

JdLi

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs N°248 / 2 septembre 2013
www.jdli.com



WORLD OF WARPLANES



GET AIRBORNE



WARGAMING.NET
LET'S BATTLE

ENGAGEZ LE COMBAT DANS LES AIRS

World of Warplanes est un jeu en ligne massivement multi-joueurs qui transporte les joueurs dans une lutte sans fin pour la domination aérienne et leur met à disposition les engins redoutables des périodes-clés de l'histoire du 20ème siècle. Gratuit, il offre une expérience très accessible, riche et évolutive pour satisfaire l'ensemble des fans d'action, mais aussi de stratégie et de tactique.



DES COMBATS AÉRIENS INTENSES

Avec un gameplay à 15 pilotes contre 15 et joueur-contre-environnement, des combats rapides de 5 à 15 minutes maximum, la suprématie aérienne ou la défaite dépendent de la moindre décision prise à haute altitude ou en rase-motte sur des cibles terrestres.



UNE MULTITUDE D'AVIONS ICONIQUES ET HISTORIQUES

5 nations : Allemagne, Etats-Unis, Union Soviétique, Japon et Royaume-Uni. Plus de 100 modèles historiques en constante augmentation avec l'ajout futur de contenus additionnels.

I-2, P-51 Mustang, Messerschmitt Bf. 109G, Bristol Blenheim - F, Mitsubishi A6M2 « Zero »...

Les icônes des cieux répondent tous présents !



PERSONNALISATION ET PROGRESSION

Chasseurs monomoteurs légers pour des combats rapprochés, chasseurs lourds avec leurs attaques meurtrières, avions d'attaque redoutables pour les cibles au sol... Chaque avion possède plusieurs combinaisons d'armes et de types de munitions, des moteurs et d'autres éléments cruciaux pour la meilleure approche au combat et la progression du joueur.



FREE-TO-PLAY et FREE-TO-WIN

Tout comme World of Tanks, World of Warplanes est gratuit et sans abonnement. Tous les joueurs, qu'ils investissent du temps ou de l'argent, ont accès à la même liste d'objets, sans avantager particulièrement les joueurs qui payent.



WARGAMING.NET ET LE COMPTE PREMIUM UNIFIÉ

Wargaming est un leader de jeux vidéo en ligne multi-récompensé qui fête ses 15 ans d'existence avec plus de 15 jeux publiés et 2000 employés en Amérique du Nord, Europe, Russie, Asie et Australie. World of Tanks et ses 70 millions de joueurs enregistrés est le jeu phénomène MMO d'action de blindés du 20ème siècle.

World of Warplanes marquera le lancement du compte premium unifié. Ainsi, les joueurs bénéficieront du rattachement de leur compte World of Warplanes avec leur compte World of Tanks, prochainement World of Warships, et avec tout autre futur titre de Wargaming pour une expérience unique.

	SEPTEMBRE					OCTOBRE				NOVEMBRE			
	2	9	16	23	30	7	14	21	28	4	11	18	25
TV													
DIGITAL													
PRINT													
COMMUNAUTÉ													



PlayStation 4

Le 29 novembre en Europe



C'est en marge du salon Gamescom, que Sony Computer a officialisé la date de sortie de la PlayStation 4. La nouvelle console de salon sera donc commercialisée tout d'abord aux Etats-Unis le 15 novembre prochain, puis en Europe le 29 novembre. La console, accompagnée d'une manette, sera vendue au prix conseillé de 399 euros (ou dollars aux Etats-Unis). Le fabricant a souligné qu'un million de consoles avaient déjà été précommandées, un chiffre impressionnant. Pour le moment, aucune date n'a été communiquée pour la sortie de la machine au Japon.

2DS

Nintendo élargit la gamme

Le fabricant japonais vient d'annoncer la Nintendo 2DS, une nouvelle console portable économique (sans affichage 3D) mais toujours compatible avec les jeux 3DS et DS et prévue pour le 12 octobre prochain. Le lancement de ce modèle concerne l'Europe et l'Amérique du Nord. Les sites de vente en France référencent la machine au prix de 130 euros (contre 170 euros environ pour le modèle standard de

Nintendo 3DS). Dotée de deux écrans aux dimensions identiques à la 3DS classique, la Nintendo 2DS opte pour un nouveau design en un bloc, qui rompt avec la tradition de ces dernières années chez Nintendo de consoles portables en deux parties rabattables. Nous avons pu prendre en main un exemplaire de la console. Par ailleurs, la Wii U, la nouvelle console de salon du Japonais qui tarde à trouver son public, voit son prix public conseillé raboté de 50 euros, passant à 299 euros (version Premium) dès le 4 octobre.

>>> suite page 12

Microsoft décroche Nokia

Le rachat de la partie téléphonie mobile du Finlandais Nokia par l'Américain Microsoft est l'aboutissement d'un rapprochement amorcé avec l'accord de début 2011 aux termes duquel Nokia intégrait Windows 8 dans ses terminaux. Cependant, selon certains analystes, le montant de la transaction, 3,79 milliards d'euros auxquels s'ajoutent 1,65 milliard pour les droits liés aux brevets, est plutôt faible. L'action Nokia a d'ailleurs fait un bond de 45 % suite à cette annonce. Notons tout de même que pour Microsoft il s'agirait de la deuxième plus importante acquisition de son histoire, derrière Skype. L'opération devrait être finalisée au premier trimestre 2014. Ce sont alors plus de 30 000 salariés de Nokia qui passeraient sous la bannière de Microsoft. De son côté, le Finlandais devrait se concentrer sur son activité dans les réseaux.

Biens d'équipement de la maison

Mauvais deuxième trimestre

GfK vient d'annoncer les résultats de son étude Temax portant sur les ventes de biens d'équipement pour le deuxième trimestre, et ils ne sont pas bons. La baisse, par rapport au même trimestre de 2012, est 5,1 %, à 6,5 milliards d'euros. Seul le secteur des télécoms peut se targuer d'être en positif, et nettement (+ 11,9 %). Ce sont encore une fois les smartphones qui font office de locomotive. L'Electronique Grand Public enregistre une vraie dégringolade de 18,9 %. La photo fait - 9,5 %, la micro-informatique -8,9 %... Sur le premier semestre, la baisse est de 3,9 %. Nous y reviendrons dans notre prochain numéro.

Libérer les énergies



Avec les arrivées prochaines de deux nouvelles consoles de salon, la Gamescom (20-23 août à Cologne en Allemagne) ne pouvait pas être morose cette année. Après la première journée, dédiée aux professionnels, c'était une évidence : les acteurs du secteur ont bien l'intention de donner au marché les moyens de retrouver la croissance qui lui fait défaut depuis quelques années. La morosité, c'est du passé, l'heure est à la libération des énergies. C'est le salon international de la rentrée. Même si la tête des uns et des autres est encore en vacances, les professionnels du jeu vidéo se retrouvent pour la Gamescom. Les m² étant très largement sponsorisés par les pouvoirs publics, les éditeurs peuvent consacrer leurs investissements à la magnificence des stands. Et ils ne s'en privent pas ! C'est donc sur quatre halls largement dignes de ceux

de notre Porte de Versailles que les jeux à venir étaient mis en scène, avec animations et spectacles, comme il se doit. Deux halls supplémentaires étaient réservés aux professionnels. L'affluence record, tant pour la journée professionnelle que pour les journées grand public qui durent refuser du monde, illustre bien les espoirs de tous dans le marché du jeu vidéo de la fin de l'année. La France était cette année, le pays invité d'honneur.

L'occasion pour les deux syndicats français, le SNJV, Syndicat National des Jeux Vidéo, présidé par Nicolas Gaume et le Sell, Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs, présidé par David Neichel, de travailler main dans la main pour rassembler tout ce que le salon de Cologne contenait de professionnels du marché français lors d'une soirée. Là aussi, l'ambiance était à la confiance quant au retour de la croissance pour les mois qui viennent.



Les nouveaux PC-portables équipés **AMD** sont ici !

Découvrez la **3^{ème} génération de technologie AMD** qui regroupe, sur une seule puce, puissance du multi-cœur et graphiques HD époustouffants !



ACER Aspire V5-122

« Le 11.6" tactile et compact, idéal pour la mobilité ; le design en plus »

Processeur Accéléré Quadri-cœur AMD A6-1450M, avec Graphiques AMD Radeon™ HD 8280G



HP 15-e049sf

« Jouer en HD sur un 15.6" et profiter d'un PC pour tous les jours »

Processeur Accéléré Double-cœur A4-5150M, avec Dual-Graphiques AMD Radeon HD8350G + HD 8670M



ASUS X102BA

« Fun et productivité dans un format mini, avec 10.1" tactile »

Processeur Accéléré Double-cœur A4-1200, avec Graphiques AMD Radeon™ HD 8180G



HP 11-e030ef

« Puissant et compact. Travailler ou jouer de manière plus naturelle avec le toucher, sur ce 11.6" »

Processeur Accéléré Double-cœur A4-1250, avec Graphiques AMD Radeon™ HD 8180



ACER Aspire E1-522

« Performance & Élégance sans compromis ! »

Processeur Accéléré Quadri-cœur AMD A4-5000, avec Graphiques AMD Radeon™ HD 8330



Toshiba Satellite W30Dt

« Un 13.3" hybrid qui offre une expérience PC-portable et Tablette »

Processeur Accéléré Double-cœur A4-1200, avec Graphiques AMD Radeon™ HD 8180

Le saviez-vous ?

