment achetées vont diminuer notamment avec l'émergence de marques B sur ces tailles clés. Néanmoins, le mix du marché permettra à cette baisse de prix d'être atténuée par rapport à 2012.

En quoi la TV connectée peut-elle être perçue comme une valeur ajoutée face aux offres opérateur et comment la vendre en magasin ?

Notre Smart TV LG propose naturellement de nombreuses fonctionnalités et une richesse étendue de contenus. Notre axe de différenciation majeur se situe autour de l'ergonomie et de la personnalisation de nos interfaces qui offrent aujourd'hui une navigation sur TV aussi aisée que sur une tablette. A titre d'exemple, nous avons lancé en 2012 une télécommande LG Magic Remote qui intègre un gyroscope, une molette, un micro avec fonction de recherche vocale et une touche de raccourci qui permet de lancer ses services préférés en un clic. Avec seulement sept boutons, cette télécommande se manie aussi bien qu'une souris sur un PC ou un doigt sur une surface tactile. Enfin sur 2013, nous continuons à innover puisque notre nouvelle télécommande permettra en plus de piloter entièrement les Box Internet, lecteurs Blu-ray et ensembles home cinéma grâce à sa fonction de navigation universelle. En matière de fonctionnalités, c'est la convergence entre les produits qui sera la priorité. A ce titre, les écrans LG peuvent aujourd'hui afficher tout type de contenus multimédia issus des périphériques du réseau. L'interaction avec les produits mobiles est également essentielle pour piloter le téléviseur, y diffuser son contenu ou même servir de second écran. Pour les contenus, nous souhaitons élargir au maximum le périmètre des services proposés. Nous mettons dès à présent l'accent sur les jeux, les services domotiques ou encore l'e-commerce, les services de paris sportifs et bien d'autres encore. En résumé, l'objectif est de proposer davantage de service sur

« L'animation en magasin est essentielle en vue d'expliquer et de démontrer ces nouveaux bénéfices. »

des thématiques encore inexplorées chez les opérateurs mais également d'avoir des services plus performants en comparaison avec les versions actuellement disponibles sur les Box Internet. L'animation en magasin est naturellement essentielle en vue d'expliquer et de démontrer ces nouveaux bénéfices. Pour ce faire, LG a développé pour les magasins privés d'un accès à internet une démonstration en flash qui émule le portail de services. Le client, télécommande en main, peut ainsi découvrir les nouvelles possibilités offertes par la Smart TV LG. La consistance des gammes Smart TV avec 80% des modèles sur 2013 vont également être un levier majeur pour démocratiser les TV connectées dans les foyers. Enfin, une communication massive et générée par l'ensemble de la filière sera un facteur clé de succès en vue d'une évangélisation rapide de la Smart TV.

L'OLED et l'Ultra-HD arrivent. Est-ce une rupture technologique suffisante pour justifier un renouvellement massif dans un proche avenir ?

Oui, ces deux technologies vont créer une véritable rupture dans l'expérience du consommateur. En revanche, les gammes et les prix étant encore élevés, la majorité des consommateurs ne pourra pas y accéder en 2013. Néanmoins, on peut penser que dès 2014 ou 2015, les gammes seront plus larges avec notamment l'arrivée des tailles plus petites. Comme pour le lancement des écrans plats, les prix baisseront naturellement. En revanche, le véritable envol des ventes sera conditionné par les résultats des tests conduits par le projet 4ever et la possibilité d'envoyer du flux Ultra-HD chez le consommateur par la TNT ou l'ADSL. ■

SAMSUNG

Nicolas Ferry, Chef de groupe audio-vidéo

Avec une volumétrie en forte baisse sur le marché des téléviseurs, comment générer de la valeur désormais ?

Après des années de forte croissance liée à l'émergence de l'écran plat et au switch-off, nous entrons désormais sur un marché de renouvellement. Les consommateurs qui s'équipent cherchent à remplacer leur téléviseur actuel par un produit plus grand et mieux équipé. En 2013, Samsung va aider les consommateurs à monter en gamme à travers quatre grands axes. Nous allons développer de nouveaux usages par la Smart TV, avec notamment une interface complètement revue et capable de recommander des programmes. Nous aurons des modèles premium par leur design, leurs spécifications et leurs usages. Nous allons également développer notre offre en grande taille. Enfin, nous allons offrir plus de connectivité et de convergence entre les appareils de la maison et les produits nomades.

