

JD Li

Le Journal Des Loisirs Interactifs
www.jdli.com

N°244 / 7 juin 2013

La famille
Surface
s'agrandit !



Surface

 Microsoft

Surface Pro

Travaillez... Surfez... Jouez...
comme un Pro !

- Une grande puissance grâce au processeur Intel Core-i5.
- Un PC tactile léger (907g) et autonome.
- Un PC principal permettant aussi d'accéder à l'Intranet de mon entreprise.
- La possibilité de jouer à mes jeux PC sur un écran ClearType Full HD.
- Office 365 Famille Premium offert pendant 30 jours.
- Stylet fournit pour une meilleure prise de notes.
- Windows 8 Pro 64 bits



Claviers Touch Cover et Type Cover



Selon vos envies,
selon vos préférences...

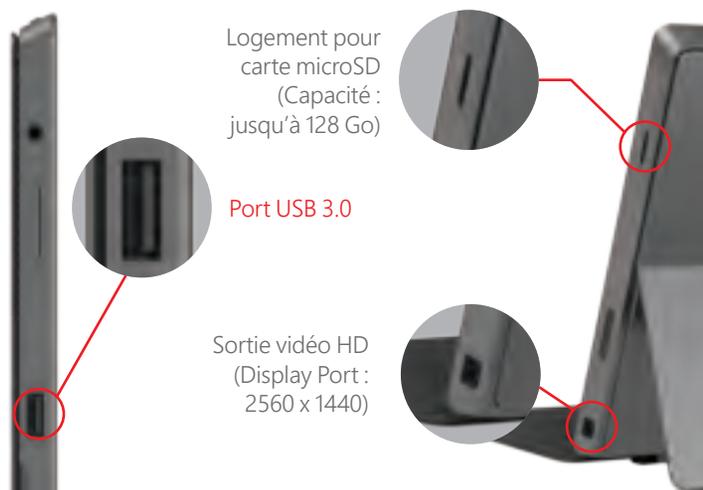
Les claviers Surface existent en différentes couleurs et différents motifs. Ils sont interchangeables d'un simple geste. Selon vos habitudes de frappe, vous opterez pour un clavier Touch Cover (clavier tactile ultra-fin) ou Type Cover (clavier à touches ultra-fines).

Souris tactile Wedge Touch Mouse - Édition Surface



Spécialement conçue pour Surface.

Très compacte, légère et dotée d'un défilement tactile, cette souris connectée en Bluetooth laisse libre le port USB de votre Surface.



Quelle version de Surface est faite pour vous ?



Surface RT
La tablette de Microsoft



Surface Pro
Le PC tactile de Microsoft

	Surface RT	Surface Pro
Taille	27,46 x 17,20 x 0,94 cm	27,46 x 17,30 x 1,35 cm
Poids	680 g	907 g
Autonomie	environ 8H (*)	environ 4H30 (*)
Processeur	NVIDIA Tegra 3	Intel Core-i5
Mémoire	2 Go	4 Go
Stockage	32 Go ou 64 Go (**)	64 Go ou 128 Go (**)
Système d'exploitation	Windows RT	Windows 8 Pro 64 bits
Taille écran	10,6 pouces	
Résolution écran	1366x768	1920x1080 (Full HD)
Détection tactile	5 points	10 points
Stylet fourni en standard	Non	Oui
Caméras	2 webcams HD 720p	
Connectivité	Wifi 802.11 (a/b/g/n) Bluetooth 4.0 basse énergie	
USB Full size	1x USB 2.0	1x USB 3.0
Port Vidéo	micro HDMI	mini DisplayPort
Autres ports	Emplacement microSDXC Prise pour casque Port Cover	
Capteurs	Capteur de lumière ambiante, accéléromètre, gyroscope, boussole	
Applications Intégrées	Courrier ; Messages ; SkyDrive ; Internet Explorer 10 ; Bing ; Xbox Music, Xbox Video, et Xbox Games.	
Microsoft Office	Microsoft Office Famille et Etudiant 2013 RT inclus	Microsoft Office 365 Famille Premium offert pendant 30 jours

(*) l'autonomie varie selon les usages et les applications installées.

(**) le logiciel système utilise une partie de l'espace de stockage. Le stockage disponible est susceptible de varier selon les mises à jour du logiciel système et l'utilisation d'applications.

Yahoo ! investit

■ **Yahoo! rachète le site de blogs Tumblr pour la modique somme de 1,1 milliard de dollars.** Yahoo! ne souhaitant visiblement pas changer le mode de fonctionnement du site Tumblr, vieux de six ans et comptant plus de 100 millions d'utilisateurs (175 employés), rien ne devrait réellement être modifié sur le plan de l'organisation et le site devrait rester indépendant. Il s'agirait de la plus importante acquisition du groupe Yahoo ! depuis l'arrivée de sa nouvelle Présidente directrice générale, Marissa Mayer. Décidément, Yahoo! veut relancer la machine de la croissance et de la réussite après des années noires. Rappelons par ailleurs que Yahoo ! avait récemment cherché à acquérir le site Dailymotion.

YAHOO!



Ventes de PC toujours en baisse



■ **Selon IDC, en 2013, les ventes de tablettes devraient dépasser celles de PC dans le monde.** Sur ce dernier marché, le cabinet d'études estime que le recul sera de 7,8 % en volume. Les prévisions précédentes se limitaient à 1,3 %. Et l'année 2014 pourrait ne pas voir la tendance s'inverser. En revanche, les tablettes vont continuer à se vendre de mieux en mieux, avec une hausse spectaculaire de 58,7 % en volume cette année et un prix moyen à 381 dollars, en baisse de 10 %. En 2015, le marché de la tablette dépassera celui des PC qu'il s'agisse de netbook ou de PC de bureau. En France, le marché des PC s'est écroulé de 25 % en volume au cours du premier trimestre



E3 2013 : Cap sur la nouvelle génération

■ **Du 11 au 13 juin, le Convention Center de Los Angeles accueille le salon professionnel de l'E3, dédié aux jeux vidéo.** Maintenant que Microsoft et Sony Computer ont dévoilé les grandes lignes de leurs projets Xbox One et PlayStation 4, c'est du côté des jeux à venir sur ces machines (prévues en fin d'année) que l'on devrait avoir le plus de révélations.

Photo de l'édition 2012



Comme chaque année, le salon en lui-même est précédé de différentes conférences, organisées par les constructeurs (Microsoft, Sony) et éditeurs (Ubisoft, Electronic Arts, Konami). Cette année, Nintendo a choisi un format de communication différenciant, privilégiant la prise de parole via les Nintendo Direct en direction des consommateurs.

La Xbox One dévoilée



■ **Microsoft était le dernier constructeur de consoles de salon à ne pas avoir précisé ses projets pour la nouvelle génération de machine.** C'est désormais chose faite puisque le 21 mai dernier, la firme de Redmond organisait une conférence en grandes pompes pour une première présentation de la Xbox One, console de nouvelle génération qui arrivera sur le marché dans les prochains mois. Si tout n'a pas été révélé sur la console, cette première prise de parole sur le sujet aura été l'occasion pour Microsoft de dévoiler le look de la machine, son aspect ultra-connecté et lié à la TV, un Kinect nouvelle génération... Plusieurs jeux à venir ont également été mis à l'honneur dont Forza Motorsport 5, Call of Duty Ghosts ou encore les jeux de sports Electronic Arts. Rendez-vous page 12 pour un descriptif de la Xbox One et un premier point avec Jean-Claude Ghinozzi, Directeur général de la division Retail sales et Marketing France chez Microsoft.

Don Mattick, Président Interactive entertainment business, présente la Xbox One



OLYMPUS

UN CONCENTRÉ DE PERFECTION

OM-D

Laissez votre imagination créer sans limite.

Votre créativité et votre OM-D, c'est tout ce dont vous avez besoin. L'OM-D délivre les performances et la qualité d'image d'un reflex haut de gamme dans un design fin et compact. Il s'empporte facilement partout, qu'importe l'endroit, avec en prime le premier système de stabilisation d'images sur 5 axes au monde, et un autofocus extrêmement rapide. Vous êtes maintenant prêt à capturer l'instant décisif, d'où qu'il vienne, et quel que soit le moment. Avec l'Olympus OM-D.

Découvrez-le chez votre revendeur habituel où rendez-vous sur www.olympusomd.com



MARCHÉ

8

News

12

Interview : Avanquest Software
Renaud Chevallier, Directeur général
Distribution France

14

**Focus : Next-gen,
Microsoft entre dans la danse**
Microsoft dévoile la Xbox One

16

Salon : MedPI 2013
Le point sur les innovations sur le
salon professionnel dédié au hi-tech

28

**Focus : Le jeu vidéo
revient au Grand Palais**
En juin, le jeu vidéo s'expose dans le
cadre de Cinema Paradiso, à Paris

30

Interview : Microsoft
Marc Jalabert, Directeur de division
grand public et opérateurs chez
Microsoft France

SOFTWARE

32

News

36

**Focus : Disney,
vers Infinity et au-delà**
Le point sur Disney Infinity

38

**Focus : Metro Last Light
fête sa sortie**
Koch Media a organisé une soirée
pour la sortie du jeu

40

Interview : DEA
Emmanuel Arbey, Directeur général

HARDWARE

42

News

48

Panorama : Smartphones,
Six modèles d'appareils,
entre 170 et 700 euros

GUIDES

52

Hardware

56

Jeux vidéo

58

DVD vidéo et Blu-ray

Next-Gen : Microsoft
entre dans la danse

Ca y est, Microsoft est officiellement entré dans la bataille des consoles de nouvelle génération avec la Xbox One, présentée le 21 mai dernier, quelques semaines donc après la PS4 de Sony. On en reste certes au stade des annonces et on ne connaît même pas les dates de commercialisation et les prix de ces consoles de prochaine génération. Mais peu importe, l'essentiel étant de montrer ses muscles, de rassurer les éditeurs et surtout de capter l'attention des « early adopters ».



16

MedPI 2013 :
ils ont innové

Peut-il sortir du positif d'une période troublée ? Sans hésitation, la réponse est affirmative à l'issue de ce MedPI 2013. Les marchés du hi-tech représentés sur le salon professionnel se tenant à Monaco fin mai étaient radicalement portés vers l'avenir. Retour dans notre dossier spécial sur l'édition 2013 du salon et sur les produits qui y faisaient la tendance.

Disney : vers
Infinity et au-delà

Le 22 août, Disney publiera Disney Infinity, un titre mêlant jeu vidéo et figurines mais aussi différentes têtes d'affiches bien connues du groupe. Pour la première fois, Pirates des Caraïbes, Cars ou encore Monstres Académie vont se retrouver dans un même jeu. Un point sur le concept Disney Infinity, son mode de fonctionnement, les produits qui seront en magasins... et ce qui devrait arriver par la suite.

36

DEA, une
tablette d'avance

Avec la marque Tekniser, DEA veut investir sur des segments plus haut de gamme en développant notamment des tablettes thématiques à forte valeur ajoutée. A l'image d'un modèle dédié au jeu vidéo intégrant de manettes qui seront utilisables dans tous les jeux ou d'un autre dédié spécifiquement aux enfants. Emmanuel Arbey, Directeur général, nous en dit plus.

40



JDLI

Le Journal Des Loisirs Interactifs

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

Directeur de la publication
Laurent Guerder

RÉDACTION

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

Directeur de la rédaction
Laurent Guerder

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

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

Secrétaire de rédaction
Guy Pichard
guy@microcoop.com

Journalistes

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

Photographe
Guy Pichard

PUBLICITÉ

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

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

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

MAQUETTE

Directrice Artistique
Anastasia Babic
anastasia@microcoop.com

Rédacteurs graphistes
Benoit Maurice
Christophe Monfort

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

Site Web : www.jdli.com

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

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

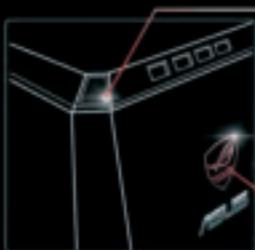
ASUS recommande Windows 8.

ASUS[®]
Inspiring Innovation • Persistent Perfection



PC GAMING ROG TYTAN CONÇU POUR DOMINER

Insubmersible ! Chaque élément du ROG TYTAN est inspiré des sous-marins nucléaires dans un seul but : Dominer le champ de bataille !



TURBO GEAR
Permute instantanément entre 3 modes de performances

Voyant DEFCON
Indique l'état du système par une LED bleue ou rouge

Le navire de guerre TYTAN est équipé de la 2e génération de processeur Intel[®] Core™ i7 refroidie par watercooling, de Windows 8, d'une carte graphique Nvidia[®] GTX590 et des technologies Turbo Gear & DEFCON pour atomiser tes adversaires !



4X plus rapide qu'un disque dur classique



Alimentation CPU plus performante & plus fiable



Longévité des composants augmentée



Traitement audio 7.1 haute définition

Esthétique, rapide, fluide  Windows 8

Bigben Connected, Modelabs nouvelle manière



Alain Falc, fondateur et
Président de Bigben

Bigben, qui a fait l'acquisition de Modelabs en juillet 2011 a profité du MedPi pour annoncer que ce dernier changeait de nom et devenait Bigben Connected. Cette entité, spécialisée dans la conception et la commercialisation d'accessoires pour téléphones mobiles, ainsi que la distribution de téléphones mobiles hors abonnement est donc une filiale de Bigben Interactive, groupe coté en bourse à Paris sur l'Euronext (compartiment C).

Par-delà cet événement corporate, Big Ben Interactive réorganise son offre sous quatre marques : Bigben Play pour l'univers du jeu vidéo, Bigben Sound pour l'univers des produits liés au son et à la musique, Bigben Smart pour les accessoires multimédia tels que les chargeurs ou la connectique, et Bigben Collection pour les accessoires de protection, notamment en lien avec des marques fashion. Déjà présent dans une trentaine de pays, Bigben Interactive va mettre à profit son expérience de l'international pour permettre à Bigben Connected de mieux internationaliser son activité. Le groupe dans son ensemble (présidé par Alain Falc) totalise un peu plus de 400 personnes (300 pour Bigben connected, 110 pour Bigben interactif) et réalise un chiffre d'affaires de 163,6 millions d'euros.



My Warner,



Le groupe Warner vient de lancer un nouveau programme de fidélisation, très orienté vers les réseaux sociaux.

Emmanuel Durand, VP Marketing de Warner Bros France est à l'origine de ce programme, il nous en dit plus.



Emmanuel Durand

JDLI : En quoi consiste My Warner ?

Emmanuel Durand : Il s'agit d'apporter un « plus », de récompenser nos consommateurs les plus fidèles via un programme de fidélisation totalement gratuit qui concerne les différentes divisions du groupe : cinéma, vidéo, séries TV, jeu vidéo... Lancée fin 2012, My Warner est une plate-forme en ligne centrée autour des réseaux sociaux Facebook, Google+ et Twitter. « Etre fan n'a jamais autant rapporté ! » est le message clé de cette opération qui récompense les consommateurs qui « aiment » les contenus du groupe et donc les plébiscitent en leur permettant d'accéder à des bonus et contenus exclusifs liés aux marques qu'ils apprécient. L'idée est d'uniquelement apporter du bénéfice client (film en VOD, invitation à des événements) au fil de ses actions (regarder une vidéo, aller voir un film en salles, partager ses films favoris). Le profil de l'utilisateur est identifié pour lui indiquer d'autres contenus qui peuvent correspondre à ses goûts. Le multi « sign in » facilite les échanges d'informations entre les différents comptes des utilisateurs et Warner est l'une des premières sociétés à proposer un tel service.

Quelle est la valeur ajoutée de ce type d'opération ?

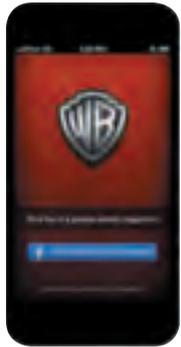
Les consommateurs sont plus attachés aux contenus mêmes

Erratum



Notre article sur la version physique du jeu **The Walking Dead** de Telltale Games disponible chez Micromania, paru dans le JDLI 242 (page 8), comprenait quelques inexactitudes. L'éditeur 505 Games souhaite en effet préciser : « 505 Games n'est ni éditeur ni distributeur de ce titre, ce que soit

fidélisation sociale



qu'à la marque qui les produit. Mais si 20% seulement des consommateurs avaient connaissance du fait que leur contenu favori appartenait au groupe Warner Bros, cette part est passée à 40% après que l'on ait lancé le portail Warnerbros.fr l'année dernière. Un procédé comme My Warner contribue aussi à développer cet attachement des consommateurs à leurs marques favorites mais aussi à en découvrir d'autres au sein de Warner. Et puis sur un marché où le dématérialisé prend de plus en plus d'importance, ce genre de relation durable avec les consommateurs va devoir être travaillé par les éditeurs désireux de fédérer le public autour de leurs marques. Montrer à ses amis quels films on aime par exemple, échanger sur le sujet, s'inscrit aujourd'hui pleinement dans l'environnement socio-culturel. L'opération My Warner, complètement cross-divisions, a pu être montée suite à la réorganisation du groupe visant à placer le client et la relation client au centre des priorités.

Comment se présente concrètement My Warner ?

Des applications sur PC, mobiles et Facebook



sont proposées aux consommateurs. L'ouverture à Google + est aussi une porte d'entrée vers l'importante communauté Warner Bros sur YouTube. Le dispositif va aussi se manifester via des événements comme My Warner Day le 26 mai prochain au Grand Rex à Paris, où 2 500 membres découvriront des images et contenus exclusif sur entre autres Man of Steel, Pacific Rim, Batman : Arkham Origins ou Game of Thrones et profiteront d'une avant-première de Very Bad Trip 3 avec l'équipe du film en exclusivité. Nous travaillons aussi en direction des retailers, sachant qu'ils prennent part directement à l'opération en commercialisant des produits concernés. My Warner compte actuellement 200 000 inscrits, nous aimerions atteindre le million de membres en fin d'année sachant que d'autres réseaux sociaux pourront être concernés

en version digitale ou physique », explique Jérôme Dauby, Directeur commercial de 505 Games, qui rappelle que le jeu en version physique est publié directement par le développeur et éditeur Telltale Games. « Aucune exclusivité n'a été signée avec 505 Games autour de l'édition ou la commercialisation de ce titre en France. Toute enseigne qui souhaite vendre ce jeu peut le référencer si les conditions proposées par Telltale Games lui conviennent ». Le JDLI s'excuse d'avoir relayé ainsi des informations qui étaient erronées.



« La mobilité optimisée »

Plus de **125 accessoires rétractables** pour charger, synchroniser et connecter tous vos appareils électroniques... sans l'encombrement des câbles!

ReTrak FLAVOURS



iPhone, iPad, et iPod



Tablettes, Smartphone, et MP3

Chargeurs, eBooks, ordinateurs portables



Distributeur:



Contactez nous :

Par Tél: David Gregoire au 01 49 90 93 31

Par mail: FranceSales@ememecorporate.com



LiveSafe, la protection « multi device » de McAfee

Le spécialiste de la sécurité informatique organisait une conférence de presse à Paris mi-mai pour dévoiler LiveSafe, son nouveau service de protection destiné au grand public.

« McAfee explore ici une nouvelle direction et propose un tout nouveau genre de service », déclare d'entrée Valérie Brunhes, Retail Director EMEA chez McAfee. « La sécurité est passée par le software, puis par le hardware et on se dirige de plus en plus vers des offres de service ». L'éditeur (qui est détenu par Intel depuis deux ans) prépare donc le lancement prévu pour le 1er juillet prochain de cette nouvelle solution de protection multi-plateformes. « Ce service de sécurité permet de protéger toutes les machines connectées du foyer, du PC ou Mac au smartphone en passant par la tablette, avec un nombre illimité de machines traitées », détaille Valérie Brunhes, tout en soulignant que le dispositif repose également sur le déploiement de services en cloud de protection et de stockage. « Un coffre-fort sécurisé est par exemple mis à disposition des utilisateurs pour entreposer leurs informations ou documents les plus précieux ». Allié aux configurations matérielles Intel embarquant des solutions de protection, le système profite alors bien entendu de fonctionnalités supplémentaires comme McAfee Anti-Theft qui permet verrouillage et désactivation des équipements à distance.

Une solution tout-en-un

Pour assurer une sécurité optimale notamment du stockage en cloud, LiveSafe propose l'utilisation de la biométrie rendue possible par les machines actuelles via reconnaissance faciale ou vocale. Protection contre les attaques virales et gestion simplifiée des multiples mots de passe comptent aussi parmi les services



proposés, de même que la protection immédiate d'un nouvel appareil acquis. Du côté de l'interface, l'éditeur a dévoilé un centre de contrôle simple, très visuel « au style correspondant à celui de Windows 8 ». McAfee a opté pour un positionnement agressif avec un prix d'appel : « L'abonnement d'un an est positionné à 19,99 euros pour la première année et devra être associé à l'achat d'un nouveau matériel comme un ordinateur ou une tablette », poursuit Valérie Brunhes. Le prix de l'abonnement passera l'année suivante à 79,99 euros. « LiveSafe sera commercialisé uniquement via les magasins, il ne sera pas distribué en ligne sur le site McAfee ».

Priorité au retail

Le lancement du produit sera par conséquent accompagné d'une campagne de communication en magasins (mini-box, PLV...). En Europe, McAfee annonce en parallèle un plan de communication via les réseaux sociaux notamment. « En Europe, notre objectif est de faire progresser nos performances de +50% sur ce segment par le biais de cette nouvelle formule », précise Valérie Brunhes. Qui souligne également l'ambition de l'éditeur de renforcer sa présence locale sur des territoires clés comme la France.



E.Leclerc Mobile lance son offensive

■ Début juin, E.Leclerc Mobile lançait ses nouvelles offres, toujours plus agressives, visant à se faire une place dans un espace de plus en plus concurrentiel et restreint. Quatre nouveaux forfaits sont ainsi proposés. Le premier, à 1,50 euro par mois, est une offre facturée à la consommation (neuf centimes/minute) et le SMS serait facturé cinq centimes. Le forfait à 4,95 euros par mois est un forfait de trois heures d'appel avec SMS et MMS illimités. Un forfait à 9,95 euros par mois propose une formule à quatre heures d'appel, SMS et MMS illimités et 200 Mo de data. Enfin une dernière offre à 18,95 euros par mois apporte de l'appel et des messages illimités, ainsi que 3 Go de data pour l'accès à Internet. Si E.Leclerc Mobile profite toujours du réseau SFR, gageons que certains de ses nouveaux forfaits devraient intéresser des clients toujours en quête du meilleur rapport qualité/prix.



Les meilleurs jeux PC à **9,99 € TTC*** sont chez

Just For Games

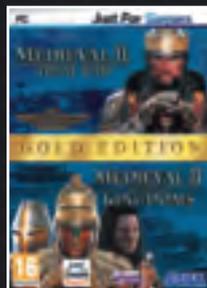
TOP 20 - mars 2013**

N°1



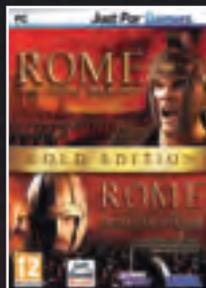
Napoleon Total War
SEGA

N°2



Medieval 2 Total War Gold
SEGA

N°3



Rome Total War Gold
SEGA

N°4



Les Sims Medieval
EA

N°5



GTA San Andreas
ROCKSTAR

N°6



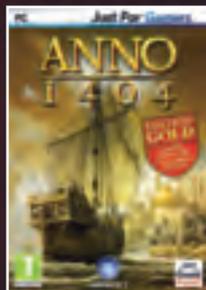
Oblivion 5ème anniversaire
BETHESDA

N°7



C&C 4 Le Crépuscule du Tiberium
EA

N°8



Anno 1404 Gold
UBISOFT

N°9



Civilization 4 Complete
2K GAMES

N°10



Battlefield Bad Company 2
EA

RANG

TITRE

ÉDITEUR

RANG	ÉDITEUR	TITRE
11	UIG	Cossacks Anthology
12	UBISOFT	Assassin's Creed
13	CD PROJEKT	The Witcher Enhanced edition
14	EA	Need For Speed The Run
15	UBISOFT	Heroes of Might & Magic 5 Gold
16	KOCH MEDIA	Trainz Simulator 2012
17	KOCH MEDIA	Dead Island
18	BETHESDA	Fallout 3 GOTY
19	ROVIO	Angry Birds Star Wars
20	UIG	American Conquest Anthology

Just For Games est le distributeur N°1 de jeux PC en France

© 2013 JUST FOR GAMES. Tous droits réservés. Just For Games, Just For Gamers et leurs logos sont des marques déposées de Just For Games. Toutes les autres marques appartiennent à leurs propriétaires respectifs.