Les processeurs et la technologie graphique d'AMD équipent les principales consoles de jeu : Nintendo Wii U, Microsoft Xbox 360, Sony PlayStation 4 et quelques PC Apple.



Connectez-vous sur



Vos clients vont pouvoir se connecter à leur sites web préférés en un clin d'oeil, partager leur contenus préférés entre plusieurs écrans, contrôler le système d'un simple mouvement de la main, jouer aux derniers jeux-vidéo... le tout dans un design incroyable et une durée de batterie d'une journée.



MARCHÉ

8 News

14 Interview : E-Concept

Cyril Benoit et Lionel Chataignier,
Directeurs

18 Interview : BenQ

Bruno Morel, Directeur commercial
et marketing et Charles Lelong, Chef
de produits

SOFTWARE

22 News

30 Interview : Wargaming

Andrei Yarantsau, VP of Publishing
et Rahim Attaba, Directeur
marketing Europe

HARDWARE

32 News

38 Focus : SSD, l'avenir
du stockage

Plus rapides, moins vulnérables
et désormais plus abordables

42 Panorama : Tablettes à
petit prix

Six appareils entre 149 et 219 euros

GUIDES

46 Hardware

48 Jeux vidéo

E-Concept,
une équipe
de passionnés

Les deux fondateurs d'E-Concept, spécialiste de la distribution B to B de produits culturels et multimédia, nous ouvrent les portes de leur société basée près de Chambéry en Savoie. Rencontre avec Cyril Benoit et Lionel Chataignier, qui reviennent pour nous sur l'histoire de la société et ses nouveaux axes de développement.

14

BenQ, l'affichage
en grand

En France, BenQ signe son retour en force sur le marché de la vidéo-projection et du moniteur avec des produits innovants et à forte valeur ajoutée. Rencontre avec Bruno Morel, Directeur commercial et marketing et Charles Lelong, Chef de produit, qui détaillent la stratégie du groupe.

18

SSD, l'avenir
du stockage

Si le disque dur reste aujourd'hui le système de stockage majoritairement utilisé dans les ordinateurs, les SSD se démocratisent avec des prix plus abordables. Malgré des capacités de stockage en retrait, les SSD apportent des avantages évidents comme un démarrage plus rapide, davantage de réactivité, moins de vulnérabilité...

38

Tablettes à petit prix
L'art du compromis

La tablette est devenue un marché de masse qui ne cesse de croître mais la chute des prix est tout aussi spectaculaire. Pour soutenir le segment, l'enseigne aura tout intérêt à privilégier la qualité dès l'entrée de gamme plutôt que le plus bas prix possible.

42



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

Photographe
Guy Pichard

PUBLICITÉ

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

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

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

MAQUETTE

Directrice Artistique
Anastasia Babic
anastasia@microcoop.com

Rédacteurs graphistes
Benoît 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.

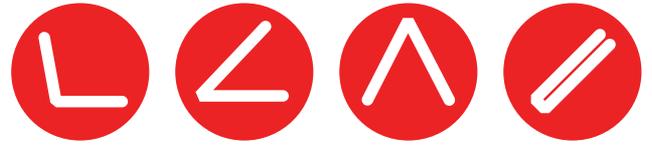
Site Web : www.jdli.com

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.

Lenovo® recommande Windows 8.

YOGA



IL SE MET EN 4 POUR VOUS.

MODE TABLETTE

Repliez le Yoga sur lui-même et bénéficiez des meilleurs atouts d'une tablette élégante, puissante et rapide grâce au processeur Intel® Core™ i7 pour travailler ou vous divertir. Parmi les 4 modes, quel est votre préféré?

DÉCOUVREZ LES 4 MODES
LENOVO.COM/YOGA



TABLETTE, PC & PLUS
 Ultrabook™. Inspiré par Intel.
 Equipé du processeur Intel® Core™ i7.

lenovo **FOR**
THOSE
WHO DO.

*POUR CEUX QUI AGISSENT

Intel®, le Logo Intel®, Intel® Inside®, Intel Core™, Ultrabook™, et Core™ Inside® sont des marques de commerce d'Intel® Corporation aux États-Unis et dans d'autres pays.
 Capture d'écrans simulées. © 2012 Ubisoft Entertainment. Tous droits réservés.



RZ <input type="checkbox"/>	Kunde lenovo	Werbeträger ????	Job-Nr. L1020 9098	Auftr.-Nr. RZ 0425-08-13	Auftr.-Nr. PP 0425-08-13	HeiterMM-Nr. _____
	Motivbezeichnung/Produkt YOGA	Anlageformat 230x300 + 5mm B.	Endformat _____	Sichtfläche _____	Anpassung/Profil ISO / FA Max:280%	_____
PP <input checked="" type="checkbox"/>	AZ / France	Ausdruck % _____	Datum 27.08.2013	Operator Z-A	SAATCHI & SAATCHI	
	_____	_____	_____	_____	_____	



La santé retrouvée de Carrefour



© Carrefour

■ **Malgré une conjoncture macro-économique difficile et une consommation des ménages atone, l'enseigne Carrefour a redressé ses comptes, du moins en France.** L'Hexagone représente 40% de ses activités. Pour le premier semestre, le bénéfice net s'affiche à 902 millions d'euros. Il est porté par des cessions d'activités, mais également par une amélioration « pro forma » des résultats. Le chiffre d'affaires s'établit à 36,46 milliards d'euros. En France, le résultat opérationnel a grimpé de 75,4 %, à 482 millions d'euros. Pour le PDG de Carrefour, nommé l'an dernier avec la mission expresse de redresser les résultats du distributeur français, la stratégie « décentralisée et multilocale » visant à donner davantage d'autonomie aux magasins commence à porter ses fruits. Mais l'international est encore à la peine, à l'image de l'Europe du sud, plombée par les résultats mauvais en Italie.



Vivendi se sépare d'Activision



■ **Ce n'était un secret pour personne que Vivendi souhaitait depuis quelques mois au moins revendre sa filiale de jeu vidéo, Activision-Blizzard.** Non pas que celle-ci représente une charge, au contraire, sa valeur est telle que Vivendi y voit un moyen de renflouer ses propres caisses rapidement. Vivendi a donc fini par trouver un acheteur à bon prix, et celui-ci n'est autre qu'Activision-Blizzard elle-même ! En effet, ce sont ses dirigeants épaulés par des investisseurs privés qui reprennent la majorité du capital, Vivendi ne conservant que 12 % sur les 61,1 % qu'elle possédait. D'un côté Bobby Kotick et Brian Kelly, respectivement Directeur général et co-Président d'Activision-Blizzard acquièrent avec un pool d'investissements 25 % du capital, de l'autre Activision-Blizzard rachète ses propres actions à Vivendi pour 5,83 milliards de dollars. Le Figaro rappelle que la société

génère plus d'un milliard de cash par an. « Le résultat net d'Activision Blizzard (610 millions d'euros au premier semestre 2013, contre 432 millions d'euros à la même période en 2012), notamment porté par le succès des jeux Skylanders Giants et Call of Duty: Black Ops II (deux meilleures ventes de jeux en Amérique du Nord et en Europe), World of Warcraft restant le numéro 1 des jeux massivement multi-joueurs avec environ 7,7 millions d'abonnés », explique l'éditeur.



Bigben présente sa tablette de jeu

■ **Le spécialiste de l'accessoire Bigben Interactive vient d'annoncer une tablette tactile spécialement conçue en direction des joueurs, la Gametab-One.** Basée sur un processeur Quad Core 1,8 Ghz, cette tablette Android de sept pouces devrait se démarquer notamment via une manette amovible la transformant en véritable console de jeu portable. Les boutons d'action, gâchettes, joysticks analogique et la croix de direction de l'accessoire pourront être redéfinis par l'utilisateur pour assurer une compatibilité avec toutes les applications Android pensées en mode tactile (les personnalisations propres à chaque jeu étant alors gardées en mémoire). Mémoire interne de 16 Go (extensible à 64 via carte MicroSD), prise

HDMI et HDMImini (pour jouer sur le téléviseur) et deux caméras répondent également présents. Pensée pour le jeu tout en restant ouverte aux autres usages d'une tablette tactile standard, cette machine publiée par Bigben Interactive est annoncée pour novembre prochain.



ASUS® | **intel**®
IN SEARCH OF INCREDIBLE

ASUS recommande Windows 8.



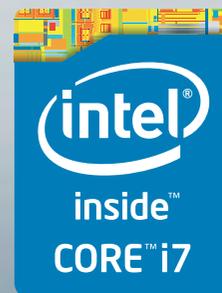
ASUS VivoBook

Transformez vos habitudes avec les écrans tactiles des VivoBook

Avec les VivoBook d'ASUS, découvrez la nouvelle génération d'ordinateurs portables équipés d'écrans tactiles. Le S551LB-CJ074H, équipé d'un processeur Intel® Core™ i7 et de Windows 8, possède un écran de 15,6" multipoint qui vous fera redécouvrir les usages d'un ordinateur portable. Disponibles en 11,6", 13,3", 14" et 15,6" les VivoBook S200, S300, S400 et S500 d'ASUS sont à la fois ultra-mobiles et élégants grâce à un design haut-de-gamme.

In Search of Incredible : Rechercher l'exceptionnel

Intel, le logo Intel, Intel Atom et Intel Inside sont des marques commerciales d'Intel Corporation aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Les applications du Windows Store peuvent varier en fonction des zones géographiques.