La démocratisation des grandes tailles va-t-elle permettre d'augmenter le prix moyen ?

Le nombre de nos modèles grande taille va être multiplié par trois en 2013. Au-delà d'offrir une véritable immersion dans l'image, les grandes tailles d'écran correspondent à une vraie demande des consommateurs. De par leurs tarifs bien au-dessus du prix moyen, ces téléviseurs contribuent naturellement à la croissance en valeur du marché.

En quoi la TV connectée peut-elle être perçue comme une valeur ajoutée face aux offres opérateurs et comment la vendre en magasin ?

La TV connectée a trop souvent été présentée comme une fonctionnalité concurrente à l'offre des opérateurs alors qu'elle est parfaitement complémentaire. En 2013, la nouvelle interface Smart TV de Samsung intègre complètement cette complémentarité avec les box. Grâce à la fonction S Recommandation, votre téléviseur fait de suggestions personnalisées pour les programmes en cours ou à venir. Vous n'avez plus à zapper parmi toutes les chaînes de votre bouquet TV, le téléviseur sélectionne pour vous les émissions susceptibles de vous plaire en fonction de vos préférences, et cela que vous regardiez la TV par l'antenne ou par une box. La Smart TV représente une valeur ajoutée pour le consommateur à condition de correspondre à un réel usage. La nouvelle interface de Samsung regroupe toutes les fonctionnalités sur cinq pages avec Mes Programmes, Mon Vidéo Club, Mes Contenus, Mes Réseaux et Mes Applications. C'est la façon la plus simple et la plus intuitive de naviguer parmi tous vos contenus. Et innovation majeure, vous pouvez désormais accéder directement à tous vos contenus, simplement en demandant à votre téléviseur. Il suffit de lui parler, en langage courant, pour qu'il vous propose des recommandations de programmes ou qu'il accède à un contenu en particulier. Chercher un film ou une vidéo à la demande avec votre acteur préféré, accéder à une application ou à une chaîne particulière et même programmer un enregistrement, vous pouvez tout demander à votre téléviseur. La démonstration en magasin est la façon la plus convaincante de démontrer les bénéfices de ces fonctionnalités au consommateur. Il faut pouvoir proposer des espaces d'expérience avec des téléviseurs connectés à Internet pour pouvoir montrer tout le potentiel de ces nouvelles technologies.

L'OLED et l'Ultra-HD arrivent. Est-ce une rupture technologique suffisante pour justifier un renouvellement massif dans un proche avenir ?

La qualité d'image a toujours été le premier critère de choix du consommateur lors de l'achat d'un téléviseur. Les technologies OLED et Ultra-HD permettent de repousser les limites actuelles et proposent de nouveaux standards de qualité. Ces technologies seront amenées à se démocratiser davantage dans les années à venir. ■



« La TV connectée a trop été présentée comme une fonctionnalité concurrente à l'offre des opérateurs alors qu'elle est complémentaire. »

L'AMOUR
AU PREMIER
CLIC.



LE TÉLÉVISEUR

Cherche valeur désespérément...

Difficile de se voiler la face en 2013, ce n'est pas la grande forme au rayon TV. Après une fin d'année que les économistes les moins dépressifs ont qualifié de « compliquée », à quoi ressemblera le paysage de l'écran plat à Noël 2013 ? Une chose est sûre, l'avenir passera par plus de valeur ajoutée et une vraie montée en gamme.



Samsung UE55F8000

Ultra-connecté

La toute nouvelle gamme F8000 remplace la ES8000 de l'année dernière. Si l'on met de côté les écrans délirants, Ultra-HD et autres OLED, c'est donc le nouveau haut de gamme de la marque. Le téléviseur est équipé d'une dalle LED Full-HD qui doit hélas se contenter d'un rétro-éclairage dans les coins. La coque est encore plus fine qu'avant avec seulement quelques millimètres de bords en façade et un pied chromé séduisant. Côté numérique, l'écran intègre bien évidemment toutes les fonctionnalités de TV connectée avec notamment la possibilité de rechercher du contenu via un méta-moteur. La partie Smart TV s'adapte à vos préférences en vous proposant du contenu en fonction de votre consommation. Sur le dessus, on trouve aussi une toute nouvelle webcam, rétractable cette fois-ci. Elle gère la reconnaissance de gestes avec de nouvelles fonctionnalités par rapport à la génération précédente. La caméra fonctionne en proche infrarouge, ce qui veut dire qu'elle sera beaucoup plus tolérante aux conditions d'éclairage du salon pour vous reconnaître. Pour garantir la fluidité de la partie Web TV, Samsung a intégré un processeur quadruple cœurs. Pour le support, on note l'abandon du pied en V retourné dont les utilisateurs se plaignaient à cause des reflets.