Micro App

la marque se dé



Entretien avec
Renaud Chevallier,
Directeur Général
Distribution France

Avanquest Software était présent sur le MedPi, notamment avec la marque **Micro Application** qui lui appartient depuis le rachat de la société en 2010. Pour la société française, l'heure est à la diversification avec une **gamme d'accessoires de plus en plus conséquente**. **Renaud Chevallier**, Directeur Général Distribution France pour le groupe Avanquest Software, nous présente la **stratégie** d'Avanquest-Micro Application sur un marché qui se porte bien. **Par Sébastien Anxolabéhère**

JDLI : Quel bilan faites-vous du MedPi 2013 ?

Renaud Chevallier : Une fois encore, Micro Application, marque phare du groupe Avanquest Software, participait au MedPi. Même si les allées semblaient moins remplies que les précédentes et les acheteurs plus rares, nous sommes satisfaits de ce cru 2013, de part la quantité mais aussi la qualité des rendez-vous. Cette année, encore plus, a été une année d'échanges. Les acheteurs étaient à l'écoute. Rappelons que depuis un an, nous développons une gamme « Accessoires », centrée sur la mobilité. Notre volonté, sur ce MedPi 2013, était de consolider nos relations avec les acheteurs, les partenaires présents, mais aussi de développer notre réseau, faire de

nouvelles rencontres et signer de nouveaux contrats. Nous avons réussi à implanter, cette année, en France, un

accessoire inédit, le Wise Pet :

l'« app-toy » pour les enfants qui rassure les parents et protège leurs devices des mauvais coups ! Suite au

lancement réussi de la Gamme des Wise pet avec plus de 18 000 pièces mises en place depuis leur sortie en novembre 2012, nous avons constaté que les fabricants et les fournisseurs d'accessoires venaient directement à nous sur le salon. C'est plaisant de voir que nous avons gagné une certaine cote de confiance auprès des acteurs de ce vaste marché.

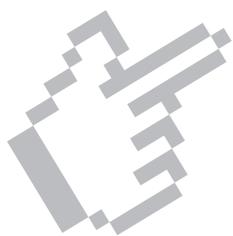
Quels produits ont été présentés sur le salon ?

Nous avons dévoilé notre line-up, avec la volonté de proposer tous

les trois mois de nouvelles collections avec des licences fortes. En tant que distributeur spécialisé, notre volonté est de proposer des produits qualitatifs, positionnés dans l'esprit du groupe Avanquest, c'est-à-dire innovant, avec le meilleur rapport qualité/prix, valorisés par notre savoir-faire marketing. L'édition 2013 a surtout été riche en nouveautés côté accessoires. Nous avons présenté une nouvelle gamme de protections pour smartphones et tablettes sous licence « Le Chat » de Philippe Geluck. Pour fêter le trentième anniversaire de son personnage emblématique, l'auteur a imaginé une série exclusive pour iPhone 4, iPhone 5 et Galaxy S3 avec des dessins et des messages ciblés. Humour et design se retrouvent pour faire de cet accessoire un objet original. Les produits « Le chat », exposés en rayon dans un emballage transparent, attirent immédiatement l'œil des consommateurs qui découvrent l'objet mais aussi la citation. Ceci aide forcément à la vente ! Dès cet été, nous proposerons également des accessoires de protection originaux, comme par exemple des housses, pour tablette, en néoprene, qui offrent un grand confort d'utilisation et une protection 100% efficace ! D'autres plus orientés « tendance et luxe », avec des cuirs de maroquinerie italienne. Nos accessoires mobilité sont résolument tournés vers la qualité, la mode, tout en restant efficaces et adaptés aux besoins de



lication, cline



chacun. Nos partenaires ont également pu découvrir et tester le tout nouveau casque sans fil bluetooth Nelyo. Avec son look épuré il est destiné aux geeks de bon goût qui ne veulent pas se priver de bon son. Il a en plus l'avantage de se transformer en kit mains-libres, avec reconnaissance vocale. Toujours dans la

Ce concept d'accessoire, est le pont entre le jouet traditionnel et le digital, nous sommes au début d'une nouvelle ère et de nouvelles habitudes. Nous sommes d'ailleurs assez fiers d'être parmi les précurseurs. L'accessoire connecté est un marché d'avenir, naturellement, nous devons et allons

soutenir cette gamme des Wise Pet. L'objet en lui-même, et ses applications gratuites, évoluent et évolueront encore. D'ailleurs « La famille des Wise Pet » s'agrandit ! En effet, de nouvelles petites peluches, destinées aux tablettes sept pouces sont désormais disponibles. Le succès des

tablettes sept pouces et les ventes des tablettes pour enfant à Noël dernier arguent un bel avenir aux App-toys. A la rentrée prochaine, beaucoup d'actions sont prévues. Ces charmants doudous, qui protègent les tablettes des grands et des petits, vont encore faire parler d'eux !

L'apparition de tablettes tactiles de premier prix change-t-elle les perspectives de marché ?

Assurément. La démocratisation de la tablette et le fait qu'elle devienne un produit mass market est intéressant pour nous. D'autant que nous sommes « équipés » pour faire face à ce nouveau boom de croissance, nous avons presque un temps d'avance. Notre structure commerciale terrain et notre savoir-faire, sont la garantie pour nos partenaires que nous suivons en temps réel l'expansion de ce marché. En effet devant la croissance du marché des accessoires et la multitude de références, notre mission auprès de la distribution, est d'expliquer, aider, voire évangéliser les rayons et les consommateurs. Les accessoires, que nous avons soigneusement sélectionnés pour nos clients, sont parfaitement adaptés au marché. Notre force commerciale, composée de spécialistes qui

connaissent parfaitement le marché, les magasins, les gammes et les produits se distingue par la qualité de son service.

Les produits Satzuma misent généralement sur un aspect décalé. Comment travaillez-vous leur commercialisation ?

Pour satisfaire les demandes de la distribution, nous avons développé des techniques de « Pull » très performantes. Nous proposons des box clé en main, livrés, montés, chargés. Dès la mise en rayon, ils doivent participer au rêve et inviter le consommateur final au voyage. Arrêtons de proposer des produits par l'entrée prix ! Le consommateur cherche aussi des objets coup de cœur, qui soient originaux et tendances. Le flacon doit inviter le client à l'ivresse de l'achat. Les produits Satzuma répondent parfaitement à cette attente, la marque offre plus qu'une souris ou qu'une clé USB, elle propose un objet original pour de bonnes idées cadeaux.

Un mot pour la distribution ?

Mot suivre, c'est la garantie de travailler avec une marque qui historiquement s'est toujours placée comme un incontournable de ses métiers, que ce soit dans l'édition de livres informatiques, logiciels grand-public, jeux vidéo, papier créatif et maintenant dans l'accessoire.

« La démocratisation de la tablette comme produit mass market est intéressant pour nous. »

volonté d'offrir des produits qui sortent de l'ordinaire, nous avons à notre catalogue des souris qui allient design, performance et ergonomie. Elles sont colorées et très faciles à prendre en main pour un plus grand confort d'utilisation.

Les Papiers Créatifs étaient également au rendez-vous ?

Les « Papiers Créatifs » étaient une nouvelle fois au rendez-vous, c'est un incontournable pour nous de présenter nos gammes papiers « Back to school » et fin d'année. Nous proposerons en septembre prochain une grande opération d'ODR (offre de remise), pour soutenir et stimuler les ventes de papiers photo. Nous lançons un jeu concours, sur le thème de la photo, avec des séjours et des stages photo à gagner.

Quel bilan dressez-vous des accessoires Wise Pet ? Comment soutenez-vous cette gamme sur la durée ?

La distribution, les consommateurs et la presse nous ont soutenus sur cette gamme innovante. En accord avec le marché, les modèles tablettes ont connu le succès plus rapidement que les versions smartphone.



L'équipe commerciale d'Avanquest France

Next-Gen : Microsoft entre dans

Ça y est, **Microsoft** est officiellement entré dans la bataille des **consoles next-gen** avec la **Xbox One**, quelques semaines après Sony ! Certes, on en reste au stade des annonces et on ne connaît même pas les **dates de commercialisation** et les **prix** de ces deux nouvelles machines. Mais peu importe, l'essentiel étant de montrer ses muscles, de rassurer les **éditeurs**, et surtout de capter l'attention des « **early adopters** ». **Par Sébastien Anxolabéhère**



« **All in One** », c'est donc le concept. D'ailleurs, **Microsoft, déjouant les pronostics a décidé d'appeler Xbox One cette troisième génération de sa console.** Mais

justement, est-ce bien encore une console, puisqu'elle se veut la machine ultime, capable de fournir toutes les formes de divertissement multimédia du foyer ? Films et autres contenus télévisés, musique, et évidemment jeux mais aussi Skype et sans doute divers réseaux sociaux pour l'heure non encore annoncés sont au programme. Qui dit nouvelle console de jeux, dit architecture nouvelle pour des performances accrues. De ce côté-à, les informations délivrées par Microsoft sont bien maigres. On sait que le processeur est un huit cœurs x86 embarquant cinq milliards de transistors, que le disque dur est de 500 Go et de 8 Go de Ram. La Xbox One dispose du WiFi 802.11 avec WiFi Direct, d'au moins une prise HDMI et ports USB 3.0. Pour le reste Microsoft est resté discret, mais l'absence de rétrocompatibilité avec les jeux de la précédente génération est justifiée par l'architecture

totale de la console. Côté manette, Microsoft a également misé sur le renouvellement, car là non plus, pas de rétro-compatibilité. Certes, la nouvelle a un look très vite identifiable, mais elle s'annonce remarquable, avec notamment une grande précision dans le retour de force selon tous ceux qui l'ont eu en main. Microsoft annonce qu'elle comporte plus de « *40 innovations techniques et conceptuelles* ». Elle se synchronisera notamment avec le nouveau Kinect automatiquement. Kinect a en effet été revu et se trouve désormais intégré à la console, mais surtout, selon Microsoft, il a été entièrement repensé pour davantage de précision, tant dans la reconnaissance de mouvements que de la voix, notamment pour fonctionner dans des environnements peu éclairés ou bruyants et distinguer au mieux les personnes dans la pièce. La nouvelle console devrait être aisément dirigeable à la voix. Dites « Xbox Démarrer », et la console se mettra en marche directement sur votre environnement car elle aura reconnu votre voix... ce qui suppose que la machine soit en permanence en veille, et c'est là que Microsoft va devoir rapidement préciser comment

tout cela fonctionne. En effet, avec une console reliée à Internet et un capteur Kinect en permanence actif au moins dans sa dimension « écoute », les plus paranos risquent de se sentir observés... Attention à ne pas lancer une conversation Skype par inadvertance ...

Contrôler la TV

La précédente génération de Xbox se voulait déjà plus qu'une simple console de jeu, et proposait des chaînes TV, des services de VOD, de la musique, mais tout cela ne parvenait pas à faire un ensemble cohérent capable de faire, pour le grand public du moins, de la Xbox 360 un réel centre multimédia pour le foyer. Pour la Xbox One, Microsoft a placé le concept de divertissement global au centre de la philosophie de la machine. Comme le dit Microsoft, il s'agit de « prendre le contrôle total » de sa TV. Car Microsoft a bien la volonté de faire de la Xbox One la machine depuis laquelle se prendra le contrôle de la télé. Un challenge compliqué en France, compte tenu de la place qu'occupent les box des FAI qui proposent déjà des interfaces et une navigation



la danse



Pour la Xbox One, Microsoft a placé le concept de divertissement global au centre de la philosophie de la machine. Comme le dit Microsoft, il s'agit de « prendre le contrôle total » de sa TV.

avancées. L'idée de commander à la voix et au geste et de disposer sur la même page de l'accès à ses jeux tout aussi bien qu'à ses programmes TV ou autre (VOD, musique...) est assez séduisante. Microsoft devra donc s'entendre avec les fournisseurs d'accès pour que les consommateurs puissent bénéficier des fonctionnalités de la Xbox One en regardant la télé.

La machine proposera également des fonctions avancées comme le Snap, qui permet de faire deux choses à la fois sur le téléviseur (regarder un match et suivre les résultats en direct, « rejoindre une partie multijoueurs tout en regardant votre film préféré » nous dit Microsoft). Embarquant évidemment une version allégée de Windows 8, la Xbox One pourra communiquer avec les tablettes et autres smartphones de la maison, notamment pour la fonction Smartglass.

Encore du flou

A ce stade des informations délivrées par Microsoft, quelques questions importantes restent en suspens. Il est certain que la console aura besoin de se

connecter à Internet régulièrement pour stocker des informations dans le nuage, mais à quel intervalle ? Phil Harrison, Vice-Président de Microsoft et figure mondiale du jeu vidéo, a déclaré qu'une fois par 24 heures serait la règle requise (pour sauvegarder dans le cloud notamment), mais cette information n'a pas été confirmée. De même, le flou le plus total règne pour ce qui est de la revente des jeux sur le marché de l'occasion. Microsoft, comme ses concurrents et comme les éditeurs tiers, estime que ce marché parallèle représente un manque à gagner très important. L'idée semble donc de lier un jeu à un compte Xbox Live. Toute personne souhaitant jouer depuis la même galette sur un autre compte devra payer un droit (via l'activation d'un code) qui pourrait aller jusqu'au montant total du jeu neuf. Cette disposition, qui demande à être encore confirmée officiellement par Microsoft, n'est évidemment pas une bonne nouvelle pour les enseignes spécialisées dont une part significative du chiffre d'affaires provient du marché de l'occasion. Un sujet sur lequel nous reviendrons prochainement.

3 Questions à



Jean-Claude Ghinozzi,
Directeur
général de
la division
Retail Sales
et Marketing
France
Microsoft

JDLI : Quelle est la philosophie de cette nouvelle Xbox ?

Jean-Claude Ghinozzi : La Xbox One a été conçue pour être une proposition « all in one ». C'est un système d'entraînement global dont l'ergonomie, la simplicité d'utilisation et la convivialité ont été au centre des préoccupations. Le jeu vidéo est au centre de l'offre et c'est un nouveau bond qualitatif qui a été accompli, pour proposer du jeu HD de très haut niveau. Mais les autres médias seront également partie intégrante de la Xbox One, notamment la télévision et la vidéo et l'utilisateur pourra passer de l'un à l'autre sans la moindre latence. Et avec Smart Glass, les expériences de télévision augmentée vont certainement arriver. Steven Spielberg, sans doute l'un des meilleurs réalisateurs du monde a d'ores et déjà annoncé travailler sur une série télé issue de Halo.

Le nouveau Kinect (Kinect 2) est totalement intégré à la console. Pourquoi ?

Le nouveau Kinect, plus performant que l'actuel, permettra à la console de reconnaître les différentes personnes du foyer. Ce n'est plus un accessoire, c'est une partie intégrante de la console qui permet de la faire obéir à la voix et au geste.

Côté jeu vidéo, quelles seront les grandes innovations ?

Microsoft va lancer la première année de commercialisation de la Xbox One pas moins de huit nouvelles licences sur un total de 15 titres exclusifs. Des accords avec Activision, Electronic Arts et d'autres éditeurs prochainement annoncés assureront un line-up exceptionnel.

MedPi 2013

Peut-il sortir du positif d'une période troublée ? Sans hésitation la réponse est affirmative à l'issue de ce MedPi 2013. Ventes en berne, marchés confus, distribution déstabilisée (et météo écossaise)... les ingrédients ne manquaient pas pour que la morosité prenne le pouvoir sur le salon. Et bien non, loin de pleurer sur son sort, le marché (ou devrions-nous dire les marchés) représenté au MedPi semblait plus porté vers l'avenir. Evidemment, on est loin de l'euphorie des années de fortes croissance, mais comme nous l'expliquait en off un exposant, *« tout le monde avait un plan A en cas de conjoncture favorable, et un plan B pour faire face à un période plus compliquée. Evidemment, tout le monde est sur son plan B, ce n'est pas le plus enthousiasmant, mais il n'y a aucun affolement »*. Ce MedPi fut donc l'occasion de se rassurer sur la volonté des industriels à continuer à proposer des produits innovants capables de générer de la valeur et d'intéresser les consommateurs notamment en créant de nouveaux segments de marché. Bien sûr, le phénomène de suivisme qui existe sur tous les marchés dès qu'un type de produits séduit les consommateurs continue d'exister. Hier les cadres photos, aujourd'hui les claviers pour tablettes ou les docks pour smartphones. On aurait pu craindre que ce fût l'essentiel, mais heureusement les acteurs du marché ont su trouver les solutions pour conserver l'attrait et l'envie.



Ils ont innové

Malgré une situation économique très difficile et qui ne favorise guère la consommation de biens techniques, ce MedPi fut constructif et placé sous le signe de l'innovation. Si les enseignes connaissent logiquement de grandes difficultés, elles semblent aussi réaliser que leur salut ne peut venir que de la séduction d'un consommateur qu'il faut plus que jamais convaincre à dépenser. Et pour cela, il est nécessaire de mettre en scène l'innovation et surtout sortir d'une

rengaine pénible du hi-tech avec de très nombreux fabricants qui font tous la même chose dès qu'un nouveau marché plaît au public. On peut citer par exemple l'enceinte Bluetooth nomade qui, avant même d'être devenue un marché de masse, est déjà saturée par des centaines de produits tous similaires. Heureusement, certains innovent et ce ne sont pas forcément les plus grands acteurs. Certes, on peut compter sur les géants tels que Lenovo, Acer, Samsung et autres mais à l'autre bout de

l'échelle, une petite start-up française peut étonner tout autant. On peut citer l'exemple de Netatmo, une jeune entreprise française qui a révolutionné la station météo et dont nous vous parlons dans notre numéro spécial MedPi. Voici une sélection non exhaustive des innovations les plus séduisantes du salon. A signaler aussi que le Village qui regroupe les fabricants distribués par Banque Magnétique regorgeait de nouvelles marques dont beaucoup présentaient de réelles innovations.



Lenovo Horizon Table tactile

Lenovo présentait sa tablette géante Horizon. En fait, il s'agit d'un ordinateur tout-en-un utilisable en tant que tel avec un clavier et une souris. Il se résume à un écran géant de 27 pouces qui contient tous les composants dans son dos. Pour le faire tenir debout, un pied se déploie à l'arrière. L'écran est donc inclinable pour mieux profiter du tactile et de Windows 8. Jusque-là, rien de bien nouveau. Mais en rétractant le pied, il est possible de poser Horizon à plat sur une table ou un support. On est alors en présence d'une table tactile. Cette possibilité existait déjà sur le tout-en-un tactile de Lenovo et d'autres constructeurs proposent aussi des tablettes géantes mais le problème réside dans un Windows 8 pas vraiment conçu pour et dans l'absence d'applications pour cet usage. Lenovo a donc décidé de développer sa propre interface avec réussite. Il y a notamment un programme de visualisation qui permet de manipuler à

plusieurs autour de la table des photos et des vidéos, de les placer et de les agrandir ou rétrécir à volonté. Mais c'est évidemment l'aspect ludique qui offre le meilleur potentiel pour un usage familial. Et Lenovo fournit d'ailleurs la tablette avec des dés, deux palettes et deux manettes pour garder un aspect physique et offrir une manipulation plus aisée du jeu. De même, Lenovo a conclu des accords avec des éditeurs qui ont adapté des titres à l'usage table tactile. Ainsi, les dés servent à jouer au Monopoly. Les manettes à ventouse permettent de contrôler efficacement des personnages dans des jeux d'action vue du dessus. Et les palettes permettent de jouer à des jeux qui s'inspirent du fameux Air Hockey. Même en tout tactile, un jeu comme Draw Race 2 prend une dimension tout autre. Il s'agit de dessiner au doigt la trajectoire que suivra la voiture en course en faisant attention à la trajectoire et à la vitesse. C'est encore plus addictif sur Horizon. A la différence des autres constructeurs, Lenovo a compris qu'il était inutile d'innover en termes de hardware si l'applicatif ne suivait pas. Le lancement en France est prévu pour l'automne et de nombreux jeux en Français seront fournis.





Acer R7 Smart PC

De nombreux concepts d'hybrides notebook et tablette ont vu le jour depuis la sortie de Windows 8 mais il n'y a guère que le Yoga de Lenovo qui ait réellement convaincu et pour l'heure, personne ne s'était attaqué à des tailles d'écran un peu plus grandes. Or, un ordinateur 15 pouces n'est pas vraiment pratique à utiliser en mode tactile car l'écran est trop loin de l'utilisateur. Avec le R7, Acer présente le premier concept transformable en 15 pouces qui soit réellement efficace. Il faut reconnaître que le constructeur a fait preuve d'une grande ingéniosité. L'écran est monté sur un bras articulé en haut et en bas. Le R7 peut déjà s'utiliser comme un notebook standard avec un clavier situé en dessous du grand pavé tactile. Grâce au bras articulé, on peut rapprocher l'écran de l'utilisateur, par exemple en couvrant le pavé

tactile. Cela permet de l'utiliser en tactile tout en gardant le clavier. Ensuite, on peut le rapprocher encore pour ne s'en servir qu'en tactile. Le R7 peut aussi se transformer en tablette géante, simplement en faisant pivoter l'écran, le bas avec le clavier servant alors de support pour le mettre sur les genoux. Et il y a encore de nombreuses autres variations d'usage possibles. Le concept est absolument génial et malgré toute cette mécanique, l'ordinateur est fin et léger tout en étant puissant, avec même une carte graphique dédiée pour jouer dans de bonnes conditions. C'est le premier notebook 15 pouces qui rend vraiment justice à Windows 8 et on espère qu'Acer va décliner le concept dans des tailles d'écran plus petites pour un usage nomade et tablette prioritaire. Sortie prévue en juillet.



iOn Party Rocker Disco...

Pour innover en matière d'enceinte sans fil, il faut vraiment faire preuve d'imagination et iOn n'en manque pas. Cette enceinte Bluetooth à la puissance déjà conséquente se branche sur le courant et permet d'animer une petite soirée entre amis. De plus, la Party Rocker est aussi capable de transformer le salon en boîte de nuit grâce à sa boule lumineuse sur le dessus. Elle envoie des lumières stroboscopiques multicolores vers le plafond et elle peut le faire au rythme de la musique : disco ! Et pour ceux qui veulent s'adonner au karaoké, il y a une prise micro. Sortie prévue cet été à 299 euros.

Tekniser Kid Tab Vraiment adaptée

La nouvelle marque de DEA propose enfin une approche originale de la tablette enfant. Là où les autres se contentent de quelques jeux ludoéducatifs fournis et d'un habillage coloré du cadre, Tekniser va bien plus loin. En effet, le fabricant a développé une interface complète qui va venir en surcouches à Android. Elle rend la tablette plus accessible à l'enfant et permet aux parents de surveiller et de guider les activités. Ainsi, ils peuvent choisir nominativement des sites qui sont accessibles au rejeton car on sait bien que les filtres parentaux ont leurs limites. De même, ils peuvent décider de plages horaires et de durées d'utilisation maximales. Mais la chose n'est pas que répressive puisque l'enfant dispose aussi de son propre environnement qu'il peut personnaliser. Des jeux adaptés sont préinstallés, tout comme un quizz et une encyclopédie géographique. De plus, Tekniser a signé un partenariat avec Parents qui va émettre des recommandations sur les sites et usages qui permettent à l'enfant d'apprendre et de s'amuser. C'est donc une très bonne initiative, d'autant plus que la tablette est performante et accessible à 129 euros. Sortie prévue en septembre.