Square Enix se recentre



■ La rumeur datait du début de l'été, et elle s'est confirmée fin août. Square Enix se serre la ceinture et réduit le nombre de ses bureaux en Europe. La France, si elle n'est pas touchée directement par les fermetures, voit ses effectifs baisser de 16 à 10 personnes.

Free Mobile déjà à 10 %

■ Avec 6,8 millions d'abonnés à son service de téléphonie mobile, Free détient d'ores et déjà 10% du marché français et est tout à fait dans le rythme de croissance envisagé au départ. Et son offensive début 2012 sur ce marché n'a pas nui à sa capacité à générer du cash. Au premier semestre 2013, son bénéfice net a grimpé de 78 %, à 142 millions d'euros. Cependant, c'est l'activité de fournisseur d'accès Internet qui continue à rapporter le plus, avec un revenu moyen par abonné de quasiment 36 euros par mois. Free compte 5,5 millions d'abonnés au haut débit.

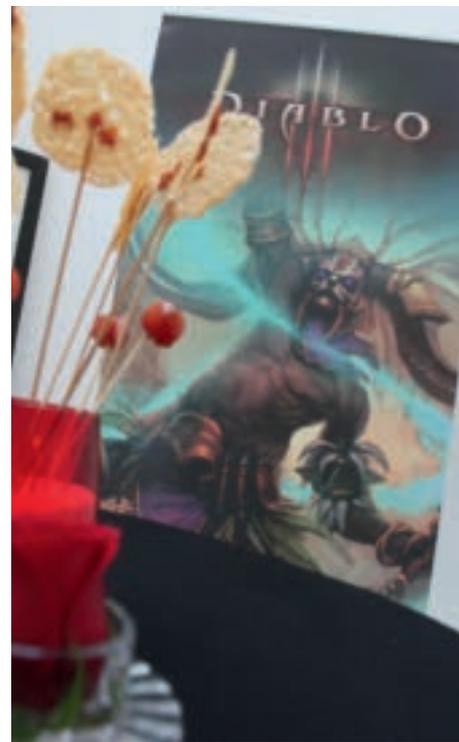
free
mobile



Diablo 3 consoles

Soirée de lancement à Paris

■ Quelques jours avant la parution de Diablo 3 sur PlayStation 3 et Xbox 360, le studio Blizzard (groupe Activision Blizzard) organisait une soirée de lancement à Paris pour fêter l'arrivée du titre sur consoles de salon. Un petit événement dans le contexte de ce studio qui compte parmi les plus réputés sur ordinateurs mais dont les parutions sur consoles sont bien plus rares (Diablo 1 sur PlayStation 1, Starcraft sur N64, Lost Viking sur 16 bits). Fin août, l'éditeur organisait donc une soirée dans une villa du cinquième arrondissement à Paris, où journalistes et consoliéristes étaient invités à prendre en main la version finale du titre avec quelques jours d'avance. Un peu plus d'un an après son arrivée sur PC, le jeu d'action/rôle Diablo 3 est désormais disponible sur consoles avec un contenu identique mais un gameplay légèrement aménagé pour la pratique à la manette des consoles et embarquant les dernières mises à jour de la version PC. Une version PS4 est prévue ultérieurement.



Konica Minolta

mise sur le handball

■ Mardi 27 août, la LNH (Ligue Nationale de Handball) annonçait avoir signé un accord de partenariat avec Konica Minolta pour les trois prochaines années (deux ans + une année en option) pour un montant non révélé. Ce partenariat couvre quatre événements organisés par la Ligue Nationale de Handball : le Championnat de France, le Trophée des Champions, la Coupe de la Ligue et la Nuit du Handball. L'accord, conclu par Sportfive (société de Lagardère



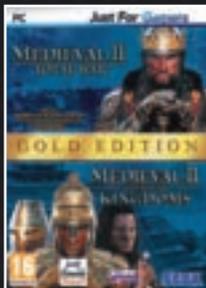
Unlimited qui commercialise droits média et droits marketing, hospitalité, stadium consulting et client servicing) permettra à la marque Konica Minolta d'être notamment visible en panneau LED terrain et sur le terrain lors de la totalité des 182 matchs du Championnat de France de Handball, plus les trois autres temps forts de la saison. Philippe Bernat-Salles, Président de la LNH, s'est déclaré « vraiment très satisfait d'accueillir Konica Minolta aux côtés de la Ligue ».

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

Just For Games

TOP 20 - juillet 2013**

N°1 ↑



Medieval 2 Total War Gold
SEGA

N°2 ↑



Oblivion 5ème anniversaire
BETHESDA

N°3 ↓



Napoléon Total War
SEGA

N°4 ↑



GTA San Andreas
ROCKSTAR

N°5 E



Batman Arkham City
WARNER

N°6 ↓



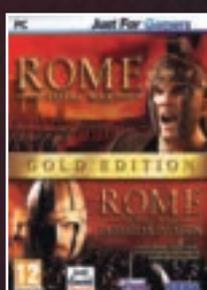
Les Sims Medieval
EA

N°7 E



Tomb Raider Collection
SQUARE ENIX

N°8 ↓



Rome Total War Gold
SEGA

N°9 E



Hitman Complete collection
SQUARE ENIX

N°10 Re



Stronghold 3 Gold
7 SIXTY

RANG

TITRE

ÉDITEUR

RANG	ÉDITEUR	TITRE	ÉDITEUR
11	Re	Spore	EA
12	↓	C&C 4 Le Crépuscule du Tiberium	EA
13	↓	Civilization 4 Complete	2K GAMES
14	E	Fallout New Vegas Ultiamte ed.	BETHESDA
15	↓	Anno 1404 Gold	UBISOFT
16	E	Rage Anarchy edition	BETHESDA
17	↓	Cossacks Anthology	UIG
18	↓	Battlefield Bad Company 2	EA
19	E	Batman Arkham Asylum	WARNER
20	↓	Assassin's Creed	UBISOFT

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.



2DS

Nintendo élargit la gamme



> suite de la Une

La première impression qui se dégage de la Nintendo 2DS est celle de la solidité. La livrée en un bloc et son aspect compact et robuste y jouent pour beaucoup. On craindra en tout cas bien moins pour la santé de la console en la confiant à des très jeunes utilisateurs, même s'il faudra protéger les écrans qui sont désormais vulnérables lors du transport (Nintendo lance simultanément des sacoches dédiées)... Si l'organisation des touches reprend les grandes lignes de la 3DS, on note que les boutons d'action, la croix directionnelle et le stick se trouvent désormais sur la partie supérieure de la machine. On

a donc tendance à prendre la console au creux de ses mains alors que la 3DS, tenue par sa partie inférieure en dépassait. A l'usage, la machine paraît très intuitive, avec des gâchettes latérales plus imposantes, immanquables. Si l'affichage en 3D n'est plus à l'ordre du jour, la console conserve en revanche les deux capteurs optiques permettant de prendre des clichés relief... lisibles en 3D sur une console de la marque. Côté autonomie, Nintendo annonce entre 3h50 et 5h50 de fonctionnement avec des jeux 3DS et entre 5h et 9h avec des titres DS. Avec ce nouveau modèle, Nintendo se dote d'une offre d'entrée de gamme, plus abordable, qui

jouera un rôle de premier plan dans l'objectif du constructeur de convertir de nouveaux publics. Dans l'actuel contexte économique, il s'agit d'une tendance de fond (Apple préparerait une version économique de l'iPhone 5). La sortie, le même jour, de Pokémon X et Y qui s'adresse majoritairement aux plus jeunes pourrait donner un bon coup d'envoi à cette nouvelle itération de la console, qui sera proposée en version noire ou blanche et rouge.

Questions à



Philippe Lavoué, Directeur général adjoint de Nintendo France

JDLI : Comment positionnez-vous la Nintendo 2DS ?

Philippe Lavoué : Il s'agit d'une référence supplémentaire au sein de la gamme 3DS, dont elle représente l'entrée de gamme. C'est une version simplifiée compatible avec tous les jeux 3DS et DS mais qui n'affiche pas de graphismes en 3D. Elle embarque les fonctions essentielles comme la connectivité et l'appareil photo. L'objectif de ce modèle est d'aller chercher des personnes qui étaient par exemple dotées d'une Nintendo DS mais n'avaient pas encore fait le saut vers la 3DS pour une raison de prix. On compte actuellement un

parc installé de deux millions de Nintendo 3DS en France, la Nintendo DS s'est vendue au total, à date, à 12 millions d'exemplaires. Nous avons donc un joli potentiel de croissance devant nous. La 3DS représente plus de la moitié des consoles vendues en France depuis cet été, nous sommes sur une excellente tendance que nous comptons soutenir. Le catalogue de jeux important et l'offre qui s'enrichit en fin d'année (Inazuma Eleven 3, Pokémon X et Y, The Legend of Zelda A Link Between Worlds, Professeur Layton...) vont y participer fortement.

La finition robuste de la Nintendo 2DS entend-elle que le modèle s'adresse en premier lieu aux plus jeunes ?

Avec ce modèle, Nintendo souhaite élargir le public de la console. Cela passe par le public des enfants. Mais pas seulement car nous avons identifié deux autres segments forts pour ce modèle qui sont les possesseurs de DS et les personnes de tous âges qui ne sont pas encore venues au jeu vidéo sur console portable. D'après les premiers retours que nous avons, rares sont les produits hi-tech de ce genre proposant une prise en main aussi immédiate. Et en aucun cas Nintendo n'a fait de compromis sur la qualité de la machine pour proposer cette version plus accessible.