■ Technologie LCD/LED ■ Taille 55 pouces ■ Résolution 1920 x 1080 ■ Connectique 4 HDMI, YUV, USB host, Ethernet, WiFi, PériTel, 3 USB, 2 télécommandes

2799 €



Philips 46PFL9707S

Sans compromis

Ce 46 pouces à rétro-éclairage LED micro-dimming profite d'un traitement d'image très performant et d'une dalle mate bien contrastée de grande qualité. Loin de donner dans le gadget, ce modèle se concentre sur la performance pure. L'appareil s'appuie notamment sur une technologie antireflet redoutable dénommée Moth Eye, exclusive à cette diagonale chez Philips car même les modèles plus grands dans cette série ne l'ont pas ! Techniquement très abouti, il offre une image idéale et un son très convaincant. Côté TV connectée, l'appareil offre le contenu proposé au sein de l'alliance WebTV dont le constructeur fait partie. Et comme ces petits camarades, Philips propose aussi de contrôler l'appareil via une application iOS ou Android. C'est plus ludique et en magasin, c'est certainement une démonstration à faire avec le téléphone du client ! Reste un prix qui est vraiment très élevé puisque la concurrence coréenne ou japonaise arrive à faire aussi bien pour moins cher.

■ Technologie LCD/Full LED ■ Taille 46 pouces ■ Résolution 1920 x 1080
■ Contraste 150 000 000 :1 ■ Luminosité 450 cd/m2 ■ Connectique 5 HDMI, YUV, PériTel, 3 USB host, DLNA, WiFi, Ethernet

2799 €

Installez votre caméra en 5 min chrono !



CAMÉRAS P2P

CAMÉRAS DE SURVEILLANCE
VIA INTERNET, SMARTPHONES
ET TABLETTES IOS ET ANDROÏD

Visualisez vos biens à distance !

InDoorCam



BS-CAM/WR



BS-CAM/W



BS-OCAM/W



BS-OCAM/WR

OutDoorCam



Support
technique &
installation
en français

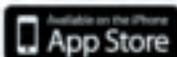
0 892 681 885



NOUVELLE APPLICATION P2P



BLUEGUARD P2P



BLUESTORK®
easy technology

300 rue du Président Salvador Allende 92700 Colombes
Tél : + 33 (0)1 47 86 98 88 • www.bluestork.eu

Cette année 2013 sera décisive pour bon nombre de marques d'écrans plats. Il est fort probable que début 2014 soit aussi le témoin d'un certain nombre de désengagements de la part de constructeurs de taille intermédiaire, trop petits pour venir concurrencer les ténors du marché, mais trop gros pour se recentrer facilement sur un segment à faible coût, comme celui des téléviseurs 19-24 pouces par exemple. Pourtant, les fabricants ne manquent pas d'arguments pour initier le renouvellement des équipements dans des foyers européens pourtant largement dotés en écrans plats. On assiste par exemple au lent basculement de la télévision vers un modèle où finalement, on choisira plus son téléviseur selon le contenu qu'il propose plutôt que sur une liste de spécifications techniques. D'ailleurs en la matière, les constructeurs ne communiquent tout simplement plus sur leur fiche

technique. C'est un modèle calqué bien évidemment sur celui des tablettes et autres smartphone où le volume d'applications disponibles décide finalement

En se mettant d'accord autour d'une plate-forme commune, les constructeurs facilitent la vie des développeurs d'applications.

de celui qui gagne ou non sur ce marché. Microsoft en sait par exemple quelque chose pour en faire les frais en ce moment. Sur le terrain des téléviseurs de

salon, cette évolution passera naturellement par la TV connectée.