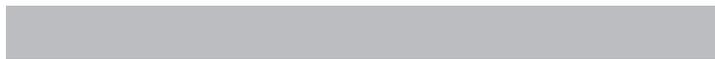


Village
Banque Magnétique



Netgear PTV 3000 Smartphone sur grand écran

Le Miracast est le nouveau protocole qui va permettre aux appareils nomades sous Android de s'afficher sur grand écran sans aucune configuration de la part de l'utilisateur. Pour cela, on utilise le WiFi direct qui relie les deux appareils et cela permet de s'affranchir d'une connexion au réseau qui implique une configuration avec protection et mot de passe. Ici, il suffit d'approcher le smartphone ou la tablette du téléviseur et le transfert de l'affichage est automatique. Il s'agit bien d'un affichage déporté qui permet de tout faire sur grand écran, tout en gardant les fonctions tactiles actives pour par exemple naviguer sur Internet ou piloter un jeu. De même, le débit du WiFi suffit à transférer des données lourdes et il est possible de regarder sans aucun problème une vidéo en Full-HD. Si les smartphones Android commencent à intégrer systématiquement le Miracast (notamment les derniers Galaxy S3 et S4 de Samsung et le Xperia Z de Sony), il n'en va pas de même pour les téléviseurs encore très rares. Netgear propose donc ce tout petit appareil lilliputien qui rend le téléviseur compatible Miracast en le branchant simplement sur la prise HDMI. Cela fonctionne parfaitement bien et le prix reste modéré à 79 euros. Disponibilité prévue en juin.



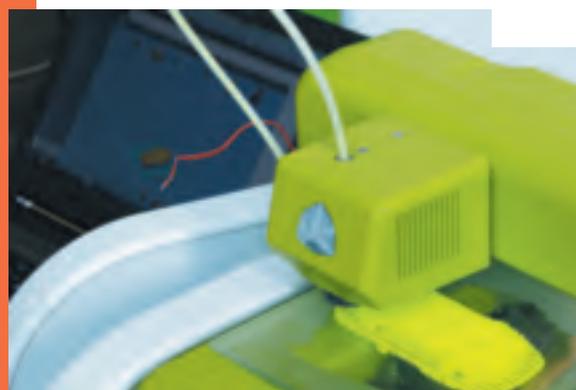
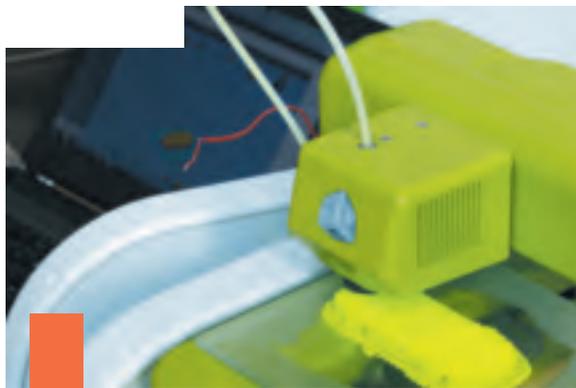
Oxygen Audio MiniBlock L'enceinte caméléon

Nous le disons, une approche originale en matière d'enceinte nomade Bluetooth devient vraiment compliquée. Oxygen Audio en a trouvé une avec la personnalisation. A première vue, la MiniBlok est une enceinte sympathique qui émet un niveau sonore déjà conséquent et qui peut même se chaîner avec d'autres. Son look est original avec le centre en aluminium et les extrémités en plastique caoutchouté. De base, elle est disponible en noir ou en blanc. Mais l'originalité réside dans le contour en caoutchouc qui est amovible très simplement. Oxygen Audio propose ensuite d'autres habillages dans de nombreuses couleurs qui se marieront parfaitement à l'aluminium au centre et aux grilles blanches ou noires. Elles seront disponibles sur le site du constructeur et pour l'achat d'une MiniBlok, trois seront offertes. L'enceinte vaut 99 euros et elle sera disponible prochainement.

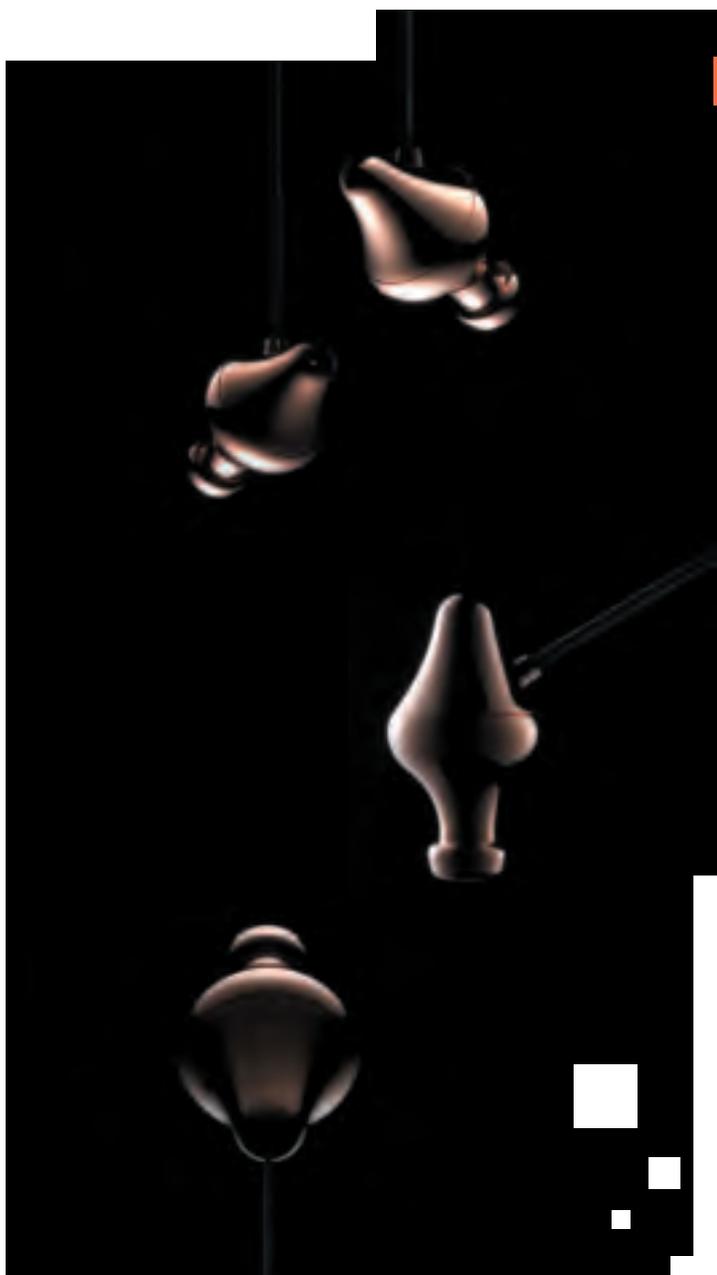
Village
Banque Magnétique

3D Solutions L'imprimante 3D

On en parle, on en parle, mais jusqu'ici, on ne voyait rien venir ! Alors que différentes marques s'interrogent encore sur la pertinence d'introduire sur le marché français une imprimante 3D, la marque Cube prend le taureau par les cornes et nous proposera ce modèle, dès la rentrée, pour 1500 euros environ. Le prix d'une recharge sera de 60 euros et devrait permettre en moyenne de fabriquer 14 modèles. 16 couleurs seront disponibles au lancement. C'est un modèle monochrome très grand public, doté d'une interface très simple et de patrons prédéfinis pour créer, par exemples, des bracelets et autres ronds de serviettes. On peut aussi compter sur une communauté déjà fortement implantée outre-atlantique pour télécharger d'autres objets à imprimer soi-même. Sachez qu'il faut tout de même entre trois et sept heures d'impression selon les objets. Pour l'heure, on reste encore un peu dans le flou quant aux passerelles vers d'autres solutions de créations 3D populaires, comme Blender ou sketch-up.



Village
Banque Magnétique



Final Audio Métal audiophile

Les casques fashion se multiplient et font un peu passer la passion pour l'audio au second plan. Ce n'est pas le cas de Final Audio, une marque japonaise spécialisée dans l'écouteur haut de gamme depuis 1974. Déjà les casques impressionnent par leur volume et leur prix (jusqu'à 699 euros). Ainsi, le Muramasa VIII est entièrement réalisé en acier inoxydable mais propose pour autant un confort remarquable. La restitution est confiée à deux haut-parleurs, un de 40 et un de 8 mm, pour un son d'une présence incroyable. Mais la spécialité de la maison, c'est l'intra-auriculaire et là c'est encore plus délirant. La gamme commence certes à 49 euros avec des modèles très réussis mais monte surtout à 3 000 euros avec les Piano Forte X au look franchement étrange. L'écouteur est en cuivre chromé avec une forme en vase et des embouts à glisser dans les oreilles tels quels sans adaptateur en caoutchouc. Difficile de croire au vu du poids que cela puisse être confortable. Pourtant à l'usage, non seulement les écouteurs s'enfilent très bien mais sont très confortables et surtout assurent - étonnamment - un excellent couplage avec le canal auriculaire. Et que dire du son s'il n'est extraordinaire, à la fois puissant et ample mais aussi très aéré. Certes peu de personnes pourrons s'offrir de tels bijoux mais la gamme est large... Final Audio est désormais importé en France par Xtrium.



TDK Wireless Charging Speaker Son & courant

La très sobre enceinte Bluetooth Wireless Charging Speaker est, comme son nom l'indique, une enceinte permettant de recharger votre appareil mobile simplement en le posant dessus. Intégrant la technologie Qi, elle est donc compatible nativement avec les derniers Lumia, mais aussi avec les iPhones moyennant l'adoption d'une coque de rechargement par induction. Le prix de vente est fixé à 350 euros. Côté audio, on trouve bien sûr une entrée jack 3,5 mm, une entrée USB et le Bluetooth dans sa version 2.1. L'enceinte n'est pas vraiment étanche et tout temps, mais elle est certifiée IPX3. En outre, elle intègre quatre haut-parleurs pour un son omnidirectionnel et bien sûr, elle fonctionne sur batterie.

Village
Banque Magnétique



Retrak câble HDMI Multi Image tout-en-un

On connaît Retrak pour ses câbles et adaptateurs tous construits sur le même principe du câble enrouleur. Ce qui est fascinant, c'est que même en matière de connectique toute simple, il est toujours possible d'innover comme l'a prouvé aussi PDP avec ses câbles HDMI Afterglow multiples et lumineux dont nous vous parlions dans notre édition spéciale pour le MedPi (JDLI 243, à télécharger sur iPad si vous l'avez égaré). Retrak applique son principe à l'image en réunissons les trois prises possibles en numérique sur un appareil nomade, soit le mini-HDMI, le micro-HDMI et le DVI. Quel que soit l'appareil rencontré, un smartphone, une tablette ou un notebook, il sera possible de le brancher à un téléviseur pour profiter d'un affichage en grand. En fait, il s'agit d'un câble HDMI standard mais enroulable fourni avec les adaptateurs aux trois formats. Enroulé, le tout ne prend que peu d'espace et peut donc aisément s'emporter partout. Le câble HDMI universel ETCABLEHDM est disponible pour 29,99 euros.

CONTRÔLE À DISTANCE



- Armer, désarmer par SMS ou appel
- Sirène puissante 110dB
- Mémoire jusqu'à 5 N° de téléphone (SMS ou Appel)
- Alerte SMS en cas de coupure de courant.
- Fonction écoute

Kit D'ALARME SANS FIL - GSM **F3**

2 détecteurs de mouvement



2 détecteurs d'ouverture



2 télécommandes



Scannez ce code et découvrez la vidéo de présentation



CONSULTATION À DISTANCE



Kit 4 CAMÉRAS & ENREGISTREUR



+ DISQUE DUR 500 Go



Scannez ce code et découvrez la vidéo de présentation



4 x 20 m
Câble vidéo + Alimentation



Alimentation
12 Volts (Enregistreur + caméras)

MedPi 2013

L'émergence du Smart Home



La domotique fut un sujet à la mode voilà 20 ans mais des liaisons et des protocoles compliqués ainsi qu'une ergonomie en retrait ont eu raison même des plus enthousiastes, surtout que les prix exigés étaient astronomiques. On se souvient de maisons pilotées par tablette sous Windows CE qui demandaient un diplôme d'ingénieur en électronique pour être commandées. Cela a aussi entaché la domotique d'une réputation de complexité et de fonctionnement aléatoire qui lui colle encore à la peau. Du coup, aucun constructeur n'a osé s'y remettre alors que l'évolution des technologies fait qu'il est désormais possible de proposer des solutions simples, fiables et abordables. C'est finalement l'avènement du smartphone et des possibilités de connexion comme de pilotage induites qui auront fait que l'on s'y intéresse à nouveau. De plus, la notion même de domotique a été étendue bien au-delà du simple pilotage d'un interrupteur, ce qui somme toute ne présente qu'un intérêt limité.

Un champ large

Le concept de Smart Home inclut bien évidemment les prises, lumières et volets mais aussi l'alarme, la surveillance, le bien-être et le divertissement, en fait tout ce qui contribue à rendre la vie dans le foyer plus simple, plus agréable et plus riche. Il est intéressant de constater que si le phénomène était encore naissant il y a un an, sur cette édition il s'est élevé au rang de catégorie avec de nombreux constructeurs qui s'y intéressent. A tel point que l'on pourrait se demander si la domotique ne va pas devenir une catégorie du hi-tech comme l'IT ou la TV. Il est tout aussi intéressant de constater que les constructeurs abordent le Smart Home depuis l'univers dont ils sont issus en premier comme l'alarme, le réseau, l'énergie, l'accessoire, etc. Mais cela a aussi pour effet de morceler et de répartir la

catégorie un peu sur tous les marchés. Sans doute faudrait-il maintenant regrouper le Smart Home, avec notamment un espace de vente distinct dans le magasin. Il y a suffisamment de produits et comme c'est nouveau, cela attirera le chaland à n'en point douter à une heure où les enseignes manquent cruellement de trafic consommateur. Ce marché devrait également intéresser les grandes surfaces de bricolage dont les rayons surveillance et alarme font peur, tant on a l'impression qu'ils regorgent de produits du siècle dernier. Cela leur permettrait de faire un bon dépoussiérage !

Catégoriser

Il est déjà possible de catégoriser ce qui prouve la légitimité du concept global. Il y a les systèmes complets qui permettent de piloter, de surveiller et gérer toute la maison. Ils disposent en général d'un central à relier à la box ou au routeur et communiquent ensuite sans fil avec les différents modules qui peuvent être des capteurs divers et variés comme des prises dites intelligentes, des caméras IP, etc. Le pilotage passe toujours par le Web et une application sur smartphone. A signaler que l'on doit en général se contenter d'iOS et d'Android, Windows Phone 8 et Blackberry 10 étant rarement supportés. Ensuite, il y a les Accessoires, soit des appareils qui fonctionnent à l'aide d'une application. Il pourra s'agir de prises, de lampes, de capteurs... On pourrait d'ailleurs même ajouter la restitution sonore multi-room et une tout nouvelle catégorie naissante : la gestion d'énergie. Tout cela était présent au MedPi cette année mais encore de manière assez éparse car réparti sur les différents secteurs d'activités du hi-tech. Gageons que l'année prochaine, un grand nombre de constructeurs proposeront des produits Smart Home. En attendant, voici les produits qui nous ont le plus marqués sur cette édition.



Toshiba Pluzzy Maîtriser son énergie

On connaît tous les téléviseurs et les ordinateurs de la marque mais on sait moins que Toshiba est un acteur majeur de l'énergie. Le constructeur met à profit ce savoir-faire pour créer un concept vraiment innovant de maîtrise d'énergie dans le foyer appelé Pluzzy. C'est aussi plus largement un système complet de gestion domotique mais l'économie d'énergie est au centre du concept. A la base, un boîtier principal est relié au routeur ou à la box pour accéder à Internet. Il s'alimente d'ailleurs en USB à partir de celle-ci ce qui évite une alimentation. Un autre module est à relier au compteur électrique. Pour cela, il faut disposer au minimum d'un compteur numérique blanc, ce qui est déjà le cas pour plus de 40% des foyers et sinon on peut demander à EDF de remplacer l'ancien sans frais. A partir de là, Pluzzy vous propose de surveiller votre consommation par une interface Web ou une application smartphone sur iOS et Android ou encore sur la TV connectée de l'alliance à laquelle adhère Toshiba. On pourra ainsi optimiser les tarifs de nuit, éviter le gaspillage et essayer d'économiser. Pour que cela se fasse plus finement, Toshiba propose des prises intelligentes qui permettent de contrôler les appareils reliés et de mesurer leur consommation. Non seulement, il sera possible de

programmer l'allumage et l'extinction mais on pourra aussi surveiller la consommation et traquer les appareils qui consomment trop. Il sera ainsi possible de se fixer des objectifs en termes de consommation. Toshiba déclare qu'il est possible d'économiser assez facilement 15% d'électricité par an, ce qui n'est pas négligeable par les temps qui courent. Le système de pilotage sera commercialisé à 199 euros. Le pack Control comprend trois prises intelligentes et le module de communication avec le compteur (249 euros). Toshiba va logiquement étendre son système à la domotique avec déjà un pack veille qui inclut un capteur de mouvement, un détecteur d'ouverture de porte et un capteur de température/d'humidité. Ces modules permettront de piloter les prises pour allumer un radiateur si la température baisse ou allumer la lumière quand une personne passe dans le champ ou ouvre la porte. Mais ce sera également étendu dans le futur à un système d'alarme complet avec alerte par SMS. De même, Toshiba prévoit la gestion du chauffage avec notamment des têtes de radiateur pilotables. Pour communiquer entre les modules et les capteurs, le système utilise un protocole commun en domotique qui permettra d'ajouter des appareils d'autres marques car le système se veut ouvert. Il a d'ailleurs été conçu avec Ijenko, une jeune entreprise française innovante.





e-Tiger Lampe sonore

Les lampes pilotées par application se multiplient avec notamment le système HUE de Philips. La société française e-Tiger se propose d'aller encore plus loin et d'associer l'ampoule à du son. Elle est dotée de trois LED pour l'éclairage qui entourent un haut-parleur amplifié de 7 Watts. Cette ampoule sonore dispose d'une fixation à vis mais elle est aussi fournie avec un adaptateur baïonnette. Pour l'alimenter en musique, elle communique en Bluetooth avec un smartphone ou une tablette. Une application sous iOS et Android permet aussi de réguler l'intensité lumineuse sur trois niveaux et de l'éteindre ou de l'allumer bien entendu. Cette lampe d'un nouveau genre appelée A0 Cosmic LED peut aussi s'insérer dans des ensembles home cinéma pour

servir de satellite, ce qui est encore plus original. Ainsi l'A1 Tribal est un ensemble 4.1 car il combine deux A0 à une grosse enceinte amplifiée à placer sous le téléviseur qui intègre un amplificateur 65 Watts, deux haut-parleurs large bande et un woofer pour les basses. Le A2 Beat offre 100 Watts et le A3 Vibe 136 Watts. Il faudra évidemment avoir des lampes de part et d'autre du téléviseur pour reproduire l'effet stéréo grâce aux ampoules sonores Cosmic LED. Ces dernières valent 99 euros l'unité, l'ensemble A1 en vaut 399, le A2 499 et le A3 599 euros. Pour ce qu'il est possible de déduire d'une écoute sur un salon, le son produit semblait de bonne tenue. En tous les cas, c'est une idée qui s'inscrit parfaitement dans le concept Smart Home.

Beewi Mobotique Prise communicante

La prise Mobot BT4 Smart se pilote en Bluetooth par un smartphone iOS ou Android. Grâce à l'application gratuite, on peut déjà la programmer et la commander pour allumer ou éteindre un appareil. Mais elle intègre aussi un capteur de température qui permet déjà de la connaître et éventuellement d'allumer ou d'éteindre un chauffage électrique en fonction. Elle intègre aussi un détecteur de présence qui permet à son tour d'allumer un appareil ou une lumière quand quelqu'un est présent dans la pièce. Ces capteurs génèrent aussi un historique consultable par l'application. Le système Master Mobile est plus ambitieux car il intègre une carte SIM qui permet de le contrôler n'importe où avec un smartphone, du moment qu'il y a du réseau GSM. Et surtout, le module communique avec autant de prises Mobot que vous voulez ce qui permet de retrouver toutes les fonctions citées et de le gérer pour chaque pièce ou pour un appareil distinct. Du coup, le système se transforme en ensemble domotique complet. Il est même possible de créer des scénarii avec un script pour automatiser la maison. Le système prévient aussi en cas de coupure de courant, ce qui sera particulièrement utile à une résidence secondaire pour dire au voisin de vider le congélateur. La prise simple Mobot ne coûte que 69 euros, le système Master Mobile vaut 169 euros avec un an de service offert et ensuite un abonnement GPRS de 29 euros par an. Sortie prévue cet été.





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 !



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

www.devolo.fr

devolo

The Network Innovation



+plugg L'accessoire intelligent

■ La société italienne +plugg propose de petits modules pour iPhone qui exploitent les capacités du smartphone en association avec un capteur. A connecter directement par la prise 30 pins, il y a le +thermometer qui permet de mesurer la température à l'endroit de son choix et le +garage qui transforme l'iPhone en télécommande pour ouvrir ou fermer la porte du garage. L'apprentissage se fait par infrarouge pour toutes les télécommandes à système

ouvert. Plus sophistiqués, +plugg commercialise aussi des modules qui communiquent en Bluetooth avec un iPhone ou un smartphone sous Android. +weather est une mini-station météo qui mesure la température et le taux d'humidité et la transmet à une application qui propose aussi les prévisions géo-localisées. Enfin +ruler est un appareil qui mesure la distance entre deux objets et le niveau. C'est pratique pour qui bricole régulièrement chez soi.

Dans nos précédents numéros



Netatmo La station météo du futur

■ Dans notre numéro 243 Spécial MedPi 2013 à télécharger sur iPad si vous l'avez égaré, nous présentions la station météo du futur, Netatmo. Avec deux capteurs reliés entre eux et au réseau en WiFi, il est possible de connaître partout par une application smartphone ou tablette la température intérieure, comme extérieure, le degré d'humidité et pour l'intérieur le taux de CO2. Ces données sont associées à des prédictions par le Web géo-localisées et même à une alerte pollution pour votre ville ou région. Pour les nombreux aficionados de l'application Weather Pro, Netatmo a conclu un accord qui permet d'intégrer les données fournies par la station.

Belkin WeMo Prises et lumières

■ Dans notre numéro 241 Showcase MedPi, Belkin présentait WeMo, son concept domotique décliné à l'interrupteur. L'année précédente, le fabricant avait déjà montré des prises intelligentes pilotables par smartphone. Malheureusement et malgré des demandes répétées, le constructeur n'a jamais été en mesure de nous fournir des exemplaires de test en nous disant d'ailleurs que le produit était retardé. Sur ce MedPi, Belkin a présenté un interrupteur mural à mettre à la place du traditionnel. Comme la prise, il se connecte au réseau domestique en WiFi et peut être commandé depuis un smartphone où que l'on se trouve. L'application qui existait déjà sous iOS est également disponible sous Android désormais.





Pure Du son partout

Pure propose un système sonore multiroom très simple à mettre en œuvre et accessible en termes de prix. Appelé Jongo, il est constitué d'enceintes qui se branchent sur le réseau domestique en WiFi et qui sont pilotés par une application. Il est ainsi possible d'écouter la musique du smartphone sur l'enceinte de son choix. De plus, Pure propose un service de musique par abonnement qui propose déjà 20 millions de titres en streaming. De plus, chaque enceinte est également Bluetooth ce qui lui permet de communiquer directement avec un smartphone pour diffuser la musique de manière plus opportuniste, par exemple si un ami vous rend visite. La Jongo S3 (249 euros) est une enceinte amplifiée qui fonctionne sur batterie permettant de la déplacer facilement et par exemple d'écouter sur le balcon, la terrasse ou dans le jardin. Ensuite, il y a trois modèles qui se branchent sur le courant et qui sont plus ou moins puissants selon l'espace à sonoriser. Le premier modèle commercialisé s'appelle sera le Jongo T6 (399 euros) et il propose déjà une puissance conséquente de 2 x 50 Watts RMS. Des modèles moins puissants suivront avec le T2 à 179 euros et le T4 à 299 euros. Enfin, le Jongo A2 (149 euros) est un module à relier à une chaîne audio existante. L'avantage de ce système est qu'il est très simple à mettre en œuvre mais pour l'heure il ne permet pas encore d'envoyer la musique depuis un ordinateur relié au réseau par l'application smartphone.