Ce modèle fait l'impasse sur la fonction 3D. Est-elle devenue accessoire ?

Nous proposons aujourd'hui deux consoles dotées de l'affiche en 3D, la 3DS et la 3DS XL, et une console en 2D pour laisser le choix aux consommateurs du modèle qui leur correspond le plus. A aucun moment, Nintendo n'a regretté d'avoir implémenté la 3D sur sa console portable et tous les prochains jeux prévus sur la machine sont réalisés en 3D !

La Nintendo 3DS XL est livrée sans adaptateur secteur alors que la 2DS, modèle d'entrée de gamme, en comprend un dans la boîte. Pourquoi ?

La Nintendo 2DS se place dans une logique de premier équipement, elle s'adresse à des consommateurs qui n'ont pas forcément eu de consoles portables Nintendo auparavant. Contrairement au modèle Nintendo 3DS XL qui est souvent acheté par des joueurs déjà équipés.

Trois modèles de consoles portables en linéaires, cela ne risque-t-il pas de troubler les consommateurs ?

Avec ce modèle, nous finissons de structurer la gamme Nintendo 3DS. On dispose désormais d'un modèle classique (3DS), d'un modèle plus confortable (3DS XL) et d'une machine d'entrée de gamme (2DS). C'est le type de proposition que Nintendo a toujours eu, par exemple à l'époque où DS Lite, DSi et DSi XL cohabitaient en rayons. Nous allons communiquer en distribution via de la PLV pour bien expliquer les différences entre les modèles et qu'il n'y ait aucune ambiguïté auprès du grand public.



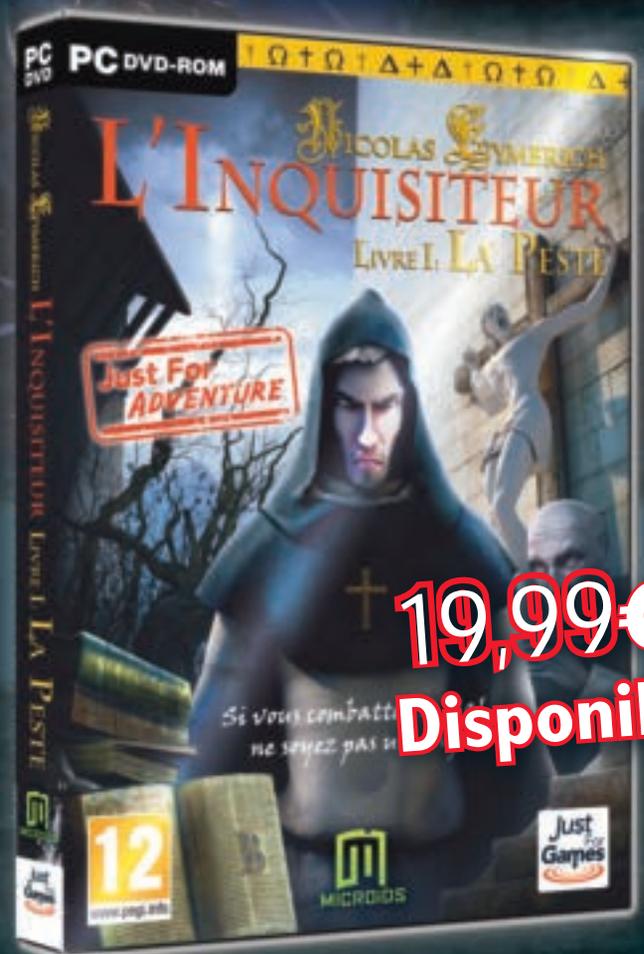
AVEC **JUST FOR GAMES** PLONGEZ DANS L'AVENTURE !



19,99€*
Disponible

**Rébellion contre le premier
des vampires !**

«Une aventure excellente» 5/5 GameZebo



19,99€*
Disponible

**Pour combattre le Mal,
il ne faut pas être un ange !**

8,5/10 - Gamepressure

* Prix de vente TTC généralement constaté.

© 2013 JUST FOR GAMES. Tous droits réservés. Just For Games, Just For Adventure et leurs logos sont des marques déposées de Just For Games. © Microïds. Microïds est une marque d'Anuman Interactive.
© 2013 Anuman Interactive S.A. Toutes les autres marques appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

Just
For
Games



Entretien avec
Cyril Benoit
Directeur



Entretien avec
Lionel Chataignier
Directeur



Les locaux de E-Concept situés près de Chambéry, en Savoie.

Spécialiste de la distribution en B to B de produits culturels et multimédia depuis bientôt 15 ans, E-Concept Distribution a récemment ajouté à son arc le métier d'éditeur d'accessoires. Les deux dirigeants de la société, Lionel Chataignier et Cyril Benoit, passionnés de jeux vidéo de la première heure, nous ont ouvert leurs portes près de Chambéry, en Savoie.

Par Patrick Hellio



Accessoires aux couleurs d'Assassin's Creed 4.

E-Concept

Une équipe d'

JDLI : Comment est né E-Concept ?

Lionel Chataignier : Dans les années 1990, nous tenions des boutiques de jeux vidéo à Chambéry. Une aventure qui a duré plus de 10 ans et au cours de laquelle nous avons vraiment connu l'explosion de l'industrie. Nous avons de plus la chance d'avoir une place très appréciable sur le marché local ! Il y a donc 14 ans, nous avons fondé E-Concept. Cela répondait à une volonté commune pour nous de quitter l'univers du B to C pour travailler dans le B to B. Aujourd'hui, nous remplissons les rôles tant de distributeur exclusif et officiel de certains produits, que de grossiste avec une orientation vers le déstockage ou, plus récemment, d'éditeur de nos propres produits.

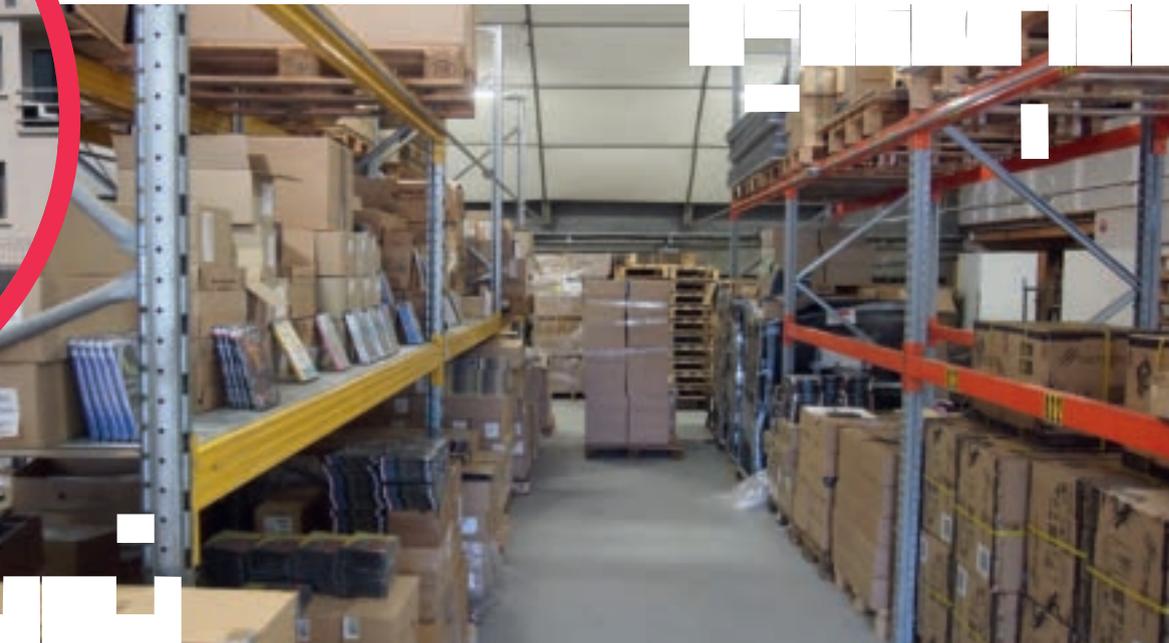
Cyril Benoit : Au départ, nous avons principalement travaillé sur le jeu vidéo et le DVD. Par la suite, nous nous sommes ouverts également à d'autres familles de produits comme l'accessoire de jeu qui nous a permis de développer notre légitimité sur toute la France, les figurines et d'autres produits dérivés ou jouets et jeux de société. Nous travaillons aussi bien sur de la nouveauté que sur des opérations de déstockage. Nous occupons depuis 2011 un local de 3 000 m² tout près de Chambéry et notre catalogue

comprend plus de 15 000 références. Nous travaillons avec la France entière. L'Hexagone représente environ 80% de notre activité, nous commençons aussi à travailler de plus en plus progressivement à l'étranger, via notamment nos marques propres...

Où situez-vous votre valeur ajoutée ?