L'UNION FAIT LA FORCE

Après des débuts hésitants, les constructeurs semblent avoir enfin compris que ce n'est pas en restant dans son coin et en proposant deux courses de voiture, des fiches cuisines et trois vidéos de fitness que l'utilisation de la TV connectée allait décoller. Afin d'étoffer leur offres, les fabricants se sont désormais regroupés. On trouve ainsi l'alliance Smart TV qui comprend aujourd'hui les marques LG, Philips, Toshiba, Sharp, Panasonic et Loewe. En se mettant d'accord autour d'une plate-forme commune, les constructeurs facilitent la vie des développeurs d'applications et c'est une stratégie que nous ne pouvons que saluer. De leurs côtés, Sony et Samsung continuent à jouer dans leurs coins



SONY KDL-46W905A

Sophistiqué

La série W9 en Full-HD emprunte à la série X9005 Ultra-HD son système Triluminos. Il s'agit d'un nouveau dispositif de rétro-éclairage LED à trois couleurs couplé à un nouveau filtre de couleur, une solution que le constructeur avait déjà expérimenté par le passé sans réussir à en réduire le coût de fabrication. Il semble que ce soit désormais chose faite. En revanche, c'est un rétro-éclairage de type Edge qui officie. La compensation de mouvement est en MotionFlow XR800 (800 Hz). Le design n'est pas en reste et ne laissera pas indifférent. Dénommée « Quartz Design », cette nouvelle ligne adopte une dalle de verre intégrale et des bords d'écran biseautés et colorés. L'adoption du NFC est un autre avantage indiscutable. Pour envoyer le contenu visuel de son smartphone au téléviseur, il suffit d'approcher son téléphone de la télécommande et le tour est joué si vous avez un téléphone Xperia. Si ce n'est pas le cas, rappelons que cela fonctionne aussi sous Android mais il faut appairer les appareils à la main.

■ Technologie LCD/LED ■ Taille 46 pouces ■ Résolution 1920 x 1080



Toshiba 40L6333

Ouvert sur le monde

Cette série de téléviseur inaugure le nouveau design de la marque, au pied métallique ouvert. Contrairement au L7 en Ultra-HD, la série L6 est Full-HD. Elle est équipée de la toute nouvelle version de la plate-forme connectée, développée depuis l'intégration de Toshiba au sein de l'alliance Smart TV. Exit donc le portail Places. Cette nouvelle plate-forme dénommée Cloud TV permet de résoudre les problèmes de mises à jour car les logiciels tourneront tout simplement sur des serveurs distants, un peu comme peut le faire aujourd'hui un navigateur comme Opéra mini sur votre smartphone. Pour le reste on trouve de tout, y compris Skype et un navigateur internet Openbrowser. A noter par ailleurs que la connectivité de l'appareil est exceptionnelle avec le support du MHL et du WiDi, toujours pratique quand on veut diffuser du contenu stocké sur un ordinateur portable ou une tablette. Côté image, il s'agit d'un téléviseur LED à rétro-éclairage local très performant. Toshiba n'a pas oublié la 3D puisque l'appareil dispose d'une solution à lunettes actives, pour ceux que ça intéresse encore.

■ Technologie LCD/ Direct LED ■ Taille 46 pouces ■ Résolution 1920 x 1080
■ Connectique 4 HDMI, YUV, P&ritel, audio numérique, 2 USB, Ethernet, WiFi, WiDi, MHL

1799 €

NC

EnergizerTM

LA MARQUE INCONTOURNABLE POUR VOS
ACCESSOIRES TELECOM ET MULTIMÉDIA

CHARGE



Part de marché
Energizer en valeur :

18,4 %

Segment charge mobile
Source : GFK février 2013

INDUCTION

NOUVEAU



CPL



PARASURTENSEUR

NOUVEAU



CONNECTIQUE



Energizer and other marks, including graphics, are trademarks of Energizer and are used under license. All other trademarks, brand names or product names are the property of their respective owners and are not affiliated with Energizer or Avenir Telecom©

**AVENIR
TELECOM**

Rejoignez-nous au SALON MEDPI
GRIMALDI FORUM MONACO
GRAND HALL - STAND J01 - du 14 au 17 mai 2013

respectifs. Il faut dire que les deux géants de l'industrie de l'écran plat ont chacun leurs ambitions quant à la TV connectée. Sony pousse évidemment son SEN (Sony Entertainment Network), également présent sur la gamme Playstation. Sur les téléviseurs connectés de la marque, il est naturellement possible d'acheter des films à la demande mais aussi de souscrire un abonnement illimité à de la musique en ligne en streaming. Samsung de son côté vise