3 questions à



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

JDLI : Pensez-vous que le Smart Home est un nouveau marché prometteur pour le hi-tech et pour le MedPi ?

Laurent Eydieu : C'est un nouveau marché pour le grand public et il est très prometteur. On parlait de domotique, aujourd'hui on parle de Smart Home qui est un concept bien plus large et plus ergonomique et offrant de nombreux champs d'application. La généralisation du sans-fil et des smartphones a fourni de facto l'infrastructure nécessaire. Le Smart Home ouvre ainsi de nouveaux horizons comme la sécurité, la gestion de l'énergie et le confort dans l'habitat au sens large. Il permet aussi de faciliter l'accès aux contenus, avec par exemple le partage audio. Et surtout, le tout est simple à mettre en œuvre et à utiliser au quotidien. C'est un nouveau marché qui a un très gros potentiel de développement. Les foyers sont encore vierges de toute installation et ne demandent qu'à être équipés car l'infrastructure est déjà là avec les appareils connectés et le réseau sans fil. Conquérir un nouvel espace encore inoccupé est une belle opportunité pour les biens technologiques et le MedPi est une excellente occasion pour s'y ouvrir car le réseau de distribution grand public est au cœur du salon.

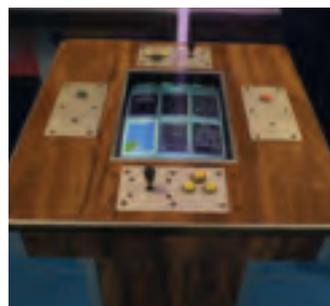
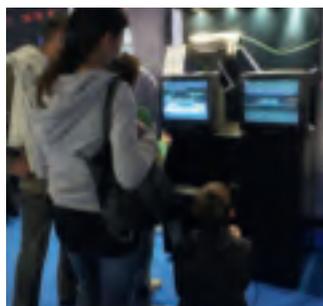
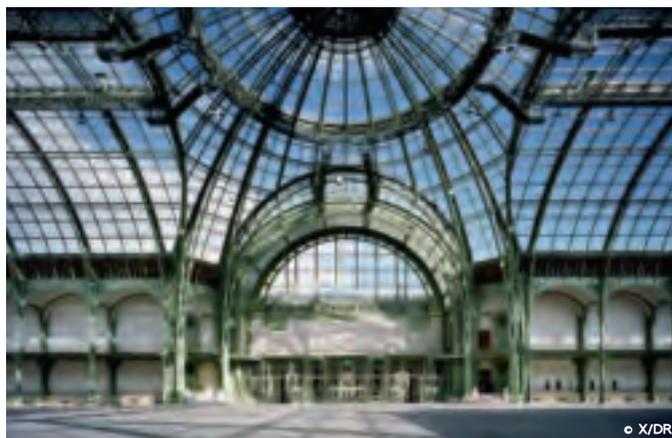
Que peut faire le MedPi pour faciliter cette mise en relation ?

Déjà, nous pouvons faciliter l'accès à l'information pour les acheteurs en nous faisant l'écho de ce nouveau marché. Ce que doit surtout faire le MedPi, c'est de réunir les bons acteurs. Quand les GPS ont fait entrer de plein pied le hi-tech dans le monde automobile, nous avons accueilli tous les acteurs et notamment la distribution spécialisée. Tout ce qui est potentiellement vendable dans la distribution grand public en termes de nouvelles technologies a sa place sur le MedPi et nous devons créer une place de marché qui réunit les acteurs du domaine concerné. Le Smart Home, ce sont des marques qui proposent et des acheteurs qui réfèrent dans les différents réseaux. Ils doivent pouvoir se retrouver sur le MedPi.

Est-ce que cela implique aussi que vous invitez de nouveaux acheteurs spécialisés ?

Bien entendu ! Nous accompagnons les marques dans leur évolution et quand elles ajoutent une brique à leur éventail de solutions comme le Smart Home, nous devons être en mesure de leur proposer les interlocuteurs correspondants dans les réseaux de distribution. Nous invitons donc tous les acheteurs concernés, ceux qui étaient déjà présents naturellement soit les représentants des hypermarchés et des multi-spécialistes mais aussi ceux de la distribution spécialisée comme les enseignes de bricolage. Nous invitons tous ceux qui sont susceptibles de vendre les produits concernés. Par ailleurs, le MedPi va valoriser cette thématique car c'est une opportunité de croissance pour le marché des biens technologiques et c'est crucial dans un contexte économique généralement compliqué.

Le jeu vidéo revient au Grand Palais



Photos de l'exposition Montpellier In-Game, fin 2012

Du 10 au 21 juin, le groupe MK2 organise l'événement **Cinéma Paradiso au Grand Palais, à Paris**. Le cinéma et l'ambiance des drive-in américains sera à l'honneur et une place conséquente sera également consacrée au **jeu vidéo**. Par Patrick Hellio

Le prestigieux endroit (qui abrite depuis quelques mois une salle de cinéma MK2) va accueillir diverses activités pour l'occasion autour de la thématique du septième art comme des projections de films mythiques (American Graffiti, Psychose, Les Dents de la Mer, Retour vers le Futur, Cinema Paradiso...) dans l'esprit « drive in » américain version Fiat 500 et transats de rigueur. Des soirées clubbing sont aussi prévues, des expositions ou encore de la nourriture typiquement américaine (burgers, cheese cakes...). Le jeu vidéo tiendra également une place de choix sur l'événement (qui viserait les 150 000 visiteurs) avec près de 1 000 m² dédiés au beau milieu de la nef du Grand Palais (une première !) où le public pourra tester diverses machines de la grande histoire du jeu vidéo mais

aussi apercevoir ce qui fera son futur. La section L'Age d'Or du Jeu Vidéo proposera plusieurs dizaines de machines jouables et d'autres sous vitrine mais présentera également quelques exclusivités (Gran Turismo 6 jouable, Wildstar de NCsoft présenté au public, le nouveau jeu de King dévoilé...). Konami organisera sur place la finale de la PES League, GameOne y projetera en avant-première son JT dédié à l'E3 et Paris Games Week y tiendra également un stand (parrainé par l'association MO5.COM). Après Game Story fin 2011, c'est donc la deuxième fois que le Grand Palais accueillera consoles, ordinateurs et bornes d'arcade pour représenter fièrement les couleurs du jeu vidéo. Le prix d'entrée (version adultes) débute à 11,50 euros pour les activités en journée, 20,50 euros pour un pass avec une projection en soirée.

Questions à

Après avoir travaillé sur Montpellier In Game l'année dernière, Victor Perez, patron de l'agence de communication VP Com, s'est chargé de mettre en place la partie l'Age d'Or du Jeu Vidéo de Cinema Paradiso. Il nous en dit plus.

JDLI : Que signifie l'Age d'Or du Jeu Vidéo à vos yeux et comment le matérialisez-vous dans l'exposition ?

Victor Perez : Cette exposition couvre en fait toute l'histoire du jeu vidéo des années 70 jusqu'au futur proche. Contrairement aux expositions de retrogaming pur, on peut comparer, voir et essayer dans un même lieu les tout premiers jeux et ceux à sortir dans quelques mois, ce qui donne un contraste très frappant. Ce qui couvre l'expression « l'âge d'or » est variable suivant les visiteurs: pour certains, la période Super Nintendo/Megadrive est le coeur de l'âge d'or. Pour d'autres, généralement plus jeunes, c'est la première PlayStation. Pour les anciens, c'est la Nes voire l'Atari ou les micro-ordinateurs de l'époque. Enfin, pour d'autres, l'âge d'or ne fait que commencer... L'expo dans sa version du Grand Palais comprend non seulement des consoles et micro-ordinateurs, environ 200 en tout, dont la moitié sont jouables, mais également de nombreuses bornes d'arcade de légende. Nous avons également beaucoup travaillé le côté informatif avec des anecdotes, des vidéos comme des pubs d'époque, des extraits de films, des journaux télévisés. Fun et informatif.

Avez-vous collaboré avec des éditeurs ou constructeurs ?

Bien sûr. L'accueil a été très chaleureux ! Pour les parties « passé », il n'y avait pas véritablement de matière à collaborer, les marques étant plutôt tournées vers leur avenir. Mais pour la partie « futur », oui, nous avons obtenu l'adhésion de nombreux acteurs du marché. Nous allons proposer aux visiteurs d'essayer au Grand Palais des prototypes proches de la sortie, en collaboration avec Sony, Intel, Nvidia, NCSoft, BigBen et d'autres partenaires. A Montpellier où nous avons testé l'exposition en novembre dernier, la partie « futur » de l'expo a connu un énorme succès. La partie « présent » est volontairement réduite car il serait absurde de tenter de concurrencer un salon comme Paris Games Week qui traite l'actualité immédiate mieux que tout le monde. C'est au contraire un bon complément à la PGW, à mon sens.

Quelle place/rôle le jeu vidéo doit-il occuper, selon vous, sur un événement de ce genre ?

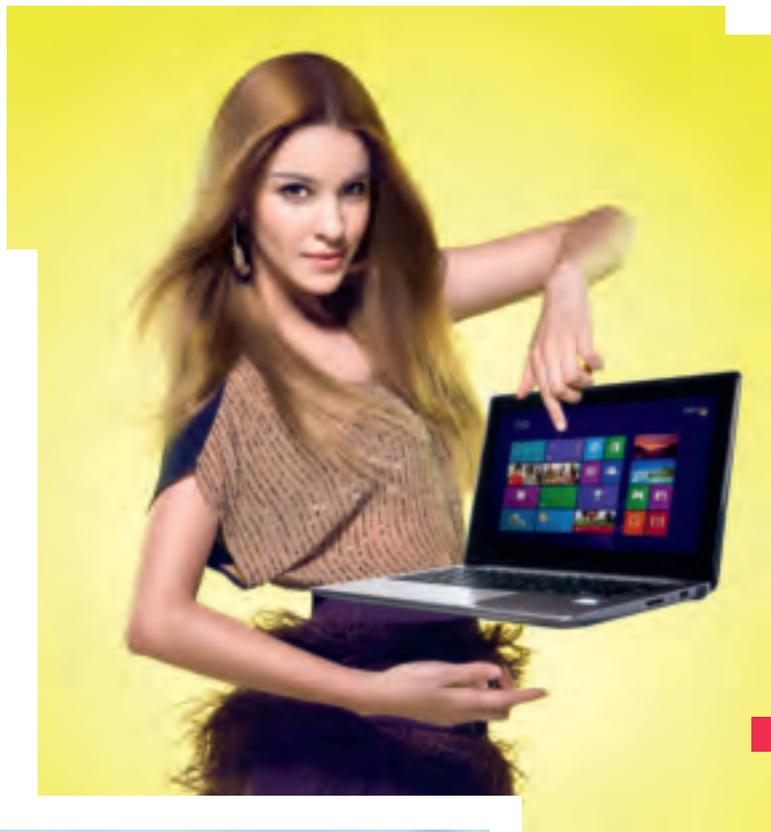
Pour moi, le jeu vidéo a une importance égale au cinéma, à tous les niveaux. Et sur cet événement, le jeu vidéo bénéficie d'une place identique à celle occupée par le Drive In MK2, que ce soit en surface ou même en contenu : la programmation ciné est un hommage au cinéma, et celle du jeu vidéo est dans le même esprit.

Comptez-vous participer à d'autres événements prochainement ?

Nous continuons de développer notre exposition. Elle occupe aujourd'hui dans les 700 m² et nous souhaitons atteindre les 1 400 m² d'ici octobre 2013 puis 3 700 m² en juin 2014, ce qui est un effort colossal. Dans l'idéal, nous aimerions poser l'Age d'Or du Jeu Vidéo à l'année, dans un lieu charismatique, et la déplacer dans les différentes villes françaises et européennes de temps en temps, de manière événementielle. Nous sommes à l'écoute de toutes les propositions de villes et lieux pouvant nous accueillir.



Victor Perez,
Patron de
VP Com



Pour **Microsoft**, le travail en magasin est aujourd'hui un point essentiel de sa communication. Avec **Windows 8**, **Windows Phone 8** et **Windows RT**, il faut mettre en valeur la communication et la complémentarité entre les différents équipements, téléphones, tablettes, PC et donc démontrer que **la convergence** n'est plus un concept, mais une réalité... **Marc Jalabert**, Directeur de division grand public et opérateurs chez Microsoft France, nous a reçus à l'occasion du MedPi. **Par Sébastien Anxolabéhère**

JDL : Microsoft s'apprête à commercialiser ses tablettes Surface et Surface Pro en retail.

Comment comptez-vous les mettre en valeur ?

Marc Jalabert : Les tablettes s'inscrivent dans un univers cohérent qui est celui de la convergence entre les devices équipés de Windows 8, Windows RT ou Windows Phone 8. Le but est donc de mettre en scène la communication qui peut se faire entre un smartphone, une tablette, un Ultrabook Windows 8 et demain sans doute notre prochaine console de salon (la Xbox One, ndr). Pour y parvenir, il faut mettre en place des espaces dédiés avec des vendeurs formés. Il y a, à mi-mai, plus de 1,7 million de PC équipés de Windows 8 dans les foyers français.

Nous devons aujourd'hui montrer la complémentarité des appareils, mais aussi la richesse du Windows Store, car c'est par le contenu que l'on attirera les consommateurs. Et il faut leur permettre d'expérimenter l'intérêt que représente l'écran tactile d'un Ultrabook sous Windows 8. C'est vraiment par l'expérience qu'arrivent les nouvelles idées, et donc les nouvelles envies.

Comment réagissent les enseignes à cette idée de réunir des produits issus de rayons différents ?

C'est un travail d'évangélisation qu'il faut mener. Nous proposons des PLV élaborées, nous menons des actions d'accompagnement avec les enseignes. Si les multisécialistes comme la Fnac, Darty ou Boulanger sont réceptifs à notre démarche,

Entretien avec
Marc Jalabert,
Directeur de division grand public
et opérateurs chez Microsoft France

Microsoft illustre la



« C'est vraiment par l'expérience qu'arrivent les nouvelles idées, et donc les nouvelles envies. »

l'approche est souvent plus difficile avec les hypermarchés, même si Carrefour commercialise Surface. La totalité des magasins Fnac vont accueillir une « table Windows » regroupant des appareils équipés de notre nouvel OS et mettant en avant la convergence. 25 d'entre-elles auront même un véritable espace dédié à la démonstration. Nous allons décliner cela dans d'autres enseignes multispecialiste. C'est un investissement important, car tout cela a un coût non négligeable. Nous sommes également très attentifs aux magasins en ligne, qui prennent des parts de marché. Non seulement Internet est un réseau de distribution en expansion, mais il faut avoir en tête que 84 % des consommateurs qui achètent en magasin ont préalablement fait une étude de marché sur la toile. Par ailleurs, en interne nous avons développé nos services marketing et l'équipe de category manager a été renforcée pour pouvoir travailler au plus près des enseignes. Le MedPi est d'ailleurs la bonne occasion pour

présenter aux acheteurs des solutions de merchandising pour la rentrée et la fin de l'année.

Etes-vous satisfait des résultats de Windows Phone 8 ?

Nous sommes au-delà de nos objectifs, avec une part de marché de 7,4 % en mars. Nos études montrent que la campagne publicitaire a très bien fonctionné. Et de nouveaux téléphones équipés de Windows Phone 8 arrivent en ce moment sur le marché, notamment une très belle gamme chez HTC.

Quelle est l'offre de Windows Store à ce jour ?

Windows Store est accessible depuis un PC sous Windows 8, comme depuis une tablette ou un smartphone, dans des versions spécifiques. Si aujourd'hui on a plus de téléchargements venant d'un PC, le développement de la base de tablettes et de smartphones entraîne naturellement un développement de l'offre. Pour Windows Phone 8, 90 % des applications pour smartphones ont été adaptées. Au niveau de l'offre, l'accent va être mis sur

le jeu vidéo notamment. Beaucoup de titres arrivent, dont par exemple une douzaine de hits Ubisoft. Le jeu est le contenu naturel pour démontrer les capacités d'un device. C'est donc ces contenus que nous devons mettre en avant dans les points de vente pour donner aux consommateurs l'envie d'acheter.

Qu'avez-vous prévu en termes de communication dans les mois qui viennent ?

La rentrée et Noël seront évidemment des périodes de forte communication. Nous devons poursuivre le travail pour montrer la cohérence des différentes interfaces en communiquant autour de la marque Windows. Il faut développer des codes de communication, notamment visuels, de plus en plus cohérents qui permettent une identification spontanée de la marque. Mais nous prévoyons également des actions autour des produits. L'enjeu est de parler des terminaux mais dans une logique « devices and services » car in fine ce sont les services qui doivent être valorisés.

convergence en magasins

EA joue la Guerre des Etoiles



© X/DR

Après la fermeture du studio LucasArts dans la foulée du rachat du groupe par Disney, on apprend que Electronic Arts a signé pour développer les prochains jeux basés sur la licence des films La Guerre des Etoiles. Plusieurs titres inspirés par l'univers créé par George Lucas devraient prochainement être annoncés, développés par divers studios du groupe dont Visceral Games (Dead Space). Rappelons qu'Electronic Arts a déjà travaillé sur la licence via notamment le jeu massivement multijoueurs sur PC Star Wars : The Old Republic, développé par son studio Bioware.

Le PC monte sur le ring

Il n'y a pas de raison pour que les ébats violents entre Liu Kang, Johnny Cage, Scorpion et autres Sub-Zero restent l'apanage des consoles de jeu. Warner Bros Interactive vient en effet d'annoncer une version PC de Mortal Kombat, le dernier volet en date de la fameuse saga de jeux de combat. Prévu pour le 3 juillet en téléchargement et le 2 août en version boîte, le titre

sera ici présenté dans sa version Komplete Edition comprenant notamment tous les contenus dématérialisés parus à l'époque. Sorti il y a deux ans sur consoles, ce Mortal Kombat avait reçu un très bon accueil critique, créant la surprise et renouant avec les fondamentaux de la franchise.

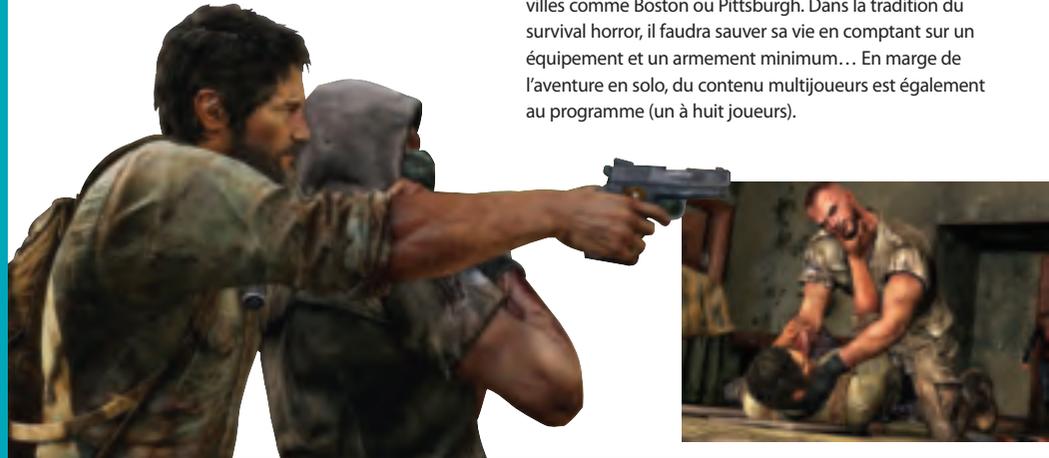


The Last of Us Enfin l'a

Attendu de longue date, **The Last of Us arrive enfin sur PlayStation 3 le 14 juin prochain.**

Développé par le studio Naughty Dog (Uncharted), le titre se distingue des précédentes productions de l'équipe en délaissant le souffle de l'aventure grand spectacle type Indiana Jones pour se tourner cette fois vers un univers post-apocalyptique sans concessions. « *Le jeu se situe vraiment à la croisée des genres entre aventure et survival horror* », explique Jérôme Blazy,

Chef de produits chez Sony Computer France. L'action du jeu prend place 20 ans après qu'un terrible virus ait ravagé le monde et transformé les infectés en des créatures sanguinaires. Dans le rôle d'un survivant, Joel, le joueur va traverser le monde plein de dangers de 2033 en compagnie d'une jeune fille, Ellie. Il devra emmener celle-ci loin des zones de quarantaine tout en la protégeant à tout prix des agressifs infectés... et des autres survivants et militaires. Un long périple qui leur fera traverser différentes villes comme Boston ou Pittsburgh. Dans la tradition du survival horror, il faudra sauver sa vie en comptant sur un équipement et un armement minimum... En marge de l'aventure en solo, du contenu multijoueurs est également au programme (un à huit joueurs).



f Us Apocalypse !

La PS3 toujours en force

« *The Last of Us* est l'un des trois principaux titres Sony Computer sur PS3 cette année avec *Gran Turismo 6* et *Beyond: Two Souls* », développe Jérôme Blazy. Avec plus de 1,3 million de jeux Uncharted vendus en France dont plus de 450 000 pièces d'Uncharted 3 (sorti fin 2011), le studio américain propriété de Sony Computer est devenu une valeur sûre, toujours garant de réalisation de haut vol et de narration enlevée toute cinématographique. Pour soutenir ce nouveau titre qui explore un univers différent et lorgne vers le genre du survival horror (cible 15/34 ans), l'éditeur met en place un dispositif de promotion conséquent incluant visibilité en TV (teasing début juin puis soutien du jeu au lancement), en Presse (surcouverture 20 Minutes par exemple) et sur Internet.

Une opération est également mise en place avec Amazon sur les Kindles (20 mai au 20 juin) avec à la clé plus de sept millions d'impressions. Côté magasins, *The Last of Us* ne devrait pas passer inaperçu avec de nombreux outils de PLV mais aussi une théâtralisation de certains points de vente visant à recréer l'univers post-apocalyptique du jeu, dans lequel la nature reprend ses droits ! Outre l'édition standard du jeu, *The Last of Us* sera également proposé en version limitée (Joel Edition et Ellie Edition) comprenant toutes deux de multiples bonus allant de l'artbook à la BD en passant par des contenus téléchargeables exclusifs. A noter que les possesseurs du jeu *God of War: Ascension* sur PS3 pourront profiter en exclusivité d'une démo jouable du titre à partir du 31 mai.



Le prochain Call of Duty se précise

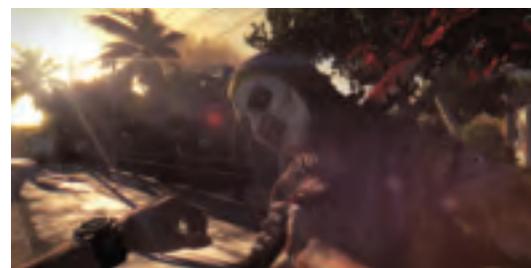
■ **Activision vient de communiquer la date de sortie et le titre du prochain volet de la série Call of Duty.** Prévu pour le 5 novembre, *Call of Duty: Ghosts* est en développement chez Infinity Ward, le studio qui travaille sur la série depuis ses tout débuts. Basé sur un nouveau moteur de jeu amélioré « qui va définir la série pour les opus futurs », le titre mettra en

scène la guerre dans un futur proche. Annoncé sur PC, PlayStation 3 et Xbox 360, il sera aussi publié sur les consoles de nouvelle génération dont la Xbox One. *Call of Duty: Ghosts* était en effet particulièrement mis en avant sur la conférence de présentation de la nouvelle console de Microsoft, le 21 mai dernier (voir page 14).