L.C. : Je pense qu'elle se trouve tout d'abord dans le choix des produits culturels et multimédia que nous référençons. Nous cherchons en effet toujours à développer une offre proposant le meilleur rapport qualité/prix possible. Nous travaillons tout au long de l'année à développer notre offre aussi bien en nouveautés qu'en produits de fond de catalogue, sachant que nous mettons également en place des opérations de déstockage. L'une des particularités de E-Concept est notre souci de travailler au plus près avec nos partenaires distributeurs en créant par exemple sur-mesure des outils de vente type PLV ou box pour une opération spéciale. Nous avons d'ailleurs ouvert ici en interne un studio de création graphique dans ce but. Une autre caractéristique de E-Concept tient dans les relations à long terme que nous développons avec les éditeurs et fabricants que nous représentons sur le marché français.

LIONEL CHATAIGNIER
CYRIL BENOIT



« L'année dernière, nous avons lancé notre marque propre d'accessoires pour consoles et mobiles qui s'appelle Two Döts. »

ept e passionnés



Comment se répartit aujourd'hui votre activité entre ces divers secteurs ?

C.B. : C'est assez fluctuant selon le marché. A l'heure actuelle, les accessoires doivent représenter environ 40% de notre business. Il s'agit de notre premier secteur d'activité, d'autant plus que nous lançons désormais nos propres lignes de produits. Vient ensuite dans la répartition de notre activité le jeu vidéo software, qui représente environ 30%. Les autres familles de produits représentent le reste de l'activité, autour donc de 30%.

Quels types d'accessoires publiez-vous ?

L.C. : L'année dernière, nous avons lancé notre marque propre d'accessoires pour consoles et mobiles qui s'appelle Two Döts. Nous travaillons pour cela avec un homologue italien. La gamme comprend une dizaine de références parmi les plus demandées, depuis la manette pour PlayStation 3 en passant par le câble HDMI ou l'adaptateur secteur. Les produits marchent très fort. En septembre, nous ajouterons des références Nintendo 3DS XL et PS Vita au catalogue. Sur la fin d'année, nous proposerons également des accessoires sous licence dont notamment Assassin's Creed IV. Et puis entre octobre et novembre, nous lancerons notre propre marque d'accessoires PC, Steelplay. Dans ces

différents secteurs de l'accessoire, l'objectif de nos marques propres est de proposer les meilleurs rapports qualité/prix, avec un taux de retour très très faible mais un positionnement prix assez agressif. Notre gamme Two Döts est par exemple garantie pour une durée de cinq ans.

Pourquoi lancer votre propre marque ?

L.C. : Nous voulions mettre sur le marché nos propres produits et plus seulement être dépendants de ce que d'autres fabricants nous proposaient. Notre expertise dans le jeu vidéo, qui date maintenant d'une vingtaine d'années, nous permet aussi de sélectionner les bons produits. Développer notre propre marque nous permet également de travailler avec beaucoup plus de liberté, à notre rythme et de profiter d'une exclusivité totale sur les produits en question. Nous avons recruté un Directeur marketing et communication qui supervise notre communication, notamment autour de nos marques propres et le fait de posséder un studio de création graphique ici nous permet d'être très réactifs.

Où vos produits sont-ils référencés ?

C.B. : Nous sommes présents chez Micromania, Fnac ainsi que tous les e-commerçants et la majeure partie de la grande distribution. Notre gamme Two Döts est aujourd'hui référencée sur les principaux sites d'e-commerce, chez Leclerc où ils font d'excellentes sorties caisses ainsi qu'à la Fnac et nous continuons à développer son référencement auprès de nos partenaires habituels. Jusqu'ici, aucun produit de la marque n'a jamais été déréféré d'un point de vente, nous sommes vraiment ravis de l'accueil dont ils jouissent.

Fiche d'identité

Nom : E-Concept Distribution

Création : 1999

Nombre de salariés : 15 sur le site et quatre commerciaux itinérants

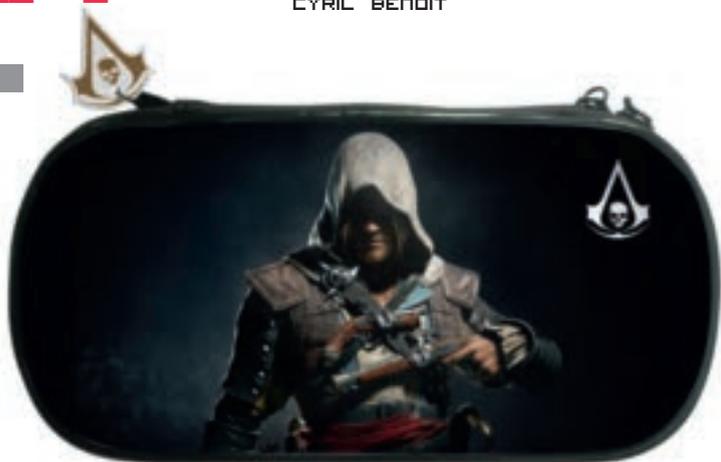
Chiffre d'affaires : 7,5 millions d'euros

Site Internet : <http://www.ecdist.com/fr/>

Marques distribuées : Two Döts, Steel Play, PDP, Gioteck, TopWare Interactive, Reef Entertainment, Tomy, Jinx Tommo, Blaze...

LIONEL CHATAIGNIER

CYRIL BENOIT



Un Musée du jeu vidéo

Passionnés de retro-gaming, les patrons de E-Concept ont monté un musée du jeu vidéo au sein de l'entreprise. « Pour le moment, son accès est réservé aux personnes qui viennent nous rendre visite »,

explique Lionel Chataignier, qui n'écarte pas

la possibilité de la présenter au public si une bonne occasion se présente. « C'est un plaisir que nous sommes faits qui permet aussi d'illustrer l'évolution de l'industrie au cours des 40 dernières années. Et il faut dire que cela facilite parfois les négociations avec des partenaires qui ont la même passion que nous ! ».

Dans une pièce de taille confortable, des dizaines de machines sont exposées: consoles Nintendo, Sega, Sony bien sûr, mais aussi Atari, Nec, SNK Neo-Geo, Amstrad, 3DO, Philips, ordinateurs Sinclair, Apple, Thomson, Texas Instruments, Commodore, Atari... sans oublier le Minitel évidemment. Au chapitre des curiosités, on notera bien sûr la Virtual Boy de Nintendo, le Sega Activator (un improbable mais pionnier tapis repérant les mouvements du joueur pour les jeux de combat sur Megadrive) ou encore un moniteur portable pour la console Nec, une rareté. Tout en alimentant régulièrement ce sanctuaire, l'équipe met également le musée en scène dans des vidéos présentant de manière décalée des jeux ou machines cultes. (MHV : Muséum d'Histoire Virtuelle sur Facebook).

« Nous sommes tous ici des férus de retro-gaming, c'est pourquoi nous avons ouvert un musée de l'histoire du jeu vidéo ! »

Vous avez commercialisé récemment en France la console Neo Geo X. Quel bilan en tirez-vous ?

C.B. : Le bilan est très bon puisque nous avons vendu la totalité de la première livraison de 2000 consoles que nous avions reçu du fabricant Tommo en décembre dernier. Fort de ce succès, des unités supplémentaires nous ont été allouées depuis et espérons atteindre un total de 4 000 pièces vendues à fin septembre. De nouveaux produits retro-gaming vont suivre chez nous pour la fin d'année, vu le succès rencontré et la demande du public. Nous avons plusieurs produits de ce genre au catalogue, dont également des consoles Megadrive plug-and-play. Nous sommes tous ici des férus de retro-gaming, c'est d'ailleurs pourquoi nous avons ouvert dans les locaux un musée de l'histoire du jeu vidéo ! (voir encadré).

Quels sont vos best-sellers dans le domaine du produit dérivé ?

C.B. : Nos grand succès du moment, ce sont Minecraft et tous les produits qui en sont adaptés (t-shirt, goodies) ainsi que Pokémon dans le registre des peluches et figurines. Nous sommes l'un des principaux distributeurs en France de la marque Jinx, spécialisée dans les vêtements basés sur des licences de jeux vidéo ainsi que Tommy dont nous traitons la commercialisation des produits dans le secteur jeu vidéo.

Quel regard portez-vous sur l'état du marché du jeu vidéo ?

C.B. : Nous sommes actuellement sur un marché en phase de transition, où l'on attend vraiment de voir quelles seront les performances des nouvelles consoles de salon et surtout quel accueil le public leur fera dans les prochains mois. Si le marché du jeu vidéo tend vers la dématérialisation, nous allons tendre pour notre part à une re-matérialisation en nous concentrant de plus en plus sur l'accessoire et des produits de qualité dédiés aux gamers.

L. C. : On réalise que ce marché est en continuelle évolution et notre musée du jeu vidéo nous permet justement de l'illustrer auprès des personnes qui connaissent moins l'industrie. On remarque qu'il y a toujours eu de la place pour des accessoires innovants, des trouvailles originales et c'est justement ce que nous allons nous évertuer à proposer avec nos produits. Pour les prochaines années, nous aimerions continuer à nous développer progressivement, à notre rythme.





Entretien avec
Bruno Morel, Directeur
commercial et marketing



Entretien avec
Charles Lelong,
Chef de produit



BenQ

L'affichage en grand

En France, BenQ signe son retour en force sur le marché de la vidéo-projection et du moniteur avec des produits innovants et à forte valeur ajoutée qui tirent leur légitimité d'une longue expérience, d'une position mondiale forte et aussi des autres sociétés du groupe, comme le fabricant de dalles AU Optronics.

Par Stéphane Kauffmann

JDLI : Pouvez-vous nous résumer les activités et la nature du groupe BenQ ?