70% des utilisateurs connectent effectivement leur téléviseur à Internet, via le WiFi ou le réseau filaire.

l'interaction entre ses différents appareils, et notamment la gamme Galaxy. Malgré ses efforts, le nombre d'applications pertinentes demeure réduit. Parmi les usages les plus aboutis à ce jour, les réseaux sociaux se taillent la part du lion. On pourrait penser là aussi que Facebook et Twitter correspondent plus à un usage privé. Mais un passage sur Twitter un vendredi soir suffit pour observer le nombre de Tweets impressionnant concernant des programmes de télé-réalité pour se dire que les gens y voient un intérêt certain.

LE VIDÉOCLUB DU FUTUR

Au-delà des réseaux sociaux, l'intérêt de la TV connectée réside dans les possibilités qu'elle offre de « consommer » la vidéo différemment. On pense évidemment à la TV de rattrapage mais les constructeurs nourrissent également de grosses

ambitions quant à la VOD. Les fournisseurs d'accès à de la vidéo à la demande commencent à être légion sur les téléviseurs et les marques commencent à l'intégrer, en proposant à l'utilisateur de faire une recherche sur un méta-moteur, listant tous les fournisseurs qui disposent du titre convoité. C'est un service qui fait sens et qui sera d'actualité sur les modèles de fin d'année. L'idée de Samsung, qui propose un kit d'évolution pour les téléviseurs, n'est d'ailleurs pas innocente non plus. Ce que ce kit apportera aux possesseurs des gammes actuelles, c'est justement le support futur des nouvelles fonctions de TV connectée et l'accès au contenu commercial qui s'y trouve. Globalement d'ailleurs, les constructeurs y croient. Selon eux, 70% des utilisateurs connectent effectivement leur téléviseur à Internet, via le WiFi ou le réseau filaire pour télécharger du contenu.

ENTRE ULTRA-HD ET LOW COST

Dès que l'on parle de valeur pour un écran plat, le drame de la 3D revient hanter l'esprit du vendeur. Trop contraignante et sans contenu, la 3D n'a pas vraiment eu la chance qu'elle méritait, d'autant que techniquement parlant, les appareils étaient particulièrement aboutis. En cette fin d'année, on retrouvera donc le relief comme une commodité sur les écrans actuels, un peu comme on ne se pose plus la question de savoir si l'écran en question a bien un tuner TNT... Faut-il parier sur l'Ultra-HD ou l'OLED en fin d'année ? La réponse est non. Trop chères, ces technologies resteront à l'état de démonstration technologique pour un public ultra-confidentiel et il ne faut pas trop compter sur ces dalles en 2013 pour faire du chiffre. Reste enfin à évoquer les très grandes tailles à bas coût. C'est aussi un axe de développement des constructeurs pour retrouver un peu de marge et il est vrai qu'il y a matière. Malgré la limitation pourtant physiologique de la distance entre le canapé et l'écran, le consommateur continue d'acheter l'écran le plus grand pour son budget. Mais au final, c'est reculer pour mieux sauter car une fois la limite atteinte, que faire ? ■



Panasonic TX-P50ST60 Home cinéma

■ C'est toujours la référence en matière de qualité d'image en home cinéma. Ce nouveau plasma Panasonic succède dignement à la lignée précédente mais il faut dire aussi que la distribution des plasmas à l'heure actuelle est toujours aussi compliquée. La consommation est toujours supérieure au LED et seul l'argument de la qualité d'image peut faire peser dans la balance. Hélas, il faut pour cela faire l'effort d'installer le plasma dans un endroit sombre, avec une source de qualité et seules quelques enseignes assistent la vente et proposent des démonstrations. C'est bien dommage car c'est l'unique solution pour faire sortir le plasma du club fermé des amateurs de home cinéma. Panasonic a eu l'idée intelligente de rendre complètement paramétrable la page d'accueil de la partie connectée. On choisit l'organisation et les éléments de la page et en s'installant dans le canapé, l'écran vous reconnaît. On peut enregistrer jusqu'à 20 utilisateurs différents.

■ Technologie Plasma ■ Taille 50 pouces ■ Résolution 1920 x 1080 ■ Connectique 3 HDMI, YUV, Péritel, 2 USB, Ethernet, WiFi, Bluetooth

1 199 €