Dying Light

jeu d'horreur
chez Warner



■ **Warner Bros Interactive vient de signer un accord d'édition avec le studio polonais Techland, à qui l'on doit les séries Dead Island et Call of Juarez, pour leur prochain titre Dying Light.** Il s'agit d'un jeu d'horreur en vue

subjective en monde ouvert dans lequel le joueur devra combattre une population d'infectés particulièrement agressive. Un principe qui évoque bien entendu *Dead Island*, tout en promettant son lot d'innovations comme un cycle jour/nuit habilement exploité dans le jeu. C'est en effet au coucher du soleil que les ennemis se montreront le plus agressif et que les monstres les plus dangereux se mettront à arpenter la vaste étendue urbaine prévue. Le jeu est annoncé pour 2014 sur Xbox One, PlayStation 4, Xbox 360, PlayStation 3 et PC.

Les Sims Génération 4 en vue



■ **Electronic Arts annonce le développement du jeu Les Sims 4, à destination du PC et du Mac, dont la sortie est fixée à 2014.** Peu d'informations ont pour le moment été communiquées sur cette nouvelle génération du jeu PC le plus vendu mais on sait déjà que les joueurs auront la possibilité de personnaliser toujours plus leurs personnages et univers. Rappelons que ce jeu de simulation de vie représente, d'après EA, plus de 100 millions de jeux et extensions vendus dans le monde.





EA Grosses cylindrées et next-gen

La franchise **Need For Speed** reviendra en fin d'année avec un nouveau volet, **Rivals**.

Annoncé pour la fin d'année sur PC, PS3 et Xbox 360, le titre sera également publié sur les consoles de nouvelle génération PS4 et Xbox One.

Développé par une nouvelle structure créée par l'éditeur américain, le titre entend remettre à l'honneur les courses poursuites entre bolides prestigieux et forces de l'ordre. Parmi les nouveautés annoncées, on notera Alldrive, une fonctionnalité en ligne permettant de passer naturellement du jeu en solo à la rencontre avec d'autres joueurs en ligne. EA rappelle par ailleurs que Need For Speed Rivals verra le grand retour des voitures Ferrari au sein de la série. Les versions PC, PS3 et Xbox 360 sont prévus pour le 19 novembre prochain.



Nintendo

Un été chaud sur Wii U



Le constructeur japonais a profité d'une conférence Nintendo Direct en mai pour préciser les dates de sorties de ses prochains titres sur Wii U.

« Année de Luigi » oblige, New Super Luigi U est confirmé pour le 20 juin prochain sous forme d'un contenu supplémentaire à télécharger pour les possesseurs de New Super Mario Bros U (jeu sorti en même temps que la console). Cette extension comprendra 82 niveaux revus ainsi qu'un nouveau personnage jouable. A noter qu'une version physique (ne nécessitant donc elle pas le jeu original) sera également vendue en magasins à partir du 26 juin, « pour une durée limitée ». Quelques jours plus tard, ce sera au tour de Game & Wario (le 28 juin) de rejoindre les linéaires, avec un titre dans la tradition des précédents Wario Ware (GameCube, Wii) et proposant donc de multiples mini-jeux décalés et truffés de références rétro. 16 mini-jeux sont annoncés, exploitant évidemment les spécificités du Gamepad.

Action et stratégie pour tous

Annoncé et présenté dès la première apparition publique de la Wii U, Pikmin 3 va enfin se concrétiser le 26 juillet. Nouvel opus de cette série née sur GameCube mixant action et stratégie, Pikmin 3 compte parmi ces jeux qui semblent avoir été pensés pour tirer pleinement partie des possibilités offertes par le GamePad. Au cours de la



partie, celui-ci affichera une vue générale et dynamique de la carte pour mieux appréhender l'action à l'échelle tactique. Nintendo a, par ailleurs, enfin confirmé une date de sortie pour The Wonderful 101, le jeu exclusif à la Wii U développé par Platinum Games. Prévu pour le 23 août, celui-ci proposera aux joueurs de prendre les commandes d'une équipe de super-héros s'entraînant pour repousser une invasion extra-terrestre. Là aussi, action et stratégie devraient s'entremêler dans un titre qui s'annonce très coloré. Nintendo assure un été chargé à sa console, en attendant bien sûr les annonces qui ne manqueront pas d'être faites à l'occasion de l'E3 en juin.

Anciens frères ennemis

Nintendo a par ailleurs annoncé un partenariat exclusif avec Sega autour du prochain jeu Sonic qui sera uniquement publié sur consoles Wii U et Nintendo 3DS. Sonic Lost World sera le prochain jeu de plateforme/aventure mettant en scène le fameux hérisson bleu. Nintendo et Sega ont également confirmé le développement d'un nouveau jeu de sport dans la gamme Mario & Sonic, qui marquera les premiers pas de la série sur Wii U après des ventes colossales sur Wii et DS. Ce prochain titre, Mario & Sonic at the Sochi 2014 Olympic Winter Games abordera de multiples sports comme le ski, le curling ou encore le snowboard.

Gran Turismo, sorti en 1998

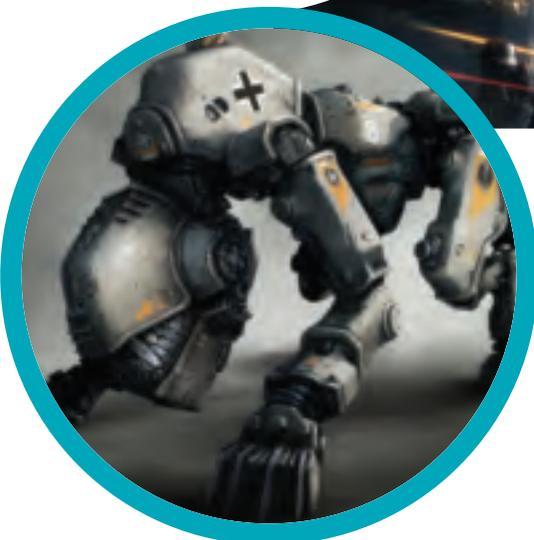
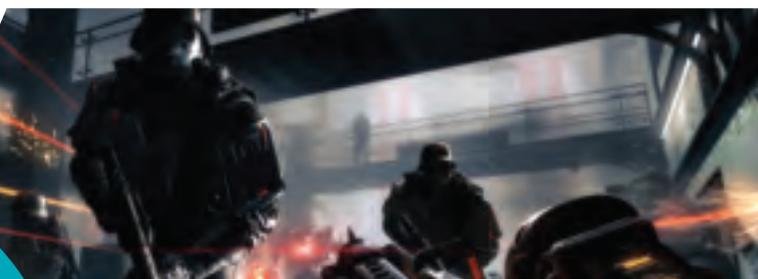
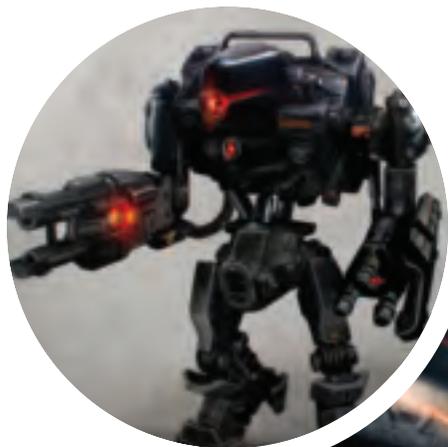


Gran Turismo

souffle ses bougies et passe la sixième

■ En 1998, Gran Turismo sortait sur la première

PlayStation. Un tour de force technique sur la console et un jeu référence qui a donné ses lettres de noblesses à la simulation automobile sur console de salon. Quinze ans et 70 millions de jeux de la série vendus après, le studio Polyphony Digital annonce un Gran Turismo 6 qui sera publié sur PlayStation 3 pour les fêtes de fin d'année. « *Nous avons retravaillé le jeu pour le rendre plus flexible et extensible* », promet Kazunori Yamauchi, créateur de la série, « *en laissant la porte ouverte à de nombreux développements futurs* ». Basé sur un nouveau moteur, ce sixième opus reprendra tous les circuits et voitures de Gran Turismo 5 sur la même console, tout en en ajoutant de nouveaux. On atteindra ainsi selon Polyphony Digital 1 200 voitures différentes au lancement... en attendant les contenus supplémentaires à télécharger qui suivront. Côté circuits, 33 tracés seront présents sur la galette dont sept nouveaux y compris le mythique circuit de Silverstone en Angleterre. Le studio annonce également une nouvelle interface de jeu ainsi que d'inédites possibilités de connexion du jeu avec smartphones et tablettes. La compétition GT Academy fera également son retour cette année avec des inscriptions dès juillet.



Wolfenstein

ressort les armes

■ Le jeu qui a créé le genre du jeu d'action en vue subjective sera de retour en fin d'année. Bethesda Softworks annonce en effet un nouveau Wolfenstein à paraître pour « *le dernier trimestre 2013* ». Wolfenstein : The New Order devrait, comme ses illustres ancêtres, permettre aux joueurs de se lancer dans la chasse aux nazis dans un jeu d'action en vue subjective. L'histoire reposera cette fois-ci sur un scénario dans lequel le Troisième Reich aurait gagné la Seconde Guerre mondiale, l'action se déroulant dans des années 60 alternatives avec visiblement un ton lorgnant davantage vers la science-fiction. L'éditeur annonce le jeu sur PC, PlayStation 3, Xbox 360 ainsi que sur les consoles de nouvelle génération.





Disney

Vers Infinity et au-delà



Le 22 août, Disney publiera *Disney Infinity*, un titre mêlant jeu vidéo et figurines mais aussi différentes têtes d'affiche bien connues du groupe. Pour la première fois, *Pirates de Caraïbes*, *Cars* ou encore *Monstres Academy* vont se retrouver dans un même jeu vidéo. Par Patrick Hellio

Difficile d'aborder Disney Infinity sans évoquer Skylanders, le succès colossal d'Activision qui repose lui aussi sur un mix entre jeu vidéo et jouets. Prévu pour le 22 août sur PlayStation 3, Xbox 360, Wii, Wii U et Nintendo 3DS, *Disney Infinity* propose également un jeu vidéo exploitant des figurines réelles pour fonctionner. Le système utilise un lecteur à poser sur la table, branché à la console, qui peut accueillir deux figurines de personnages (une pour la version 3DS) alors projetés dans le jeu, mais aussi un trophée qui permet d'activer les différentes aventures tirées de grands films du groupe sans oublier des « power discs » à glisser sous les personnages qui influent sur leurs pouvoirs ou sur les caractéristiques de l'environnement. Les figurines abritent une puce enregistrant les caractéristiques du personnage. L'une des originalités d'Infinity est de proposer deux principaux modes de jeu : Aventures qui permet de suivre un des scénarios préétablis et abordant différents genres (action, plate-forme, course automobile...) ou Toy Box, littéralement « coffre à jouet ». Inspiré par un mode déjà vu dans le jeu Toy

Story 3 il y a quelques années, celui-ci permet au joueur de créer son propre univers, ses propres niveaux et sa propre histoire avec ses personnages.

Une audience familiale

« Le cœur de cible de *Disney Infinity* se situe chez les enfants entre six et 12 ans », détaille Cécile Fouques-Duparc, Responsable communication contenus digitaux. « Un mode comme *Toy Box* va permettre de rendre le jeu encore plus attractif auprès de la tranche jeune de la cible, les enfants à partir de six ans, qui pourra débiter avec un tutorial. *Toy Box* a aussi la capacité à séduire les gamers qui vont pouvoir s'approprier les outils de création ». La puissance des licences engagées à ce jour (*Les Indestructibles*, *Monstres et Académie*, *Pirates des Caraïbes*, *Cars* ou le nouveau film *Lone Ranger* qui sort cet été) est évidemment un argument de poids pour le jeu de Disney. Le titre sera jouable à deux offline et quatre online. « Ces univers ont la faculté de réunir toute la famille autour du jeu et la particularité de parler à toutes les générations », précise Cécile Fouques-Duparc. Il est

Disney
INFINITY
IMAGINEZ UN MONDE POUR JOUER À L'INFINI

en effet rare que des licences aussi fortes soient ainsi réunies et même mélangées dans un concept commun. « C'est John Lasseter, Directeur créatif des Studios Disney, qui a rendu possible un tel projet », développe l'éditeur qui souligne que Disney Infinity est en production depuis 2010.

Déploiement média massif...

Produit stratégique pour Disney oblige, le lancement de Disney Infinity sera soutenu par un plan de communication massif. « La communication a débuté en mars dernier », situe Laure Bernou, Chef de produits. « Avec alors un plan sur les chaînes TV et les magazines du groupe Disney ». Les précommandes sont d'ores et déjà lancées en retail et sur les sites e-commerçants. « Du teasing sera mis en place fin juin via notamment des jeux concours », poursuit Laure Bernou. « Au lancement du jeu le 22 août, une campagne TV massive sera lancée en chaînes hertziennes et TNT qui courra jusque fin septembre. Un plan conséquent est aussi prévu sur Internet via YouTube, Facebook, Twitter, Pinterest... ».

... et campagne sur le terrain

La prise en main par les joueurs est essentielle, notamment sur un concept de jeu de ce genre : « Dès que possible, nous allons essayer de mettre le jeu à disposition du public, sur le terrain. Que ce soit via des opérations dans les Disney Stores, dans le Parc Disneyland Paris ou via une tournée organisée avec les hôtels Ibis et Nintendo ». La promotion en magasins s'inscrit également dans cette optique : « Notre proposition en direction des points de ventes mise sur l'aspect clé en main et une grande flexibilité des dispositifs mis à disposition », commente Laure Bernou. L'éditeur annonce ainsi un dispositif PLV conséquent avec différents types et tailles de box (certaines interactives avec écran intégré), de l'habillage de linéaires... Des opérations de mise en avant de la gamme sont également prévues avec les principaux sites de e-commerce (via des mini-sites notamment). Le statut particulier du concept Disney Infinity, entre jeu vidéo et jouet, devrait profiter de la nouvelle organisation du groupe Disney qui voit les mêmes équipes commerciales (15 personnes en France) travailler sur les différentes familles de produits (livres, vidéo, jeu vidéo...). « A terme, il est très probable que l'on retrouve

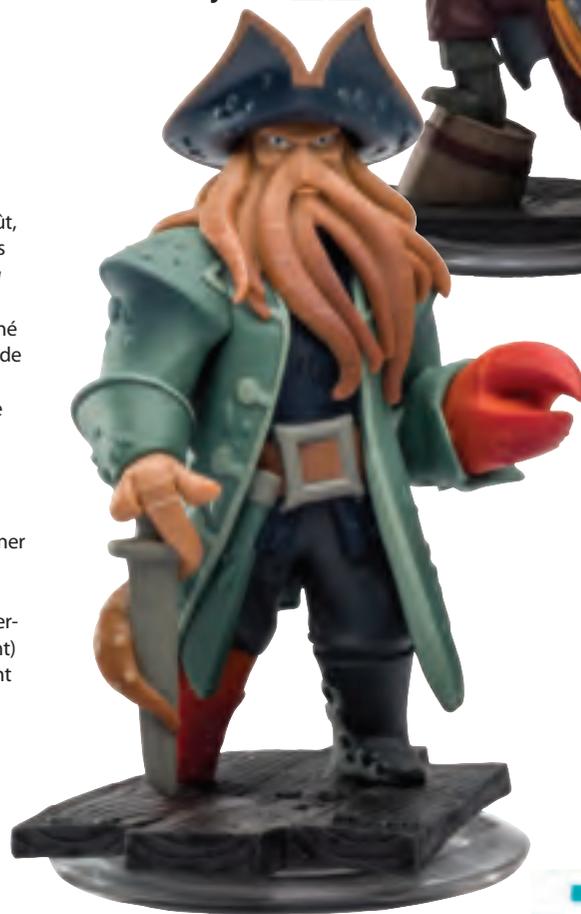


« La puissance des licences engagées à ce jour est évidemment un argument de poids pour le jeu de Disney. »

aussi Disney Infinity en dehors du rayon jeu vidéo », prévoit l'éditeur.

Ambitions à long terme

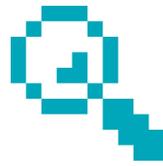
Disney ne cache pas ses ambitions à long terme autour du titre. Après la première livraison le 22 août, une seconde vague de figurines est prévue dans les mois suivants. « Cela sera un deuxième temps pour la communication, avec soutien du dispositif en TV, Internet et en retail », détaille l'éditeur, l'objectif affiché étant de faire de Disney Infinity un incontournable de cette fin d'année. Disney annonce par ailleurs le lancement d'un site Internet ouvrant sur un monde virtuel en ligne dans lequel les joueurs pourront retrouver, en 2014, leurs figurines via des codes fournis avec chacune d'entre elles. Une application iOS offrira aussi de retrouver les constructions du mode Toy Box sur iPhone ou iPad. Si on peut imaginer les nombreuses franchises Disney et Pixar qui pourront à l'avenir rejoindre Disney Infinity, les récentes acquisitions du groupe (Marvel et ses super-héros, Lucasfilm et sa Guerre des Etoiles notamment) laissent augurer tout le potentiel de développement dont pourrait profiter ce concept de brassage de différents univers.



Dans les bacs le 22 août

Ce sont donc 21 références qui arriveront en magasins le 22 août prochain. Pour commencer, un « pack de démarrage » comprenant lecteur, trophée, power disc et trois figurines (Jack Sparrow, Sulli et M.Indestructible) et le jeu est au programme (entre 60 et 70 euros selon les sites de vente). Il sera disponible en cinq versions différentes (voir texte). Des packs thématiques additionnels comprenant figurines et trophées dédiés sont ensuite au programme : Cars, Lone Rangers, coffret « méchants » ou « acolytes », sachant que les figurines sont compatibles indifféremment avec les différentes versions du jeu. Les figurines seront également vendues à l'unité (13 euros environ) et les « power discs » par sachets de deux (huit euros environ), sachant qu'ils seront garnis au hasard.





Koch Media organisait une soirée le 16 mai dernier pour célébrer le lancement de *Metro Last Light*, jeu d'action en vue subjective basé sur les écrits post-apocalyptiques de l'auteur russe Dmitry Glukhovsky, venu à Paris soutenir le lancement du titre. Par Patrick Hellio - Photos : Guy Pichard

Metro Last Light fête sa sortie

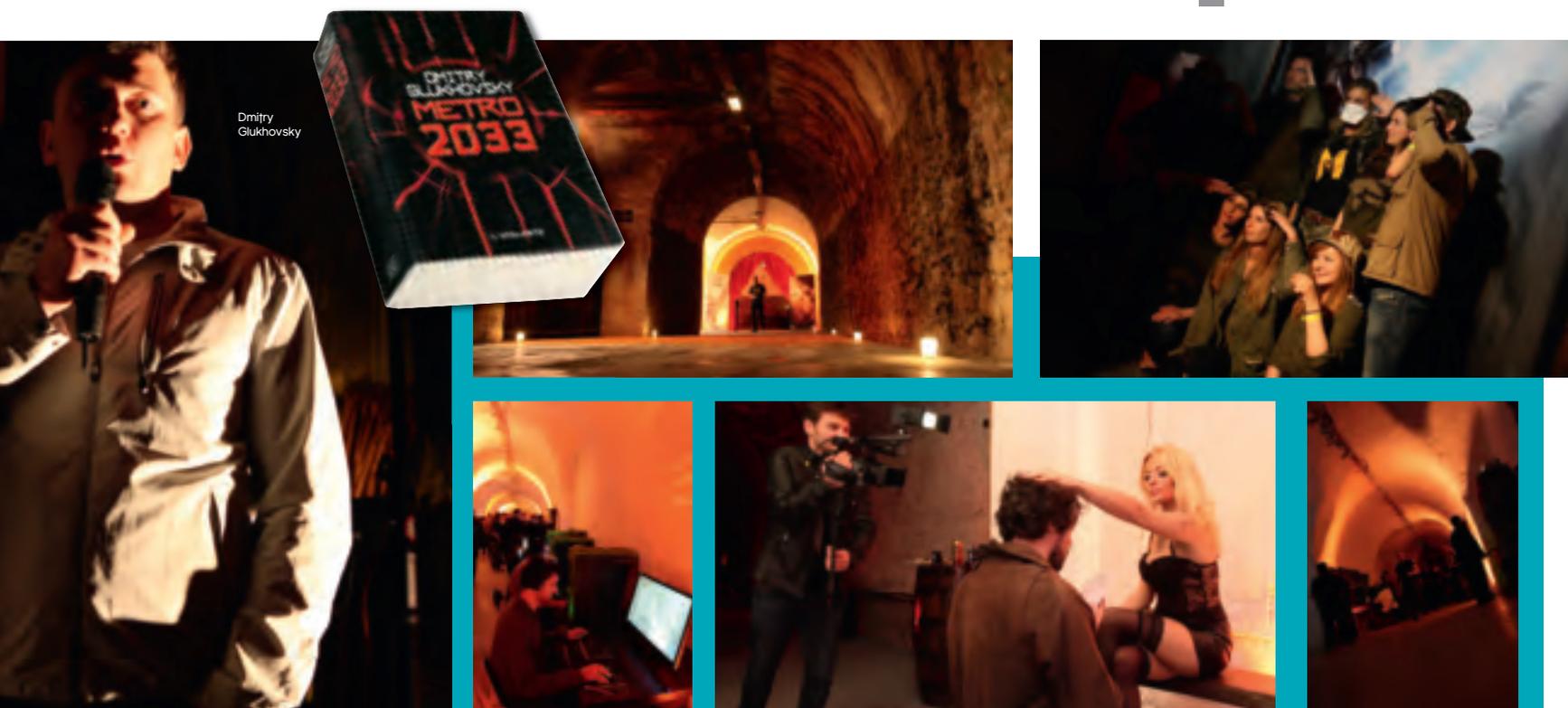


A l'instar de son prédécesseur Metro 2033, Metro Last Light appartenait au giron de THQ avant la banqueroute de celui-ci.

Publié désormais sous le label Deep Silver de Koch Media, le titre a finalement rejoint les linéaires le 17 mai, soutenu par un accueil critique globalement très positif dans la presse spécialisée. Pour fêter le lancement du jeu, Koch Media organisait une évidemment soirée sous-terrainne, dans les caves du Chemin des Vignes à Issy-Les-Moulineaux où la Presse notamment était invitée. Il s'agit donc du second jeu vidéo basé sur l'univers créé par Dmitry Glukhovsky, auteur du roman Metro 2033. «Ce jeu s'inscrit dans une véritable saga transmédia», a confirmé l'auteur au cours de la soirée. «L'histoire se développe via des romans, les miens ou ceux d'autres auteurs développant leurs propres histoires dans l'univers

Metro, certaines parties de la narration trouvent leur place comme ici dans un jeu vidéo et un film pourrait à l'avenir voir le jour sachant que la MGM en dispose des droits». Sur *Metro Last Light*, l'auteur a signé le scénario et les dialogues spécifiquement pour un jeu vidéo, une expérience nouvelle : «j'ai vraiment abordé le sujet comme je l'aurais fait pour celui d'un film et j'ai imaginé les dialogues comme ceux d'un livre», détaille l'auteur. «Neuf ans ont passé depuis que j'ai écrit *Metro 2033* et c'est pourquoi, je pense, la thématique de *Last Light* est plus adulte, plus complexe et plus controversée qu'à l'époque. Cela a en tout cas été une expérience inoubliable pour moi d'avoir participé à la création d'un jeu vidéo qui soit aussi différent des titres concurrents». L'auteur russe a collaboré avec le studio 4A Games pour concevoir ce titre dans lequel le joueur explore le métro et la ville de

Moscou 20 ans après une apocalypse nucléaire. En croisant des groupuscules néo-nazis, en évoquant la xénophobie face à la race des Sombres ou en cinglant le régime communiste, Glukhovsky dénonce via sa fiction et un jeu engagé des revers bien réels de son pays... et de l'Humanité. Pour accompagner le lancement du jeu, Koch Media avait par ailleurs déployé une campagne Web et Presse orientée en direction des gamers. Des campagnes ont été mises en place avec les constructeurs Sony et Microsoft. Un partenariat global a été signé avec Nvidia autour du jeu (un PC faisait tourner le titre en 3D sur trois écrans en panoramique à la soirée) et des actions communautaires ont été menées, sur Facebook notamment. Le jeu est disponible sur PC, PlayStation 3 et Xbox 360.