B. M. : BenQ est un groupe fort de 125 000 employés dont font partie notamment AU Optronics, le troisième fabricant mondial de dalles LCD. BenQ est présent sur de nombreux marchés comme l'équipement médical et le lightening mais se concentre en Europe sur ses activités moniteurs et vidéoprojecteurs auxquelles s'ajoutent l'affichage dynamique et interactif.

Quelles sont vos activités et comment êtes-vous structuré sur le territoire français ?

B. M. : En France, nous commercialisons des vidéoprojecteurs, des moniteurs et de l'affichage dynamique. Comme dans tous les autres pays européens dans lesquels nous sommes présents, nous sommes une filiale financièrement indépendante mais rattachée au siège européen qui se trouve à Eindhoven aux Pays-Bas. Aujourd'hui, la filiale compte cinq personnes mais nous sommes en train de nous développer. Depuis début 2011, nous progressons en parts de marché sur la vidéo-projection et le moniteur informatique.

Le vidéoprojecteur grand public et home cinéma est un marché difficile, quels sont vos arguments ?

Charles Lelong : Le marché du vidéoprojecteur souffre beaucoup moins que d'autres secteurs de l'électronique grand public, comme le téléviseur qui est en forte régression. S'il est bien plus modeste en termes de volume, il est stable et intéresse donc de plus en plus une distribution en quête de valeurs sûres en ces temps de crise économique. Nous sommes un constructeur généraliste qui a pour vocation de couvrir tous les segments du marché grand public. Nous élargissons d'ailleurs notre gamme qui, de trois produits au début de l'année, devrait passer à six d'ici fin 2013. Nous nous positionnons à la fois sur les segments du home entertainment et du home cinéma en HD-Ready comme en Full-HD. Nous sommes spécialiste de la technologie DLP et nous sommes d'ailleurs leader mondial dans cette technologie et numéro deux sur le marché de la vidéo-projection toutes technologies confondues. En Europe, nous avions 16% de parts de marché au second trimestre. En France, nous souffrons encore d'un déficit de notoriété mais nous bénéficions d'une vraie cote d'amour qui ne cesse de progresser. Nous avons même occupé la première place en home cinéma, ce dont nous sommes très fiers. Et notre produit phare, le W1070 a été la meilleure vente en Full-HD. En France, notre objectif est d'atteindre les 10% de parts de marché.



La concurrence du grand téléviseur a mis à mal la projection home cinéma. Comment voyez-vous évoluer ce marché et quels sont vos axes de développement ?

C.L. : Nous sommes plutôt optimistes concernant ce marché. Le téléviseur LCD a atteint des limites de développement sur les grandes tailles et le rapport de l'investissement par rapport à la taille de l'image demeure très favorable au vidéoprojecteur, avec un

généraliste dans le salon sans obscurcissement complet, nous proposons des projecteurs très lumineux et très qualitatifs mais toujours à un prix très raisonnable. Ainsi, le W1070 affiche une luminosité de 2 000 lumens. Ensuite, nous misons sur les fonctions qui facilitent l'usage et qui évitent les installations contraignantes, par exemple avec le W1500 qui dispose d'une technologie de transmission de l'image sans fil. Nous proposons

proposons le W7000, notre vaisseau amiral qui sera prochainement remplacé.

Justement, l'installation contraignante est un facteur limitant pour la projection.

C.L. : Oui et c'est pourquoi nous proposons des produits qui s'adaptent à toutes les situations et qui peuvent aussi être mis en place en quelques instants pour une utilisation ponctuelle sur une table basse. Nos vidéoprojecteurs pour le home entertainment sont très flexibles.

« Le vidéoprojecteur apporte de la valeur au rayon et offre un rapport prix/taille supérieur au téléviseur. »

produit à 1 000 euros qui est capable d'afficher une diagonale de quatre mètres. De plus, nous sommes capables de répondre à toutes les demandes et à toutes les situations. Ainsi, pour un usage

aussi le W1080ST qui est le seul modèle Full-HD à focale courte, ce qui est idéal lorsque l'on manque de recul. Pour les installations home cinéma dédiées dans l'obscurité, nous

Le vidéoprojecteur intéresse-t-il la distribution non spécialiste ?

B.M. : Jusqu'à très récemment, la distribution physique centralisée avait effectivement délaissé la vidéo-projection, comme la Hi-Fi et le home cinéma audio, pour faire de l'espace aux téléviseurs en forte progression. Mais avec la baisse spectaculaire de ces derniers, les choses sont en train de s'inverser. Les multi-spécialistes comme Darty, Boulanger ou la Fnac redonnent de l'espace à ces marchés à forte valeur ajoutée qui adressent un public plus intéressé et prêt à dépenser. Il y a même une demande forte pour créer des pôles de démonstration qui associent la vidéo-projection à l'audio, un retour de l'auditorium en quelque sorte. Cela montre une réelle volonté de mise en avant et d'investissement sur le marché du vidéoprojecteur. En revanche, la projection n'est pas encore d'actualité en hypermarché, d'autant plus que la tendance est de réduire les linéaires du non-alimentaire qui souffrent depuis quelque temps déjà. Le Web est également un canal qui



fonctionne bien, notamment pour les projecteurs plus entrée de gamme qui ne nécessitent pas beaucoup d'explications. Enfin, nous sommes présents chez tous les revendeurs par le biais de nos grossistes. BenQ est donc largement distribué et présent partout où il y a de la vidéo-projection avec une forte tendance à l'élargissement de l'offre, notamment chez les multi-spécialistes.

Le moniteur informatique est un secteur en décroissance volumique, comment vous situez-vous ?

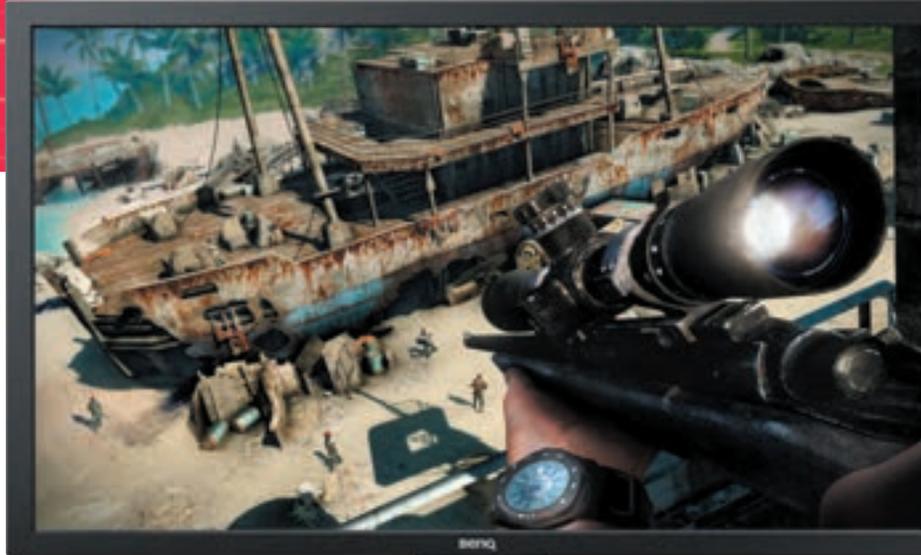
B. M. : Le marché du moniteur n'est que partiellement en décroissance, en fait sur les petites tailles, mais il est en croissance dès le 21,5 pouces et nous ne sommes présents que sur ce segment. De plus, il y a de la valeur ajoutée sur cette tranche du marché. En France et en raison de notre présence récente, nous avons encore une part de marché assez modeste mais en Europe, nos parts s'élèvent à 6,5% et nous sommes numéro un sur le segment du 24 pouces, le plus porteur aujourd'hui et surtout en croissance de 25%. Evidemment, nous tirons notre légitimité d'une longue expérience et de la relation privilégiée qui nous lie à AU Optronics, fabricant à la pointe sur les dalles 24 pouces. Nous sommes donc particulièrement présents et légitimes sur les grandes tailles du 24 au 27 pouces et sur le segment porteur du jeu vidéo sur PC.

Faut-il miser sur du moniteur familial ou plutôt sur la spécialisation ? Quels sont vos atouts ?

C. L. : Nous proposons les deux, le moniteur multi-usage et spécialisé, par exemple pour la retouche photo ou le montage vidéo qui nécessitent une grande fidélité chromatique. Un de nos atouts est d'avoir développé une technologie propriétaire Eye Care qui a pour objectif de réduire la fatigue oculaire et d'améliorer le confort devant un grand écran. Cela réunit plusieurs technologies en fait, comme des dalles anti-scintillement sur lesquelles la montée en luminosité ne se traduit pas par un clignotement plus rapide des LED mais par une variation de leur intensité. Nous garantissons aussi une chaîne numérique de transmission de l'image sans parasites. Nous fournissons même un câble HDMI spécial avec nos moniteurs labellisés Eye Care.

Le marché du jeu sur PC est toujours dynamique, vous positionnez-vous comme spécialiste sur ce segment ?

C. L. : Absolument, c'est une orientation très forte pour nous. Cela a commencé en 2011 en France avec le modèle XL2420T qui réunit deux caractéristiques exceptionnelles avec le 120 Hz et une latence de 2 ms. Il a été adopté très rapidement par la communauté des joueurs et a connu un grand succès. Depuis, nous l'avons complété par un XL2411T plus abordable et récemment par un XL2720T en 27 pouces très performant (latence de 1 ms). Ces moniteurs se destinent particulièrement aux jeux d'action très



« Nous sommes particulièrement présents et légitimes sur les grandes tailles du 24 au 27 pouces et sur le segment porteur du jeu vidéo sur PC. »

rapide. Pour la stratégie, nous avons deux modèles RL aux caractéristiques un peu moins extrêmes.