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



Entretien avec
Emmanuel Arbey,
Directeur général

DEA Une

Avec la marque Tekniser, DEA veut investir des segments plus haut de gamme en développant notamment des tablettes thématiques à forte valeur ajoutée. Ainsi, la marque va proposer un modèle dédié au jeu vidéo en intégrant de véritables manettes qui seront utilisables dans tous les jeux et un autre dédié aux enfants avec un accompagnement complet pour les guider dans les activités et les aider dans leur découverte du monde numérique. Par Stéphane Kauffmann



JDLI : Pourquoi avoir créé la marque Tekniser ?

Emmanuel Arbey : Nous nous sommes rendus compte que DEA devait segmenter son offre produits pour plus de cohérence. Ainsi, nous avons déjà regroupé les accessoires, le jeu vidéo et la connectique sous DEA Factory. Ensuite, nous avons créé Browniz pour nos produits audio ludiques et tendance, principalement des casques et des accessoires pour la téléphonie. Pour proposer plus de valeur ajoutée à la distribution, il nous fallait une marque premium plus technique. Tekniser propose des tablettes, des casques haut de gamme et des supports enceinte pour tablettes.

Comment apporter de la valeur ajoutée à la tablette abordable ?

Avant tout, il s'agit de produire des tablettes de qualité et ce n'est pas aussi évident que l'on pourrait le penser. Il faut déjà sélectionner les composants avec soin pour que l'expérience utilisateur soit satisfaisante. Ainsi, nous utilisons des processeurs double cœur de dernière génération qui intègrent aussi une partie graphique performante pour les

applications et surtout les jeux. De même, nous intégrons des écrans HD dont la réactivité tactile est excellente et des batteries qui autorisent suffisamment d'autonomie. De même, nous accordons un soin particulier au châssis et à l'ajustage des différentes pièces. Tout cela évite les retours en service après-vente que nous assurons d'ailleurs en direct. Pour les enseignes, c'est une garantie de satisfaction client. Ensuite, la valeur ajoutée se fait par l'adaptation de la tablette à des univers particuliers, comme le jeu et l'enfance avec des fonctionnalités dédiées et des contenus intégrés. Même dans nos tablettes généralistes, nous intégrons de l'appli à valeur ajoutée. Enfin, nous associons nos tablettes à des licences fortes. Ainsi, il est possible d'éviter la guerre des prix avec un consommateur qui reconnaît la valeur de nos produits.

En quoi votre tablette dédiée au jeu vidéo se différencie-t-elle d'un modèle standard ?

Déjà, nous avons conçu un châssis spécifique. Nous

y avons intégré deux manettes physiques complètes à l'image de l'environnement console de salon car le jeu en tactile n'est que rarement satisfaisant. Ce développement propre nous garantit aussi un ajustage parfait et des commandes à la bonne place pour une ergonomie sans faille, essentielle pour le jeu vidéo. Le premier modèle, que nous avons lancé il y a quelque temps déjà, nous a aussi permis de comprendre les critères les plus importants pour le jeu. Ainsi, nous avons doté cette seconde génération d'un processeur double cœur très performant auquel nous avons ajouté 8 Go de mémoire. Il fallait aussi trouver une solution pour que les manettes physiques fonctionnent avec tous les jeux et nous avons donc développé une application qui permet d'attribuer simplement les bonnes commandes. Enfin, nous offrons un Quizz dont le focus est le jeu vidéo avec 350 questions.

L'attribution des manettes fonctionne-t-elle pour tous les jeux ?

Oui, ce devrait être le cas, tous ceux que nous avons testés fonctionnent. En fait, notre application permet d'attribuer chaque fonction tactile à un bouton, une gâchette ou un joystick. Cela se fait tout simplement en faisant glisser la fonction tactile vers la commande qui se matérialise à l'écran. Une poignée de secondes suffisent et la configuration est sauvegardée. Ainsi, à chaque nouveau lancement du jeu, la tablette utilise la bonne attribution automatiquement sans intervention de l'utilisateur. Avoir ainsi des commandes physiques à disposition améliore grandement l'ergonomie et le confort dans les jeux, surtout ceux d'action, de tir, de plateforme, de sport et de course.

Après le jeu, c'est une tablette pour enfants que vous concevez !

Nous sommes partis du postulat que les parents ne savent pas vraiment ce que les enfants font sur leur tablette. Il nous a donc semblé important de développer une interface logicielle qui permet de contrôler ce que font les plus petits et de décider avec eux ce qui leur convient et présente de l'intérêt. Ce n'est pas un contrôle rigide limité à quelques possibilités mais une manière évolutive et



tablette d'avance



précise d'accompagner les enfants pour que l'expérience soit profitable et sans risque. Nous nous sommes également associés au magazine Parents pour délivrer des recommandations et développer cet univers en connaissance de cause. Le matériel a également été créé dans cette perspective. Toujours dans le souci de préserver les enfants, l'écran s'obscurcit automatiquement si on approche la tablette trop près des yeux et la carte SD n'est pas accessible simplement. La tablette sera également vendue avec une housse très résistante ainsi qu'une poignée de transport qui fait également office de support.

Expliquez-nous la valeur ajoutée de votre surcouche logicielle.

L'accès se fait par un mot de passe parent et il est ensuite possible de régler très finement les possibilités d'usage. Ainsi, les parents peuvent décider du temps et de la fréquence d'utilisation. Ils peuvent aussi limiter l'usage à une plage horaire dans la journée et prévoir une pause obligatoire après un certain temps. Cela responsabilise l'enfant sur son temps de jeu dont il sera le gestionnaire. Un logiciel permet d'analyser les sites Internet pour décider lesquels seront accessibles à l'enfant. On peut ainsi choisir avec lui les sites qu'il pourra consulter parce qu'ils l'intéressent et sont adaptés à son âge. L'enfant peut également personnaliser son espace en ajoutant des photos, un fond d'écran et en modifiant les menus contextuels. Tout cela se fait très simplement et ne nécessite aucune

connaissance particulière en informatique ou autre. Cela fait maintenant six mois que nous améliorons le logiciel en fonction des remontées de la distribution et de nos échanges avec Parents.

En quoi consiste votre partenariat avec le magazine Parents ?

Ils ont déjà beaucoup travaillé sur des recommandations pour l'univers numérique à l'intention des enfants. Ainsi, notre tablette intègre plusieurs applications en fonction de la tranche d'âge. Elles contiennent des recommandations sur le bon usage de la tablette pour l'éducation et le loisir dans le monde numérique. Cela aidera les parents à guider et à accompagner leurs enfants pour qu'ils fassent les bons choix.

En dehors des tablettes thématiques, comment se différencier et que proposez-vous ?

Nous essayons de nous différencier par rapport à la masse des tablettes toutes similaires. Ainsi, en sept pouces, nous ne proposons que nos deux tablettes thématiques dédiées au jeu et à l'enfant. Nous lançons également deux tablettes dans des tailles moins courantes à prix abordable, soit une 9,7 pouces au format 4/3 et une 10,1 pouces. Elles sont aussi dotées d'écrans HD de grande qualité. Nous intégrons aussi des jeux et cinq compils quizz avec 1 500 questions au

« Développer des tablettes pour un usage spécifique et les associer à une licence forte permet d'ajouter de la valeur. »

total, ce qui permet de se divertir agréablement en famille. En offre de lancement, nous y ajoutons une housse offerte.

Allez-vous étendre la marque à d'autres produits ?

Nous allons proposer des supports pour tablettes qui sont dotés d'une enceinte sans fil en Bluetooth. Cela permet de maintenir la tablette dans une position adaptée à la lecture et à la vidéo, tout en bénéficiant d'un son de qualité pour regarder un film. Nous lançons également un casque nomade Bluetooth pliable de qualité à 69 euros. Enfin en fin d'année, nous allons sortir deux casques audiophiles, un filaire à 199 euros et un sans fil aux alentours de 250 euros. Ils bénéficieront d'une restitution sonore de grande qualité et seront accompagnés d'une licence forte dans le domaine de la musique classique.





Loewe

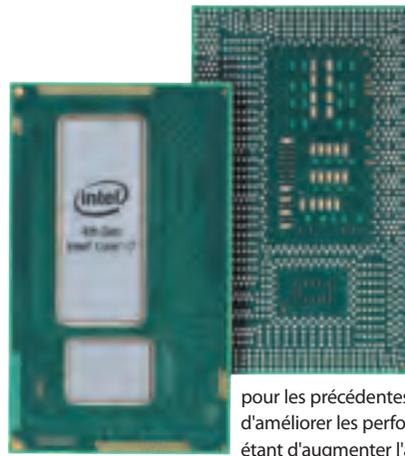
Le son à 360°

Loewe présente son système de haut-parleurs à 360°, baptisé **3D Orchestra**. Ce concept propose des ensembles qui vont du 3.1 au 7.4 fonctionnent sans fil et inaugure un principe inédit puisque les haut-parleurs diffusent le son à 360° par propagation sphérique des ondes simultanément dans toutes les directions. En théorie, il suffit de deux haut-parleurs 3D Orchestra, d'un téléviseur (Loewe bien sûr) en tant que voix centrale et d'un caisson de grave pour obtenir un rendu acoustique immersif. Le phénomène de son à 360° s'intensifie selon la configuration choisie et donc en fonction du nombre de haut-parleurs et de caissons de grave. Le système dispose d'un procédé qui analyse la pièce lors de la première installation. Une fois les haut-parleurs répartis où on le souhaite, il suffit de placer le microphone au centre de la pièce. Les mesures se font automatiquement par triangulation qui prend en considération les données acoustiques (dimensions, recoins, mobilier, rideaux absorbant le bruit...). De dimension assez compacte (10 cm de diamètre par 31 cm de haut), chaque haut-parleur affiche une puissance de 80 watts et le caisson de graves 200 watts. Le système 3D Orchestra est disponible dans diverses configurations notamment en 3.1 (**1 700 euros**) et 5.1 (**2 300 euros**).

Nokia

vers la lumière

On savait qu'il arrivait, mais c'est désormais officiel. Le Lumia 925 vient s'ajouter au Lumia 920 dans le haut de gamme du constructeur finlandais. S'il conserve la même taille d'écran que son prédécesseur, le 925 troque la technologie LCD contre l'OLED. Autre changement majeur, il est nettement plus léger même si cela se fait au prix de quelques fonctions comme la charge sans fil. Un effort particulier a été porté sur la photo, Nokia ayant intégré un de ses très bons capteurs PureView. Le Lumia 925 sortira en juin pour **599 euros** dans sa version 16 Go.



Intel

Jouer sur ultrabook

Le numéro un des processeurs dévoile sa quatrième génération de processeurs Core i (nom de code Haswell).

Comme pour les précédentes, Intel a optimisé l'architecture de ses nouvelles puces afin d'améliorer les performances tout en diminuant la consommation électrique. L'objectif étant d'augmenter l'autonomie des portables et autres ultrabook. Mais la plus grande évolution concerne la section graphique. Si jusqu'à présent elle était peu propice à exécuter les jeux récents, la nouvelle version intégrée dans cette quatrième génération de Core i est plus vélocité avec un gain en performance de l'ordre de 40% selon Intel. Six cœurs graphiques (HD 4200, HD 4400, HD 4600, HD 5000, Iris 5100 et Iris Pro 5200) sont proposés suivant les modèles de processeurs et suivant leur enveloppe thermique. Mais les deux modèles les plus intéressants sont les Iris 5100 (orienté ultrabook) et Iris Pro 5200 (portables traditionnels). Ainsi, les Core i intégrant le cœur graphique Iris 5100 autoriseront l'exécution des jeux récents à la résolution de 1366 x 768 pixels (avec un réglage de qualité dite moyenne), ce qui correspond à la majorité des dalles qui équipent les ordinateurs portables. L'Iris Pro 5200 est capable d'exécuter les jeux en Full-HD. Pour la performances des processeurs, Intel annonce un gain de l'ordre de 11% en moyenne par rapport à la précédente génération (Ivy Bridge). A noter que le fondeur a désormais intégré le chipset à la partie processeur ce qui permet aux constructeurs d'ordinateurs de réduire le système de refroidissement pour concevoir des portables encore plus fins. Les ordinateurs équipés de ces nouveaux processeurs devraient être disponibles dans le courant de l'été.

DEA

charge par induction

Le fabricant français a profité du MedPi pour présenter sa nouvelle gamme de chargeurs sans fil s'appuyant sur la technologie à induction. Ainsi, DEA propose sous la marque Qi trois types de chargeurs : un standard, un voiture et un stand ainsi qu'une innovation appelée L'Energy Card qui rend compatible un smartphone Samsung S3 ou Note 2 avec tous les chargeurs à inductions sans avoir à changer de coque. Les chargeurs Qi seront disponibles cette rentrée.



Thrustmaster

Haute voltige

Pour répondre à la demande de la communauté de simulation du combat aérien, Thrustmaster propose désormais en version indépendante le joystick de l'avion A-10 : le Hotas Warthog Flight Stick.

Réplique du manche de commandes du célèbre avion d'attaque de l'U.S. Air Force, le stick dispose d'une base en métal lui procurant une bonne stabilité. On retrouve 19 boutons d'actions au total et un chapeau chinois à huit directions. Le Hotas Warthog Flight Stick est également compatible avec la suite logicielle T.A.R.G.E.T disponible en téléchargement gratuit. Elle permet de tester, de configurer et de programmer la manette. Le Hotas Warthog Flight Stick est disponible au prix de **249,99 euros**.



Samsung S4 rétréci

■ Bien que pas encore tout à fait officialisée, une déclinaison mini du Galaxy S4 vient de faire son

apparition sur un des sites de l'entreprise.

Comme son prédécesseur, le S4 Mini adopte un écran plus petit (4,3 pouces au lieu de 5 pouces) mais aussi des caractéristiques techniques nettement moins musclées que celles de son grand frère. Il devrait toutefois en conserver le design. Aucun prix ni date de sortie ne sont connus pour le moment.



Kobo

Une nouvelle Aura



■ Malgré la domination d'Amazon dans le domaine, Kobo continue d'améliorer ses liseuses avec une nouvelle version de son modèle haut de gamme Aura. Elle profite d'un écran de 6,8 pouces monochrome E-Link Pearl doté d'une résolution HD

(1440 x 1080 et 265 dpi) et de 4 Go de mémoire. Elle offre un éclairage ComfortLight conçu pour assurer une meilleure uniformité que les technologies actuelles. Cette nouvelle liseuse Kobo Aura est disponible dès maintenant pour **169,90 euros**.



Toshiba

Convertible musclé



■ Relativement discret depuis la sortie de Windows 8, Toshiba revient avec un nouvel hybride, cette fois orienté vers les professionnels. Le Portégé Z10T adopte le format tablette auquel vient s'ajouter un dock/clavier. Il se distingue de la concurrence par une approche résolument haut de gamme. Il embarque en effet une dalle Full-HD et un processeur Intel Core i5. On remarque également la possibilité d'adjoindre un module 3G. Le prix n'a pas été dévoilé et de lui dépendra l'intérêt que pourra lui porter le grand public aussi.



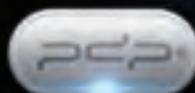
AFTERGLOW®

CASQUE RÉTRO-ÉCLAIRÉ UNIVERSEL

C'est le son
de la fureur.

C'est la lumière
de la victoire.

C'est un casque
Afterglow...



PERFORMANCE
DESIGNED
PRODUCTS®

PDP France & Benelux
120 Rue Jean Jaures
Levallois Perret - 92300 - France
Tel. +33 147 562 033

Visiter notre site web : www.afterglowgaming.com

AOC



Ecran turbo

Avec son tout nouvel écran baptisé g2460Pqu, AOC fait de l'œil aux joueurs grâce à un temps de réponse de 1 ms et une fréquence de 144 Hz. Ce moniteur propose également plusieurs fonctionnalités avancées comme i-Care qui adapte la luminosité de l'écran en fonction de l'éclairage ambiant, un mode éco i-Menu qui permet d'accéder aux paramètres de configuration via la souris ou encore Screen+ qui permet de diviser l'écran en plusieurs fenêtres indépendantes accessibles par des raccourcis. L'écran intègre une dalle TN d'une diagonale de 24 pouces à rétro-éclairage LED. La connectique est pléthorique avec un hub USB 4 ports dont deux en version 3.0, des prises VGA, DVI-D, HDMI et Display Port. On trouve également une sortie casque et deux haut-parleurs. Le g2460qu est disponible au prix de **339 euros**.

TrendNet

Voir chez soi

Le spécialiste du réseau étend sa gamme de caméras de sécurité Cloud avec la TV-IP762IC. Les caméras Cloud s'installent aisément sur le réseau domestique via le WiFi et permettent aux utilisateurs d'y accéder à partir de n'importe quelle connexion Internet ou sur smartphone. La TV-IP762IC filme en 720p de jour comme de nuit et peut enregistrer les vidéos sur une carte micro-SD.



Par ailleurs, il est possible d'activer la détection de mouvements et d'envoyer les alertes par mail. La caméra est disponible au prix de **149,90 euros**. TrendNet propose également un extenseur de réseau WiFi baptisé TEW-713RE. Il permet d'assurer la connexion sans fil dans une zone faiblement ou non couverte par le réseau domestique. La mise en place est simple puisqu'il suffit de synchroniser l'extenseur avec le routeur sans fil ou la box Internet via la fonction WPS. Le répéteur est disponible au prix de **49,90 euros**.

Nvidia

Pour passionné



On pensait que le petit monde de la carte graphique serait

calme jusqu'à la fin de l'année mais il n'en est rien !

Et si effectivement AMD a indiqué ne pas sortir sa nouvelle génération de puce graphique avant la fin de cette année, ce n'est pas le cas de Nvidia qui compte bien profiter de ces six prochains mois pour attirer de nouveaux joueurs vers sa technologie. Ainsi, la marque présente une nouvelle puce graphique, la GeForce GTX 780. Avec ce GPU, Nvidia décline la technologie initiée avec la Titan sortie en février. On retrouve donc l'architecture Kepler optimisée qui a été adaptée. Par rapport à la GeForce GTX 680



qu'elle devrait remplacer à terme, les premiers tests montrent un gain en performance de l'ordre de 25% et il varie de 6 à 10% par rapport à sa concurrente actuelle chez AMD, la Radeon HD 7970 GHz Edition. En outre, Nvidia a amélioré le système de refroidissement ce qui a permis de réduire le niveau des nuisances sonores, même à pleine charge. En revanche, le prix de **650 euros** pour une carte graphique équipée de cette puce la réserve aux joueurs plutôt motivés. Nvidia propose également une déclinaison un peu moins onéreuse avec la GeForce GTX 770, dont le prix se situe aux alentours des **550 euros**.

Hercules

L'enceinte tout-terrain

Hercules complète sa gamme d'enceinte WAE avec la Outdoor BTP04. Cette enceinte Bluetooth est certifiée IP64. Autrement dit, elle ne craint pas les projections d'eau ou de neige et elle est protégée contre la poussière et le sable. En outre, avec ses embouts en caoutchouc et sa double grille de protection, elle résiste aux chocs. La WAE BTP04 est destinée tout spécialement aux sportifs et baroudeurs qui pourront diffuser leur musique depuis leur smartphone ou tablette ou encore prendre des appels grâce à la fonction kit mains libres. La BTP04 est fournie avec un câble USB, un mousqueton, une housse, une dragonne et intègre un pas de vis normalisé pour être fixée sur un support compatible. Par ailleurs, Hercules propose un pack spécial appelé Adventure Pack qui comprend une fixation pour vélo et sac à dos ainsi qu'une ventouse et un chargeur allume-cigare. Hercules a également développé une application iOS et Android WAE Remote qui permet de piloter l'enceinte. La BTP04 sera disponible en juin au prix de **99,99 euros**. Le prix de l'Adventure Pack étant, quant lui, fixé à **149,99 euros**.



Gigabyte

Ultrabook haute capacité



Le constructeur taiwanais vient d'annoncer un nouveau ultrabook haut de gamme, l'U2442T. Il adopte une dalle tactile de 14 pouces et un design séduisant. Il se distingue aussi de la concurrence en mettant l'accent sur les performances. Il est en effet doté d'une puce graphique dédiée mais aussi d'un large choix pour le stockage. Ce notebook sera en effet capable d'embarquer à la fois un grand SSD et un disque dur classique. En clair, le meilleur des deux mondes. Aucune date de sortie n'est annoncée mais le prix devrait osciller entre **1000** et **1500 euros** selon les versions.



gear4

**STREET
PARTY[®]
WIRELESS**

ENCEINTE NOMADE
AVEC FONCTION TÉLÉPHONE MAINS-LIBRES



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

gear4.com

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

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



Panasonic Hybride et compact

■ **Panasonic complète sa gamme Lumix G avec le G6, son dernier hybride intégrant la connectivité WiFi et NFC.** Que ce soit via les réseaux sociaux ou par mail, le partage de photo fait aujourd'hui partie du quotidien des utilisateurs. Ainsi, en rapprochant simplement le G6 d'un smartphone ou d'une tablette compatible NFC, les deux communiquent entre eux et autorisent le partage des clichés. En outre, le WiFi permettra à l'utilisateur de piloter le G6 via son smartphone ou sa tablette

pour zoomer et déclencher la prise de vue à distance. Le G6 est doté d'un capteur Live MOS de 16 Mpixels, d'un viseur OLED et d'un écran tactile orientable de trois pouces. Il dispose de nombreux modes autofocus comme un AF basse lumière, la détection des visages, ou bien encore le suivi autofocus qui fixe et suit le sujet, très pratique en vidéo. A ce propos, le G6 enregistre des vidéos en Full-HD 1080/50p avec un son stéréo et offre un mode 24p, soit 24 images/seconde pour un rendu cinéma.

Proposé en noir ou blanc, le Lumix G6 (avec objectif Lumix G Vario 14-140 mm) est disponible au prix de **1099 euros**. Panasonic propose également un nouveau compact expert : le Lumix LF1. Ce modèle est aussi équipé de la connectivité WiFi et NFC. Il intègre un bloc optique ultra lumineux f/2 en grand-angle couvrant une plage focale de 28 mm à 200 mm. Le capteur est un CMOS de 12 Mpixels. Le LF1 est disponible au prix de **429 euros**.



Acer Performance abordable

■ **Acer dévoile une nouvelle gamme d'ordinateurs portables qui se dotent de processeurs AMD et d'écrans tactiles en option.** Ils seront déclinés en versions 11,6, 14 et 15,6 pouces. Disponibles dans les jours à venir, les trois modèles seront proposés à partir de **399 euros** sous Windows 8. Les nouvelles versions des APU AMD utilisées dans ces modèles offrent des possibilités très intéressantes pour des modèles entrée/milieu de gamme. Leur partie graphique intégrée est en effet particulièrement performante et devrait rivaliser sans trop de problème avec des puces dédiées. De quoi proposer des notebooks qui permettent de jouer sans se ruiner.

AMD De la tablette au portable

■ **Si AMD est peu représenté sur le marché du desktop, il est plus actif dans le domaine de la mobilité avec l'introduction de sa nouvelle gamme d'APU destinée à couvrir le marché de la tablette et des ordinateurs portables.** Ces processeurs viennent succéder à la gamme Brazos et profitent d'une nouvelle architecture baptisée Jaguar que l'on retrouve également dans les prochaines générations de consoles de jeu (PS4 et Xbox One). A ce propos, AMD a revu la section graphique pour y intégrer l'architecture Graphic Core Next qui est actuellement utilisée sur ses puces graphiques Radeon HD série 7. Bien entendu, elle a été optimisée pour être moins énergivore que la version desktop. Dans la pratique,

la gamme est composée des APU série E1-2 et 3 destinés aux portables entrée de gamme et de la série A4 et A6 série 5 destinés aux modèles milieu de gamme. La série A4-1 est quant à elle réservée au marché des tablettes. Enfin, AMD a également annoncé de nouveaux APU dont la partie graphique est plus vélocité et qui sont destinés aux portables plus haut de gamme (modèles A4, A6, A8 et A10 série 5M). Ces nouvelles puces équiperont certains portables dans le courant de cet été.



ZTE dans la cour des grands

■ **Le fabricant annonce la sortie prochaine d'un smartphone équipé d'un processeur Intel.** ZTE est donc le premier à proposer un appareil doté de la dernière génération de processeurs mobiles Intel qui promet une très grande rapidité d'exécution. Au-delà de la puce employée, on trouvera un écran de 4,5 pouces et un capteur photo 8 Mpixels. De quoi donc proposer un terminal milieu de gamme très performant. La sortie du ZTE Grand X2 est prévue pour le mois de septembre.



AVEC LES SSD SANDISK,
GAGNEZ VOTRE SÉJOUR VIP
POUR ASSISTER À UN GRAND
PRIX MOTOGP*

TECHNOLOGY
PARTNER



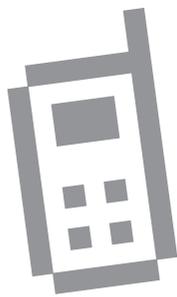
Tout comme l'équipe
MotoGP Ducati, utilisez
un **SSD SanDisk Extreme**
pour améliorer les
performances de votre PC !

Disponible en capacités de 60Go à 480Go**

* Jeu avec obligation d'achat du 05 novembre au 30 décembre 2012.
Voir modalités de participation sur www.promosandisk.fr/ducati

** Plus d'infos sur www.SanDisk.fr

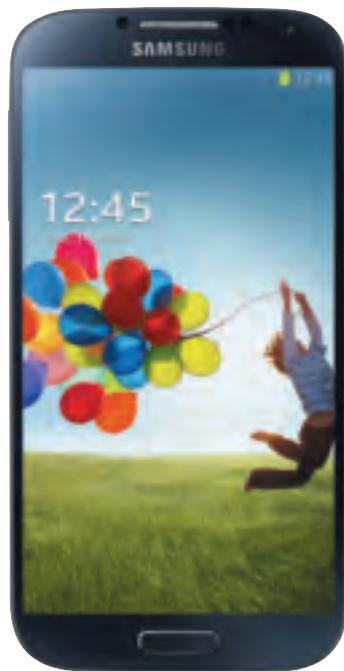
SanDisk[®]
STOCKEZ VOTRE MONDE DANS LE NÔTRE



Smartphones

Place aux géants

Voilà un peu plus d'un an sortait le **Galaxy Note** de **Samsung**, le **premier smartphone géant**. Désormais, les **écrans cinq pouces** sont devenus **communs** et tous les **constructeurs** ou presque proposent des **smartphones** dans cette **taille**, voire plus grands encore. Comme en TV, le **gigantisme** est devenu un **générateur de valeur essentiel**. Par **Stéphane Kauffmann** et **François Arias**



Samsung Galaxy S4 Saison 4

■ Après trois modèles qui avaient subi de grandes évolutions à chaque changement de génération, Samsung change de stratégie. Fini le grand chambardement, le Coréen fait évoluer son navire amiral par petites touches. Si le design n'évolue guère, la prise en main est plus confortable. Malgré son grand écran, le S4 est très compact et étonnamment léger. La dalle Super AMOLED de cinq pouces adopte une résolution Full-HD et elle est de très bonne qualité. On regrette toutefois que la luminosité soit parfois un peu faible. L'écran est donc performant et le capteur photo suit exactement le même chemin avec un excellent capteur de 13 Mpixels. Sur le plan photo, le S4 fait un sans-faute. Les couleurs sont justes, les images détaillées et il se débrouille bien en basse lumière. On trouve aussi un large assortiment de filtres et autres fonctions avancées qui avaient été introduites sur le Galaxy Camera. La qualité est tout aussi bonne en vidéo. Le S4 était censé embarquer un processeur octo-cœur mais Samsung avait annoncé que plusieurs versions seraient disponibles et que la puce varierait selon les marchés. On devra se contenter d'un « simple » quadri-cœur Qualcomm S600 en France mais qui est déjà largement surdimensionné pour tout ce qui existe aujourd'hui. L'autonomie est plutôt bonne avec une journée et demie d'utilisation. Côté logiciel, on trouve un Android 4.2.2 parfaitement fluide auquel Samsung a ajouté sa surcouche Touchwiz et une flopée de logiciels comme une application fitness ou encore une télécommande universelle.

- **Système d'exploitation** : Android 4.2.2
- **Dimensions/poids** : 136,6 x 69,8 x 7,9 mm/130 grammes
- **Écran** : Super AMOLED 1920 x 1080 pixels, 5 pouces
- **Capteur photo** : 13 Mpixels
- **Connexions** : A-GPS, Bluetooth 4.0 A2DP, WiFi n, micro USB 2.0, NFC, infra-rouge
- **Mémoire** : 16 Go et lecteur de cartes Micro-SD
- **Autonomie moyenne** : 40 heures

700 €

Sony Xperia Z Puissant et résistant



■ Le Xperia Z adopte un nouveau design surprenant qui fait la part belle au verre. L'essentiel du terminal en est ainsi recouvert. L'esthétique et la finition sont indéniablement réussies et cela ne se fait pas au détriment de la solidité, bien au contraire. Le verre trempé utilisé est résistant et possède une certaine flexibilité ce qui devrait lui permettre d'être plus solide qu'un simple verre Gorilla Glass. Cette résistance est de plus renforcée par le fait que l'appareil est certifié IP55 et IP57. Il est ainsi résistant à la poussière et survivra sans le moindre problème à une immersion dans l'eau. Étanchéité oblige, toute la connectique est dissimulée derrière des trappes ce qui est peu pratique au quotidien. Ce point mis à part, l'ergonomie est bonne malgré un design tout en angles. Outre son design, le Xperia Z brille grâce à son écran de 5 pouces Full-HD. La luminosité est élevée mais le contraste est un peu en retrait. On attendait beaucoup du capteur photo de 13 Mpixels. Les performances sont excellentes, notamment en basse lumière. Les clichés sont bien définis, les couleurs justes et le tout est très rapide à la prise de vue. En interne, on trouve un processeur Qualcomm Snapdragon quadri-cœur et 16 Go de stockage (suppléé par un emplacement micro-SD). Les performances sont donc très bonnes, tout en maintenant une autonomie correcte d'un peu plus d'une journée. Le Xperia Z est un très bon smartphone géant et c'est le seul qui soit étanche.

- **Système d'exploitation** : Android 4.1.2
- **Dimensions/poids** : 139 x 71 x 7,9 mm/146 grammes
- **Écran** : LCD, Full-HD, 5 pouces
- **Capteur photo** : 13 Mpixels
- **Connexions** : A-GPS, Bluetooth 4.0, WiFi n, micro-USB 2.0, NFC, Micro-SD
- **Mémoire** : 16 Go et lecteur de cartes Micro SD
- **Autonomie moyenne** : 30 heures

600 €

Malgré un contexte économique difficile et la propagation rapide des forfaits sans engagement, les smartphones haut de gamme se vendent toujours aussi bien avec 26% du volume en 2012 selon GfK. Et cela ne devrait pas trop évoluer en 2013, avec un marché du smartphone qui devrait encore progresser de 12% en volume et 9% en valeur pour atteindre les cinq milliards de chiffre d'affaires ! C'est donc un des rares segments à être épargné par la crise. Encore faut-il être en mesure d'innover de manière constante pour justifier un renouvellement frénétique en haut de gamme. Et comme dans d'autres domaines du hi-tech, on commence à toucher aux limites de ce qu'il est possible de faire. Déjà en termes d'objet, difficile de faire plus fin qu'une feuille de papier alors que les dimensions se résument quasiment à l'écran tactile. Cela limite aussi grandement les options en termes de design ! De même au niveau de la

performance et comme en IT, les processeurs sont déjà largement surdimensionnés par rapport à ce que nécessitent les applications les plus sophistiquées. Dans certains pays, le Samsung Galaxy S4 est vendu avec un processeur octuple cœur alors que déjà un double cœur rapide n'est pas exploité. De son côté, le capteur photo est passé à 13 Mpixels, plus qu'il n'en faut.

Le gigantisme

On comprend donc mieux pourquoi les fabricants cherchent le salut dans la taille et la résolution de l'écran. Cela fait sens dans la mesure où tout passe par l'écran et que de plus en plus le smartphone sert surtout aux usages multimédia et connectés, la voix passant quasiment au second plan. Cependant, une limite est aussi en passe d'être atteinte et elle se situe quelque part autour de 5,5 pouces. Car même s'il n'y a quasiment plus de bords autour de l'écran, cette taille est la limite avant de ne plus pouvoir tenir le smartphone d'une seule main pour téléphoner. On le voit avec les tentatives en six voire sept pouces avec le

Phonepad d'Asus, c'est inutilisable à l'oreille. La limite est franchie et il s'agit désormais d'une tablette qui peut téléphoner en mains libres à la rigueur. Pour catégoriser, il faut aussi réaliser que les grands smartphones ne conviendront pas à tout le monde, notamment ceux qui veulent ranger leur téléphone dans une poche de jeans, envoyer un SMS d'une seule main ou tout simplement être discrets dans la rue. D'une manière générale, on peut dire qu'il faut rester en dessous des 4,7 pouces pour une ergonomie correcte en n'utilisant l'appareil que d'une seule main. A l'inverse, un grand écran a évidemment son lot d'avantages. Le plus évident est le confort apporté lors de la consommation de contenu. Regarder un film ou jouer sur un grand écran est infiniment plus agréable. L'espace supplémentaire est aussi extrêmement utile dans nombre de jeux, on voit mieux l'action et les commandes sont plus confortables. Un grand smartphone peut même servir pour lire des livres. Les grands vendeurs comme Amazon ou la Fnac proposent des applications particulièrement bien pensées. On est loin

Huawei Ascend Mate Gigantisme

L'Ascend Mate est un véritable géant. En choisissant d'utiliser un écran de 6,1 pouces, Huawei prend le risque d'aller trop loin dans une course à la taille qui frise parfois le ridicule téléphone à l'oreille. Sinon, on ne peut qu'être qu'impressionné par les progrès effectués par le constructeur chinois en matière de design et de finition. L'Ascend Mate est en effet sobre et bien fini. Seule l'ouverture aménagée pour introduire la carte SIM vient rompre l'harmonie. A moins d'être un géant, on peut oublier la possibilité d'utiliser ce téléphone d'une seule main. La taille rend aussi le transport dans une poche de pantalon compliquée. Pour téléphoner, ce n'est pas l'idéal donc. L'écran est de bonne facture mais se contente d'une résolution 720p. Malgré cela, les pixels ne sont pas très visibles. On est en revanche déçu par le haut-parleur qui produit un son médiocre. Le capteur photo est dans la moyenne haute du secteur avec des clichés bien définis et une bonne réactivité. Sous le capot, on trouve un processeur quadruple cœur maison et 2 Go de mémoire vive. L'ensemble est plus que suffisant pour jouer confortablement. On applaudit les efforts de Huawei sur la batterie qui permet trois jours d'utilisation ! Huawei s'engage dans une voie compliquée avec cet hybride smartphone/tablette mais il est probable qu'il peut trouver un public spécifique, surtout au prix où il est vendu.



- **Système d'exploitation** : Android 4.1
- **Dimensions/poids** : 163,5 x 85,7 x 9,9 mm/198 grammes
- **Écran** : IPS 1280 x 720 pixels, 6,1 pouces
- **Capteur photo** : 8 Mpixels
- **Connexions** : A-GPS, Bluetooth 3.0 A2DP, WiFi n, micro USB 2.0
- **Mémoire** : 8 Go et lecteur de cartes micro-SD
- **Autonomie moyenne** : 72 heures

400 €

Wiko Cink King Petit prix convainquant

Avec le Cink King, le Français Wiko s'essaye au smartphone géant abordable. En effet, ce modèle est vendu 200 euros ! Reste à voir si les sacrifices nécessaires ne sont pas trop handicapants. L'apparence est simple mais plaisante. La finition est acceptable avec des plastiques basiques mais un assemblage correct. Les bords de l'écran étant particulièrement larges, le téléphone est plus inconfortable à prendre en main que des modèles dotés d'écrans pourtant plus grands. Deux emplacements SIM et un lecteur de cartes micro-SD sont présents sous la coque. Sans surprise, l'écran affiche des ambitions assez limitées. La basse résolution (848 x 480) fait que les pixels sont extrêmement visibles tandis que les couleurs sont peu fidèles et le contraste faible. Pour autant, cela reste tout à fait utilisable au quotidien. L'appareil photo offre un bon piqué mais il est assez lent et voit ses performances se dégrader dès que la luminosité baisse. En interne, on trouve un processeur double cœur dont les performances sont suffisantes. L'autonomie est correcte aussi avec un peu plus d'un jour et demi. Logiquement, ce smartphone ne peut pas rivaliser avec des modèles trois fois plus cher mais il propose une option viable pour les petits budgets qui veulent un grand écran.



- **Système d'exploitation** : Android 4.1
- **Dimensions/poids** : 147 x 76,5 x 9,7 mm/167 grammes
- **Écran** : LCD 848 x 480 pixels, 5 pouces
- **Capteur photo** : 8 Mpixels
- **Connexions** : A-GPS, Bluetooth 3.0 A2DP, WiFi n, micro USB 2.0
- **Mémoire** : 4 Go et lecteur de cartes micro-SD
- **Autonomie moyenne** : 35 heures

200 €



du confort d'une liseuse dédiée mais c'est suffisant pour lire quelques chapitres à l'improviste. Outre le divertissement, l'espace supplémentaire rend la plupart des applications plus confortables à utiliser mais aussi plus lisibles. Surfer sur le Web sans avoir à zoomer sur la page est un véritable gain aussi.

La banalisation

Toujours est-il qu'il s'agit de profiter du gigantisme tant qu'il est encore temps car on va arriver cette année au bout du raisonnement. On voit d'ailleurs déjà fleurir un peu partout des offres entrées de gamme en cinq pouces à partir de 170 euros. Plus généralement, les fabricants challenger sont désormais en mesure de commercialiser des smartphones haut de gamme sans compromis à

des prix nettement plus bas de l'ordre de 350 euros. Désormais les modèles phares à 600 voire 700 euros n'offrent en fait pas grand-chose de plus dans l'absolu. Alors certes, ils excellent partout et sont peut-être plus désirables mais cet écart est en train de s'estomper. On peut ainsi citer des smartphones comme le Scribe HD d'Alcatel que nous n'avons pas encore reçu en test. On peut donc légitimement être inquiet sur l'avenir du smartphone à 600 euros car on ne voit pas pointer à l'horizon l'innovation technologique qui pourrait permettre de creuser l'écart à nouveau. Et ce n'est pas la 4G qui descend en gamme qui va y changer quelque chose.

L'exception Android

Tout cela concerne évidemment Android seulement

qui est dans une position très dominante désormais. Du côté de l'iPhone, on en reste toujours à la petite taille en attendant la suite. BlackBerry multiplie certes les appareils mais ce sont des modèles avec clavier et écrans plus petits. Seul Windows Phone 8 équipe quelques smartphones à grand écran haut de gamme mais sans atteindre les dimensions pratiquées sous Android. Toujours est-il que l'argument de la taille d'écran demeurera au cœur de la valeur sur le marché du smartphone cette année avec une montée en gamme possible dans chaque tranche de prix. Capitaliser sur cet engouement du consommateur par une catégorisation claire en rayon sera sans doute le meilleur argument pour apporter de la valeur ajoutée.



Samsung Galaxy Grand Trop de compromis

Le Grand est arrivé discrètement sur le marché français. Ce terminal vient surfer sur le succès du Galaxy Note en proposant un grand écran à un tarif agressif. Extérieurement, il n'a rien de bien original. Il reprend les lignes des précédents Galaxy. Cependant même si son écran fait la même taille que celui du Galaxy S4, il est bien plus encombrant et plus lourd (162 grammes sur la balance). La finition est correcte mais le choix des plastiques brillants n'est pas idéal pour une bonne prise en main. Cette dernière est correcte mais contrairement à d'autres appareils de la même taille, il sera très difficile de manier le Grand d'une seule main. L'écran de cinq pouces LCD adopte une résolution étonnamment basse de 800 x 480 pixels. Un choix qui permet de faire baisser les coûts mais qui se paye en termes de qualité d'image. C'est heureusement un peu mieux en photo grâce au capteur de 8 Mpixels qui capture des clichés de bonne facture pour peu que la luminosité ne soit pas trop basse. Le processeur double cœur fait tourner l'Android 4.1.2 de manière fluide. La basse résolution de l'écran contribue d'ailleurs beaucoup à l'autonomie très correcte qui manque de peu les deux jours.

- **Système d'exploitation** : Android 4.1.2
- **Dimensions/poids** : 143,5 x 76,9 x 9,6 mm/162 grammes
- **Écran** : LCD 800 x 480 pixels, 5 pouces
- **Capteur photo** : 8 Mpixels
- **Connexions** : A-GPS, Bluetooth 4.0 A2DP, WiFi n, micro USB 2.0
- **Mémoire** : 8 Go et lecteur de cartes Micro SD
- **Autonomie moyenne** : 43 heures

400 €

Thomson X-View 2 Mastodonte

Le X-View 2 propose un grand écran à tout petit prix. Pourtant, la finition et le design sont vraiment réussis. S'il n'y a pas gagné un concours de beauté, le X-View 2 est plutôt agréable à prendre en main et bénéficie d'une finition de bon aloi mêlant métal et plastiques de bonne qualité. En revanche, cette solidité se paye en termes de poids, le terminal atteignant les 212 grammes tout en étant encombrant et épais. L'écran a fait l'objet de sacrifices évidents. La résolution est basse mais surtout la luminosité est faible et les angles de vision étroits. Pour peu qu'il y ait un peu de soleil, l'écran est difficile à lire. Le capteur photo est dans la même veine, à savoir médiocre et manquant de netteté. Les composants ont eux aussi fait l'objet de coupes budgétaires. Le processeur simple cœur fait illusion pour une utilisation légère mais tout ralentit dès que l'on fait un peu de multitâche. On lui reconnaîtra en revanche qu'il sait être économe en énergie, la batterie suffisant pour deux jours d'utilisation.

- **Système d'exploitation** : Android 4
- **Dimensions/poids** : 147 x 80 x 11,8 mm/212 grammes
- **Écran** : LCD 960 x 540 pixels, 5,3 pouces
- **Capteur photo** : 5 Mpixels
- **Connexions** : A-GPS, Bluetooth 3.0 A2DP, WiFi n, micro USB 2.0
- **Mémoire** : 512 Mo et lecteur de cartes Micro SD
- **Autonomie moyenne** : 44 heures

170 €



EAR FORCE®
PX 22



#1 for Competitive Gaming
L'avantage concurrentiel du jeu



#1 IN GAMING AUDIO



LE CASQUE GAMING MULTICOMPATIBLE

PS3™ / Xbox360® / PC / Mac / Mobile

- Hauts parleurs de 50mm
- Amplificateurs réglables de notes basses et aigües
- Chat Boost™ dynamique
- Contrôle microphone
- Contrôle du volume du jeu et du Chat indépendant
- Coussinets confortables
- Serre tête rembourré et ajustable
- Entrée auxiliaire Jack 3,5mm pour Mobiles et appareils MP3
- Alimentation USB
- Utilisation pour le jeu, la musique et le Chat

DISPONIBLE EN JUIN 2013

Distribution exclusive

 **bigben**
interactive

www.turtlebeach.fr



Microsoft Surface Pro

Tablette

Si la France a eu la primeur de la Surface Pro en Europe, il aura fallu tout de même près de six mois au premier PC x86 de Microsoft pour traverser l'Atlantique. Extérieurement, il est difficile de distinguer la Pro de la Surface tout court. Les deux tablettes partagent le même design industriel très réussi en magnésium. Processeur plus puissant oblige, la Surface Pro est plus épaisse et plus lourde. La prise en main est donc moins évidente. La connectique est juste suffisante, à savoir un port USB, un lecteur de cartes et une sortie vidéo. Avec sa résolution Full-HD, l'écran de 10,6 pouces offre une superbe qualité d'image. Un stylet tactile Wacom très précis est également fourni. La puissance du processeur Intel Core i5 embarqué rend la Surface Pro nettement plus polyvalente que la Surface. La compatibilité avec tous les programmes Windows lui permet de prendre aisément la place d'un notebook, surtout si on y ajoute la housse qui intègre un vrai clavier. L'autonomie est en revanche assez courte pour une tablette avec 4h30 sur une charge.

CARACTÉRISTIQUES

Processeur Intel Core i5-3317U double cœur, mémoire 4 Go, écran 10,6 pouces Full-HD, puce graphique Intel HD4000, SSD 128 Go, 903 grammes

CATÉGORIE Haut de gamme

CONTACT Microsoft, tél. : 01 57 75 10 00

PRIX 979€

Atomic Floyd PowerJax

Intra-auriculaires

Avec leurs coques réalisées en acier durci par cuisson pendant 10 heures à 1 300 °C, les PowerJax apparaissent immédiatement d'une construction très soignée et robuste. Leur finition métal rouge et les petits boulons que portent leurs embouts évoquent le domaine de la course automobile. Leur cordon est doté d'une commande avec microphone, également en métal, et il est habillé d'une gaine en Kevlar tissé sur sa partie basse pour faire chic et éviter les nœuds. Sur sa partie haute, un revêtement en polyuréthane caoutchouteux atténue les bruits de frottements. À l'écoute, les écouteurs sont confortables, s'enfilent très facilement et tiennent parfaitement en place même lorsque l'on est en mouvement. On peut faire du sport avec et l'isolation phonique est de bon niveau, ce qui est parfait pour prendre les transports en commun. On note juste une petite sensibilité au vent qui provoque un bruit d'air au niveau des écouteurs et un souffle dans le microphone. La restitution sonore est extrêmement réussie, très dynamique et superbement équilibrée avec un aigu très précis, mais sans agressivité, des basses percutantes et fermes, un registre médium bien défini et une agréable sensation d'espace.

CARACTÉRISTIQUES

Écouteurs intra-auriculaires, réponse en fréquence 20 à 20 kHz, câble 1,25 mètre avec commandes et microphone pour smartphone

CATÉGORIE Milieu de gamme

CONTACT Computers Unlimited, tél. : 01 39 15 92 92

PRIX 129€

Divacore Blue Lagoon

Enceinte nomade

Cette petite enceinte nomade Bluetooth se déploie grâce à un soufflet qui augmente la caisse de résonance. D'ailleurs le son produit est étonnamment puissant et surtout dynamique au regard de la taille de l'objet. Certes, les basses sont en retrait mais l'écoute est agréable, assez ronde et plutôt aérée. Cela reste bien évidemment récréatif sans prétentions audiophiles. Mais pour avoir du son partout, c'est acceptable. L'enceinte fonctionne sur batterie et l'autonomie est d'environ cinq heures en Bluetooth. Il faudra recharger en USB, le câble étant fourni mais pas l'adaptateur secteur. L'appairage se passe sans problème si ce n'est qu'il s'agit d'une version ancienne du Bluetooth qui demande toujours à entrer un code 0000 sur smartphone, ce que nous n'avions plus vu depuis longtemps ! Ce n'est pas dramatique cependant. La commande de volume et de plage est aussi d'un autre âge et peu très pratique à manipuler. De toute manière, on réglerà le niveau par le smartphone. Le design de cette petite boule est plutôt réussi et dans sa robe violette, l'objet ne manque pas de fraîcheur.

CARACTÉRISTIQUES

Enceinte nomade Bluetooth, entrée ligne mini-jack, recharge en USB, commande de volume et de plage musicale, 100 grammes

CATÉGORIE Milieu de gamme

CONTACT www.divacore.com

PRIX 55€

Acer Aspire P3

Tablette

L'Aspire P3 sous Windows 8 vient remplacer la W700 sortie il y a quelques mois à peine. Les différences de design sont légères, même si la P3 est plus fine que sa grande sœur. Elle passe juste en dessous du centimètre d'épaisseur (9,95 mm très précisément) et devient surtout bien plus légère avec 790 grammes sur la balance (contre 950 pour la W700). La P3 est donc étonnamment légère pour sa taille et sa configuration et cela rend son utilisation d'une seule main tout à fait envisageable. Le design et la finition sont identiques avec une coque en aluminium solide et bien fini. La connectique se résume à un port USB et une sortie micro-HDMI. Contrairement à la tendance, Acer fournit de base plusieurs adaptateurs (VGA et RJ-45). Le clavier intégré dans la housse fonctionne en Bluetooth et se recharge en micro-USB. L'écran IPS est toujours de bonne qualité mais la perte de finesse de l'affichage est indéniable, l'écran se limitant désormais à 1366 x 768 pixels. Acer a choisi d'utiliser un processeur Intel Core i5 et un SSD 120 Go. L'autonomie est de 4h15, ce qui est assez peu. Sans surprise, l'utilisation d'un processeur puissant s'accompagne d'une grande fluidité, sans même parler de la polyvalence en termes de logiciels. L'Aspire P3 est la première tablette Windows 8 qui allie performances, ergonomie et prix abordable.