Le passage généralisé au tactile ne semble guère trouver d'échos dans le monde du moniteur, pourquoi ? Et quid de la très haute résolution ?

C. L. : L'ergonomie d'un grand écran vertical éloigné de l'utilisateur n'est pas adaptée à un usage tactile. C'est donc difficile à justifier par rapport au coût supplémentaire élevé. Pour la très haute résolution, cela reste pour l'heure réservé à l'usage professionnel mais cela viendra en grand public et nous serons présents dès que ce sera le cas.

A qui et pour quels usages vendre un moniteur aujourd'hui ?

B. M. : Le moniteur de grande taille, et en particulier les 24 et les 27 pouces, sont le complément idéal d'un ordinateur portable qui devient de plus en plus nomade et dont la taille d'écran a tendance à rapetisser. C'est donc majoritairement cet usage qu'il faut promouvoir et mettre en scène. Il est d'ailleurs dommage que le rayon moniteur soit souvent encore trop éloigné de celui des notebooks, tout comme la démonstration du confort de cette combinaison est un argument de poids pour le client en rayon. Monter par l'exemple le gain en confort par la diagonale et notre technologie Eye Care une fois le notebook arrivé à la maison est un gros plus.

Comment aidez-vous les enseignes et quels sont vos moyens de communication ?

B. M. : Pour le moniteur, notre principal axe de communication est le jeu. Nous sponsorisons des équipes professionnelles et de grands événements comme l'ESWC. Ce n'est pas seulement pour la publicité mais nous développons aussi nos écrans dédiés en fonction de ce retour d'expérience. Par exemple, nos moniteurs de jeu se distinguent par une ergonomie adaptée. Pour la partie vidéoprojecteurs, nous avons démarré une campagne de communication on- et offline qui insiste notamment sur notre position de leader sur le DLP. Pour aider à la vente, nous avons développé des vidéos explicatives et nous sommes en discussion avec les enseignes pour des pôles de démonstration.





YOUR NEED FOR SPEED

144 Hz / 1 ms GtG

my UltraSpeed

Conçu par les joueurs pour les joueurs...

... pour une expérience inoubliable ! Idéal pour un affichage en temps réel, ce moniteur Full HD de 24"/61 cm allie une fréquence de rafraîchissement de 144 Hz - soit plus du double de la fréquence standard de 60 Hz - au temps de réponse ultra court d'une milliseconde. Redécouvrez vos jeux vidéo avec une richesse de détails inédite, une netteté sidérante, et une fluidité incomparable ! Jouez-vous en toute sérénité de la fatigue visuelle comme de vos adversaires : l'absence de rémanence et la qualité d'affichage dans les scènes les plus rapides font du g2460Pqu le compagnon incontournable des jeux FPS*. **Détectez les mouvements de vos ennemis comme jamais...et laissez libre cours à votre passion !**

*FPS : First-person shooter, jeu de tir en vue subjective



Nouveau : hauteur réglable sur une course de 130 mm



Hub USB 2.0 avec port de chargement rapide



Une milliseconde pour un affichage sans rémanence



Garantie : 3 ans par échange sur site

CARACTERISTIQUES TECHNIQUES

- Entrées : VGA, DVI-D, HDMI, DisplayPort
- Temps de réponse 1 ms GtG
- 1920 x 1080 @ 144 Hz
- Caractéristiques propres : inclinaison -5°~+15°, rotation horizontale, hauteur réglable (130 mm)
- 350 cd/m²
- Menu à l'écran avec pré-réglages ciblés et customisables pour offrir le meilleur niveau de performance suivant les différents types de jeu

Metal Gear La totale

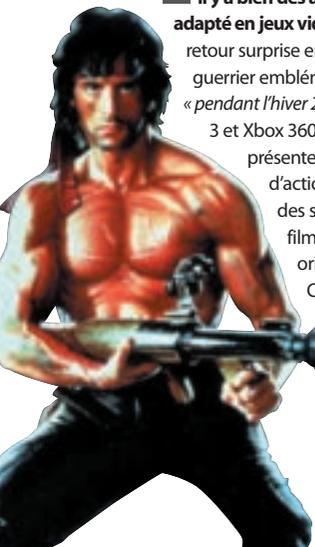


■ **Konami prépare une compilation pour PlayStation 3 dédiée à la fameuse série Metal Gear.** Belle aubaine pour revivre tous les temps forts de la saga imaginée par Hideo Kojima, Metal Gear Solid : The Legacy Collection comprendra les titres Metal Gear Solid, Metal Gear Solid 2 HD Edition, Metal Gear Solid 3 HD (embarquant les deux premiers jeux de la série sortis sur MSX dans les années 80), MGS : Peace Walker HD Edition, MGS : Special Missions et enfin Metal Gear Solid 4 Trophy Edition. Cette collection embarquera également deux bandes dessinées numériques dont une inédite en Europe. Sortie cet été aux Etats-Unis et au Japon, cette compilation n'a pas encore de date de publication fixée pour l'Europe, ce qui ne devrait tarder.

Rambo revient aux manettes



■ **Il y a bien des années que Rambo n'avait pas été adapté en jeux vidéo sur machines de salon.** Après un retour surprise en salles de cinéma il y a cinq ans, le guerrier emblématique des années 80 reviendra « pendant l'hiver 2013 » dans un jeu sur PC, PlayStation 3 et Xbox 360. Rambo The Video Game se présentera (évidemment) comme un jeu d'action dans lequel on pourra retrouver des scènes marquantes des trois premiers films. Musiques et voix des acteurs originaux (Sylvester Stallone, Richard Crenna) seront de la partie selon l'éditeur. Publié par Reef Entertainment, le titre sera commercialisé en France par Koch Media.



Beyond : Two Souls voit double

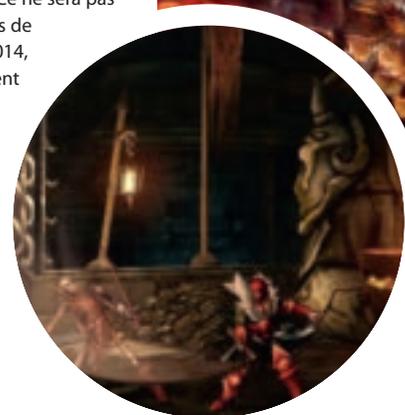
■ **En attendant sa sortie le 9 octobre prochain, le jeu d'aventures Beyond : Two Souls continue à distiller de nouvelles informations via son développeur, le studio Quantic Dream.** On a ainsi appris au cours du salon Gamescom à Cologne en Allemagne que le jeu proposerait un mode deux joueurs. Celui-ci permettra de prendre à tour de rôle le contrôle du personnage de Jodi Holmes, l'héroïne, et d'Aiden, l'entité paranormale qui lui est associée. Une application pour smartphones et tablettes « Beyond Touch » sera proposée gratuitement en téléchargement, permettant de contrôler l'action (en solo ou multijoueurs) via la surface tactile de l'appareil. Toujours plus proche d'Hollywood, c'est le musicien Hans Zimmer (Man of Steel, The Dark Knight Rises...) accompagné de Lorne Balfe qui va signer la bande originale du jeu.



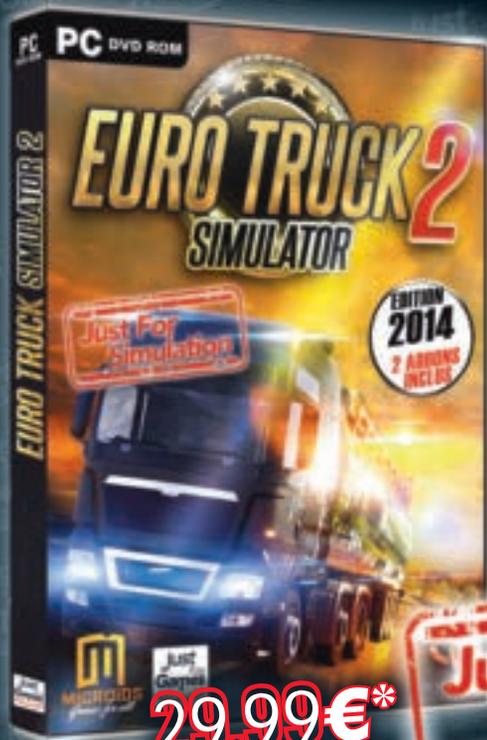
Après Heavy Rain (2010) qui avait su capter l'attention d'un public large (et suivant souvent à plusieurs l'action sur l'écran), le studio entend visiblement encourager la tendance. Concernant justement Heavy Rain, Guillaume de Fondaumière, co-CEO du studio parisien, a annoncé que le titre venait de passer le cap des trois millions de ventes à travers le monde depuis son lancement.