CARACTÉRISTIQUES

Processeur Intel Core i5-3339Y, mémoire 4 Go, écran 11,6 pouces (1366 x 768), puce graphique Intel HD4000, disque dur SSD 120 Go, 790 grammes

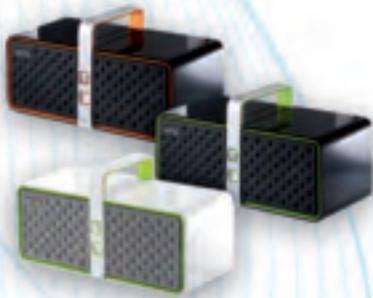
CATÉGORIE Haut de gamme

CONTACT Acer, tél. : 01 48 63 51 51

PRIX 599€

WAE

*Wireless Audio Experience
by Hercules®



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





Toshiba 50L2333

■ Téléviseur

Le Toshiba 50L2333 est l'un des premiers représentants de la nouvelle gamme du constructeur japonais. Il s'agit d'un 50 pouces, plutôt basique car il n'offre ni la compatibilité avec la 3D, ni la TV connectée mais il pourra satisfaire bon nombre d'utilisateurs n'ayant que faire de ces fonctionnalités. La finition demeure modeste avec un plastique noir mat de qualité mais simple. Signe distinctif de la nouvelle ligne, le bouton/témoin d'alimentation est cerclé de chrome et se retrouve dans le coin inférieur droit. Côté ergonomie, le système de menu est bien conçu, simple et clair. Dans la pratique et pour bien profiter de ce téléviseur, il faudra passer un peu temps sur les réglages en activant notamment le mode cinéma et en remontant un peu la luminosité. L'image a une bonne tenue en HD. Il n'y a pas trop de grain et si le contraste n'est pas très élevé, faute d'un niveau de noir suffisant, la dynamique est appréciable avec suffisamment de nuances dans les teintes sombres. En SD, le résultat est moins bon avec une image assez floue liée à une mise à l'échelle perfectible.

■ CARACTÉRISTIQUES

50 pouces à rétroéclairage LED, résolution Full-HD, luminosité 300 cd/m2, latence 9 ms, connectique 2 HDMI (dont une MHL), YUV, USB host, cinch, DLNA et Périjet

■ CATÉGORIE Milieu de gamme

■ CONTACT Toshiba tél.: 09 69 32 64 84

■ PRIX **750€**



Nikon D7100

■ Reflex

Nouveau fer de lance reflex expert de la marque, le Nikon D7100 succède au D7000 et affiche clairement ses ambitions avec notamment un capteur APS-C de 24 Mpxels sans filtre passe-bas. Le D7100 reprend globalement le même design que son aîné mais s'autorise quelques améliorations. Le barillet des modes est désormais muni d'un verrou central et le déclenchement de la vidéo passe par un bouton dédié sur le dessus de l'appareil. Si l'écran LCD arrière de 3,2 pouces procure un confort de lecture et de visée élevé, c'est surtout le viseur 100% qui impressionne. Bonne surprise du côté de l'autofocus qui est vélocité, précis et capable de faire le point rapidement même en basse lumière. Dans la pratique, la qualité d'image est excellente, spécifiquement dans les basses sensibilités. L'absence de filtre passe-bas permet une précision rarement vue sur un tel capteur et les images fourmillent de détails. En revanche, la forte densité en pixels pénalise quelque peu la montée en sensibilité. Elle se passe sans encombre jusqu'à 1 600 ISO mais à partir de là un fourmillement, certes fin et homogène, se révèle pour devenir gênant à 6 400 ISO. Notons cependant que l'image garde globalement une bonne tenue et que le grain reste fin. Au final, le Nikon D7100 est un reflex presque parfait mais il lui manque le WiFi, le GPS et un meilleur autofocus en vidéo.

■ CARACTÉRISTIQUES

Capteur APS-C CMOS 24,1 Mpxels, vidéo Full-HD 1920 x 1080 à 50 images/s, écran 3,2 pouces 1,2 Mpixel, double slot cartes SD, 135 x 106 x 76 mm, 762 grammes

■ CATÉGORIE Haut de gamme

■ CONTACT TCL Nikon, tél.: 01 45 16 45 16

■ PRIX **1 349€**



Alcatel One Touch Idol

■ Smartphone

Cette année, Alcatel One Touch propose une gamme extrêmement complète et l'Idol est l'un des modèles les plus attractifs. Malgré un tarif agressif, la finition est excellente et le design agréable. L'ergonomie est bonne, même si l'absence de boutons physiques en façade est un peu ennuyeuse. Avec seulement 110 grammes sur la balance et 7,9 mm d'épaisseur, l'Idol s'oublie sans problème au fond d'une poche. Ces bonnes impressions sont renforcées par le choix d'un grand écran de 4,7 pouces. Ce dernier est lumineux et propose une bonne résolution (1280x720 pixels). Le capteur photo est de qualité et offre des clichés très corrects en basse lumière. Le processeur double-cœur n'est pas le plus performant que nous ayons testé mais il offre assez de puissance pour garantir un système fluide. Pour l'autonomie, c'est correct sans plus, la batterie assurant une journée et demi d'utilisation. S'il ne révolutionne pas l'univers Android, l'Idol est dénué de défaut majeur et offre l'un des meilleurs rapports qualité/prix du moment en milieu de gamme.

■ CARACTÉRISTIQUES

Écran 4,7 pouces 1280 x 720 pixels, processeur double cœur 1 GHz, Mémoire 4 Go, capteur photo 5 Mpxels, A-GPS, Android 4.1, connectivité WiFi n, Bluetooth 3.0 micro-USB, Micro-SD, 133 x 67,5 x 7,9 mm/110 g

■ CATÉGORIE Milieu de gamme

■ CONTACT Alcatel One Touch, tél. : 01 46 52 61 00

■ PRIX **249€**



Asus Transformer AIO

■ Ordinateur hybride

Avec le Transformer AIO, Asus propose un concept étonnant : un tout-en-un capable de se transformer en tablette ! L'appareil se compose d'une base contenant les composants PC et d'un écran/tablette. De plus, il est capable de fonctionner sous Windows 8 et sous Android. En utilisation PC, cet hybride est convainquant grâce à des composants très puissants qui conviendront à tous les usages. Seul l'écran est peut-être un peu petit pour une utilisation fixe. Ledit écran se détache sans problème et devient une tablette Android géante qui intègre un processeur Tegra 3 de Nvidia. La taille rend d'ailleurs l'utilisation à bout de bras compliquée du fait du poids et de l'encombrement. Mieux vaudra la poser sur les genoux ou sur une table en utilisant le pied intégré. L'interface manque parfois de fluidité mais reste tout à fait utilisable. Encore plus malin, un logiciel permet de cloner l'affichage du PC sur l'écran/tablette par le WiFi. On peut ainsi utiliser Windows 8 en déporté aussi, tant qu'il y a une couverture du réseau domestique. C'est pratique et bien pensé. L'autonomie tablette est correcte avec 4h30. Le tout sera de lui trouver un usage qui justifie le prix.

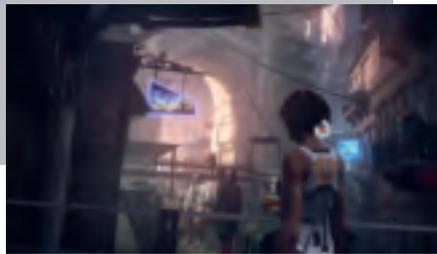
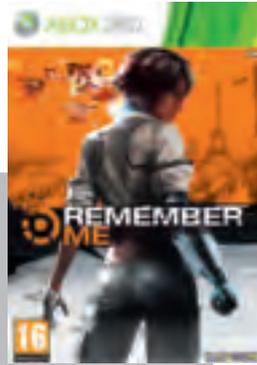
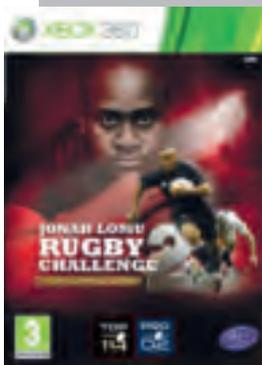
■ CARACTÉRISTIQUES

Processeur Intel Core i7-3770/Nvidia Tegra 3 (tablette), mémoire vive 8 Go/2 Go (tablette), écran 18,4 pouces LED Full-HD, stockage 2 To/32 Go (tablette), WiFi n, 4,1 kg complet, 2,4 Kg tablette

■ CATÉGORIE Haut de gamme

■ CONTACT Asus France, tél. : 08 21 23 23 13

■ PRIX **1 499€**



Remember Me

■ **Action/aventure**

■ **Le 7 juin**

Développé par le studio français Dont Nod (voir JDLI 238), Remember Me invite à une exploration du Paris futuriste de 2084. Dans le rôle d'une ancienne chasseuse de souvenirs ayant elle-même perdu la mémoire, le joueur va rechercher son identité. Jeu d'action et d'exploration à la troisième personne ponctué de combats, le titre permet notamment d'explorer les souvenirs des personnages rencontrés pour modifier leur comportement dans le présent. Un jeu qui ne manque pas d'ambition.

■ **PLAN MARKETING**

Capcom a notamment mis en place une campagne d'affichage.

■ **MISE EN PLACE**

Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR**

Dont Nod Entertainment

■ **EDITEUR** Capcom

■ **DISTRIBUTEUR** Capcom

■ **NOMBRE DE JOUEURS** 1

■ **JEU EN LIGNE** Non

■ **PRIX PUBLIC CONSTATÉ**

60€ environ (consoles)

40€ environ (PC)

Animal Crossing : The Last of Us New Leaf

■ **Simulation de vie**

■ **Le 14 juin**

Apparue sur GameCube il y a dix ans, la saga Animal Crossing propose au joueur d'incarner l'habitant d'un village peuplé d'animaux où la vie s'écoule au fil des événements et des saisons. Cette version Nintendo 3DS se distingue via plusieurs nouveautés comme la possibilité, jusqu'ici inédite, d'être le maire de la ville. Le Streetpass entre consoles est également exploité ainsi que le jeu en ligne ou les échanges d'objets créés entre joueurs. Ce titre s'est vendu à plusieurs millions d'exemplaires au Japon.

■ **PLAN MARKETING** Non communiquée

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Nintendo

■ **EDITEUR** Nintendo

■ **DISTRIBUTEUR** Nintendo

■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

40€ environ

Jonah Lomu Rugby Challenge 2

■ **Action/aventure**

■ **Le 14 juin**

Les développeurs de la saga Uncharted (1,3 million de jeux vendus en France) explorent un nouvel univers ici puisqu'il va s'agir d'explorer un monde post-apocalyptique envahi de dangereux infectés. Dans le rôle de Joel, le joueur devra accompagner la jeune Ellie en dehors des zones de quarantaine et pour cela affronter les multiples dangers sur leur route. L'un des jeux les plus attendus du moment, exclusif à la PS3.

■ **PLAN MARKETING**

Sony Computer a déployé un dispositif massif autour du titre avec une campagne en TV (chaînes hertziennes, cabsat), sur Internet (sites spécialisés, grand public et cinéma) ainsi qu'en presse (spécialisée, quotidien gratuit). De nombreux outils de PLV vont également être déployés.

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Naughty Dog

■ **EDITEUR** Sony Computer

■ **DISTRIBUTEUR** Sony Computer

■ **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 8

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

70€ environ (version standard)

■ **Simulation sportive**

■ **Le 7 juin (X360) et**

■ **le 15 juin (PS3)**

Suite de Jonah Lomu Rugby Challenge (2011), le titre des néo-zélandais de Tru Blu Entertainment revient avec un contenu qui s'annonce très riche. Au programme, une pluie de licences (dont le Top 14, la Pro D2 et les Lions Britanniques), une cinquantaine de stades, des améliorations graphiques et de gameplay (la possibilité d'effectuer des touches rapides ou encore d'agir pendant les mauls/rucks par exemple) ainsi que des commentaires dorénavant en Français.

■ **PLAN MARKETING**

Le marketing du titre tourne autour du monde du ballon ovale avec des actions directes auprès des clubs et des univers périphériques à la ligue de rugby. Le titre mise aussi sur l'impact du sportif sur la jaquette (Jonah Lomu) bien connu du public français ainsi que la présence des deux journalistes de Canal+ Thomas Lombard et Eric Bayle aux commentaires. Une présence en presse régionale est annoncée (Sud ouest et Est de la France) ainsi que dans la presse rugby.

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Sidhe Interactive

■ **EDITEUR** Tru Blu Entertainment

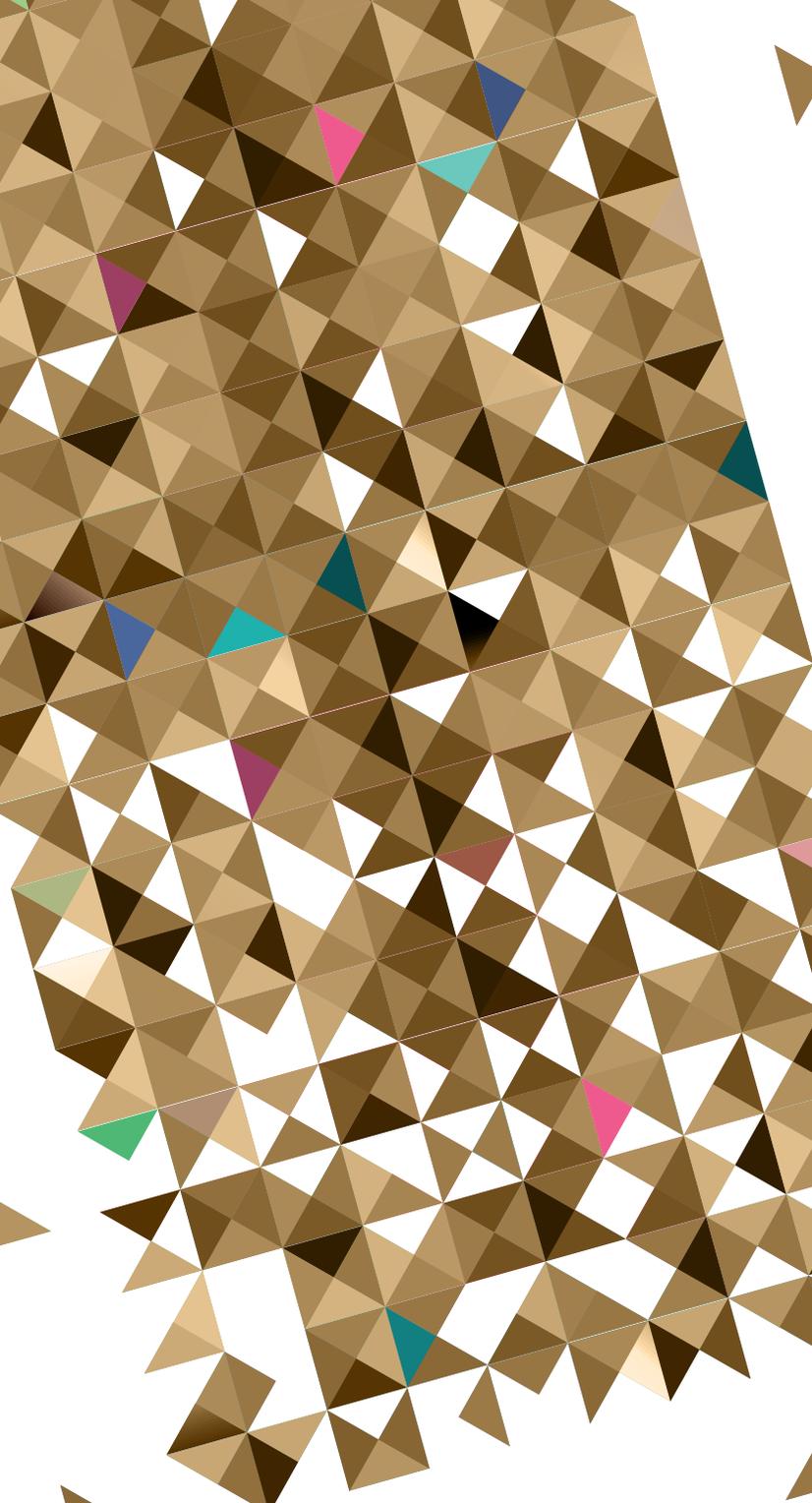
■ **DISTRIBUTEUR** Tagmae

■ **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 8

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

70€ environ



L'ÉVÉNEMENT
TRADE
EUROPÉEN
DU JEU VIDÉO

www.idefexpo.com

IDEF

INTERACTIVE & DIGITAL
ENTERTAINMENT FESTIVAL

25•26•27 JUIN 2013

AU PALAIS DES FESTIVALS DE CANNES

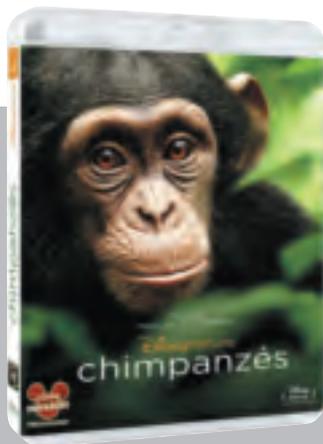
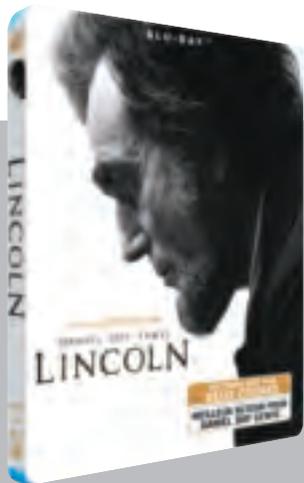
L'ÉQUIPE DU SALON

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

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

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

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



L'appel de la nature Chimpanzés

■ Documentaire
■ 26 juin

À travers l'histoire d'Oscar racontée dans la version française par Ary Abitan, Chimpanzés nous entraîne dans une aventure au cœur de la forêt tropicale africaine. On suit la vie des chimpanzés et tout particulièrement les premiers pas d'Oscar dans ce monde hostile. Le film a été tourné durant trois années dans les forêts de Côte d'Ivoire par deux amoureux de la nature, Mark Linfield et Alastair Fothergill, déjà réalisateurs de Un jour sur Terre en 2007. Le film a totalisé plus de 422 000 entrées en France.

- MISE EN PLACE Non communiquée
- PLAN MARKETING La sortie du film est soutenue par une campagne TV sur les chaînes Disney.
- EDITEUR Disneynature
- DISTRIBUTEUR Disney
- PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray)



Mister President Lincoln

■ Biopic
■ 5 juin

Depuis l'âge de sept ans, Steven Spielberg a toujours été fasciné par le personnage d'Abraham Lincoln. Au départ, c'était Liam Neeson (La Liste de Schindler) qui devait incarner le président américain, mais c'est Daniel Day-Lewis (oscar du meilleur acteur pour le film) qui a finalement interprété le personnage. Pour se préparer au rôle, l'acteur a lu le livre Team of Rivals de Doris Kearns Goodwin qui a servi de base au scénario, mais s'est également plongé dans de nombreux discours, articles et biographies. Le film a réuni plus de 1,1 million de spectateurs en salles.

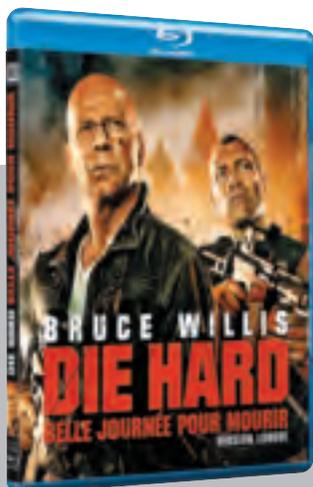
■ MISE EN PLACE 70 000 exemplaires

■ PLAN MARKETING

La campagne de lancement sur deux semaines se décline en TV, presse, radio et web. Les partenaires du film sont TMC, France Inter et Le Monde.

- EDITEUR Twentieth Century Fox Home Entertainment
- DISTRIBUTEUR Fox Pathé Europa
- PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray)



Naissance d'un film Hitchcock

■ Biopic
■ 26 juin

Ce biopic raconte comment Alfred Hitchcock a réussi à monter Psychose, film dont personne ne voulait. Arrivé au sommet de sa carrière, le réalisateur est à la recherche d'un nouveau projet différent et s'intéresse à l'histoire d'un tueur en série. Il est soutenu dans cette entreprise risquée par sa femme Alma qui va l'aider à mettre sur pied un des films marquants de l'histoire du cinéma. Pour son premier long métrage, le scénariste Sacha Gervasi a fait appel à Anthony Hopkins pour incarner le maître du suspense. Scarlett Johansson joue le rôle de l'actrice Janet Leigh et Jessica Biel celui de Vera Miles. Près de 200 000 spectateurs ont vu le film en salles.

■ MISE EN PLACE 12 500 exemplaires

■ PLAN MARKETING

Ciblant une clientèle mixte de plus de 35 ans et cinéophile, le film est soutenu par des partenariats avec France Inter et Paris Première.

- EDITEUR Twentieth Century Fox Home Entertainment
- DISTRIBUTEUR Fox Pathé Europa
- PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
24,99€ (Blu-ray)

Retour en Force Die Hard : Belle Journée pour Mourir

■ Action
■ 26 juin

Bruce Willis reprend son rôle mythique de John McClane dans ce cinquième volet de la franchise Die Hard. Cette fois-ci, il se rend à Moscou pour aider son fils Jack qu'il avait perdu de vue et se trouve aux prises avec la mafia russe. Jai Courtney a dû auditionner deux fois et convaincre Bruce Willis pour obtenir enfin le rôle de Jack McClane. Multipliant les scènes d'action explosives et les courses poursuites, ce divertissement a séduit plus de 1,8 million de spectateurs en France.

■ MISE EN PLACE

Ciblant une clientèle mixte de plus de 35 ans et cinéophile, le film est soutenu par des partenariats avec France Inter et Paris Première.

■ PLAN MARKETING

Ciblant les fans de la franchise et les adeptes de films d'action et de jeux vidéo, le titre est appuyé par une campagne TV, web, presse et de l'affichage et des partenariats avec TMC, 20 minutes, jeuxvideo.com, Les Années Laser et M6 Mobile.

- EDITEUR Twentieth Century Fox Home Entertainment
- DISTRIBUTEUR Fox Pathé Europa
- PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

19,99€ (DVD)
19,99€ (Blu-ray single)
24,99€ (combo steelbox Blu-ray + DVD)

AUDIOFLY™

never miss a beat

Audiofly, basé à Perth en Australie, conçoit et fabrique des écouteurs dont le design est inspiré d'un certain classicisme issu du passé.

Nous créons de la musique depuis des années et comme musiciens, notre obsession du détail et du beau son guide le développement de nos produits.

DISTRIBUTEUR EXCLUSIF EN FRANCE

AUDIOFLY • EDIFIER • *fiio* • JAYS • iHealth • iBaby • innergie • MARWARE • RAZER



XTRIUM

www.xtrium.com

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



Make it matter.*



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/ojfacts.



	Project and Job Number 108464_1053176	Brand Hewlett-Packard	Type Area (mm) x	Operator	Proofreader
	Publication JDLI Special Medpi	Operator Danny Ireland	Trim Size (mm) 300.0000x 230.0000	Line Manager	Account Manager
Impression Date	Page	Page Time	Blank Page (mm)		