Dracula plus vivant que jamais

■ **C'est au cours de la Gamescom à Cologne que Konami a annoncé que le jeu Castlevania : Lords of Shadow - Mirror of Fate (paru en mars sur Nintendo 3DS) serait adapté sur PlayStation 3 et Xbox 360.** Prévues pour le 31 octobre, cette version estampillée HD sera commercialisée sous forme dématérialisée sur les boutiques en lignes des deux consoles. Ce ne sera pas de trop pour faire patienter les chasseurs de vampires en herbe jusqu'au 27 février 2014, date désormais retenue pour le lancement en Europe de Castlevania : Lords of Shadow 2 sur les mêmes consoles (plus le PC). Suite directe du Lords of Shadow de 2010 qui avait redonné un coup de jeune à la franchise, le titre permettra d'incarner Dracula lui-même et promet d'accéder à un terrain de jeu plus ouvert à explorer librement. Le studio espagnol Mercury Steam est à nouveau aux commandes.

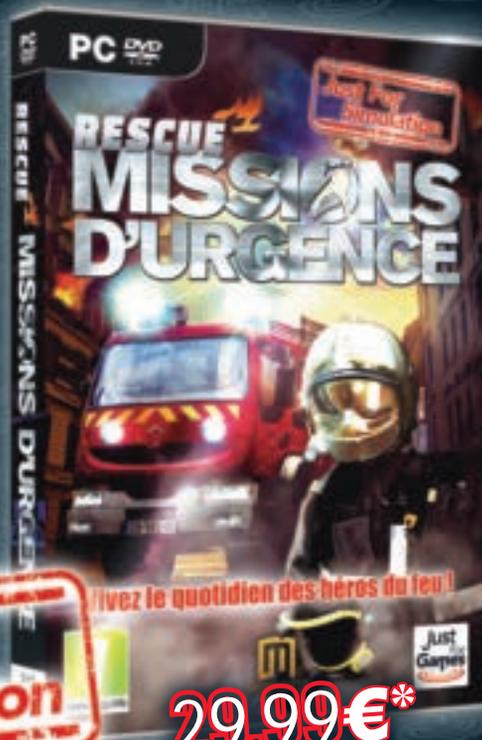


LES MEILLEURS JEUX DE SIMULATION SONT CHEZ **JUST FOR GAMES** !

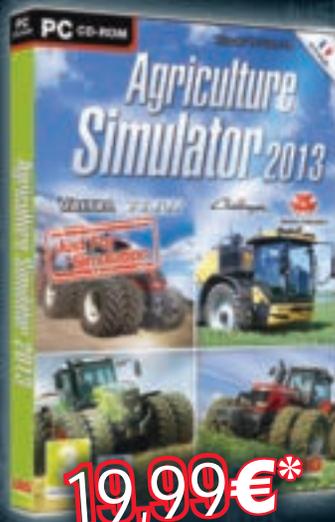


29,99€*

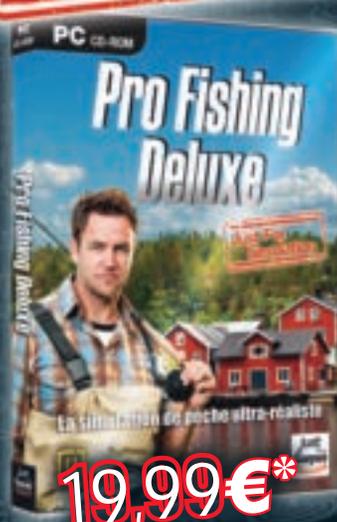
Just For Simulation



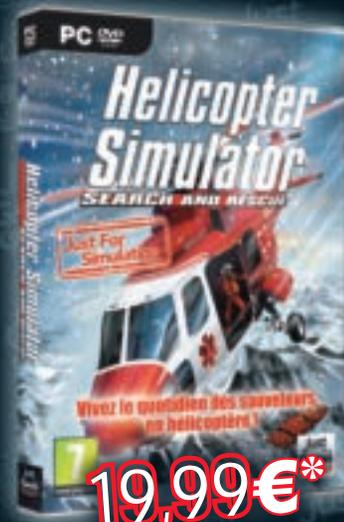
29,99€*



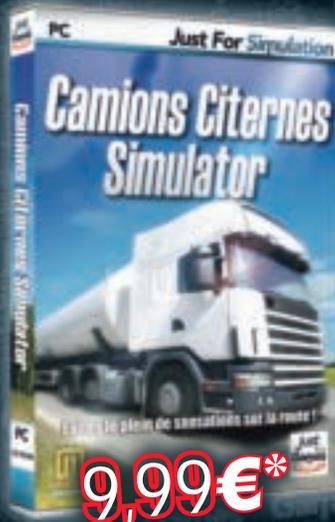
19,99€*



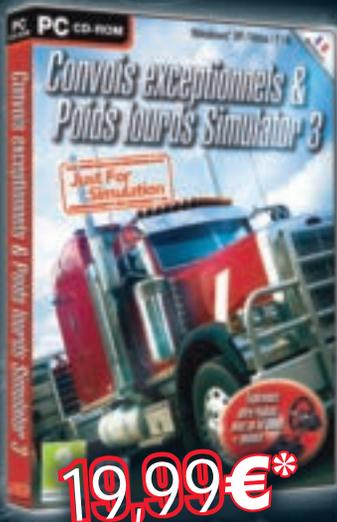
19,99€*



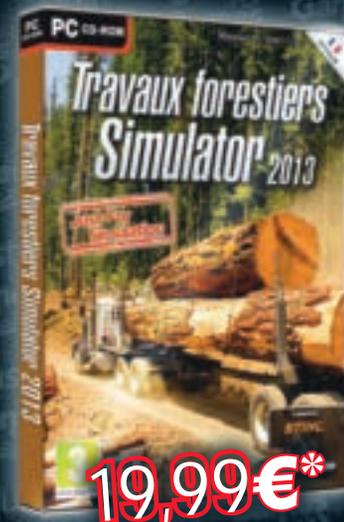
19,99€*



9,99€*



19,99€*



19,99€*



* Prix de vente TTC généralement constaté.

© 2013 JUST FOR GAMES. Tous droits réservés. Just For Games, Just For Gamers, Just For Fun et leurs logos sont des marques déposées de Just For Games.

Toutes les autres marques appartenant à leurs propriétaires respectifs.



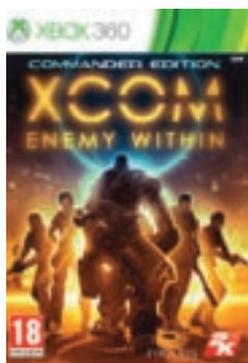
Xcom

L'invasion continue



Alors qu'un nouveau volet de la saga vient de paraître, prenant place dans les années 50 (Xcom The Bureau, voir guide jeux), 2K Games annonce une extension à paraître le 12 novembre à destination de Xcom : Enemy Unknown (sorti fin 2012 sur PC et consoles).

Intitulée Xcom : Enemy Within, l'extension proposera de nouvelles compétences, améliorations et armes ainsi que du contenu multijoueurs supplémentaire sans oublier des monstres inédits. Sur consoles, Xcom : Enemy Within Commander Edition regroupera le jeu original, cette extension ainsi que celles précédemment sorties.



Warface

Free-to-play aussi sur 360



Microsoft et le studio Crytek (FarCry, Crysis ou encore Ryse : Son of Rome sur Xbox One) annoncent que Warface, jeu d'action en vue subjective basé sur le système du Free-to-play, sera proposé en version Xbox 360 début 2014. Disponible sur PC en version Beta, Warface met en scène des affrontements militaires dans un univers urbain futuriste (2023), le tout basé sur le moteur maison CryEngine 3. Quatre classes de combattants sont proposées aux joueurs. Le titre compterait d'ores et déjà cinq millions de joueurs inscrits en Russie, sur PC.

Dernière ligne droite pour Need For Speed Rivals



Débutée en 1994 sur 3DO, la série historique d'Electronic Arts se poursuit avec l'arrivée prochaine de Need For Speed Rivals sur les plates-formes actuelles mais aussi à venir. Développé par le nouveau



studio d'EA Ghost Games, le titre prend place dans un environnement ouvert où le joueur aura le choix d'incarner un pilote ou un membre des forces de l'ordre. Outre le retour de la marque Ferrari dans la franchise Need For Speed mais aussi de la personnalisation des bolides, la grande nouveauté se nomme AllDrive. Celle-ci propose selon l'éditeur « d'abolir la barrière séparant les modes solo et multijoueur », cette fonctionnalité permettant de « passer en toute fluidité du jeu en solo au jeu entre amis ». Need For Speed Rivals sortira le 19 novembre en Europe sur Xbox 360, PlayStation 3 et PC. Les versions Xbox One et PlayStation 4 arriveront plus tard dans l'année. A noter qu'un long-métrage basé sur la franchise sortira en salles le 14 mars 2014.

Diablo 3

sur tous les fronts

Blizzard Entertainment vient d'annoncer une extension pour Diablo 3, jeu d'action/rôle paru sur PC en mai 2012. Intitulé Diablo 3 :

Reaper of Souls, ce contenu additionnel pour PC proposera un nouveau chapitre prenant place directement après les événements du jeu original. Après l'extermination du maléfique Diablo, les joueurs vont devoir affronter Malthaël, ange de la Mort et l'arrêter avant qu'il ne sème l'enfer sur Terre. Face à cette nouvelle menace, les joueurs pourront compter sur une nouvelle classe de héros disponible, le croisé. « Cette extension [...] introduit des améliorations essentielles en ce qui concerne la prise en main du jeu, elle ajoute un nouvel arc à l'histoire de la franchise, une nouvelle classe redoutable, une moisson de nouveaux butins et encore bien d'autres options de haut niveau », situe Mike Morhaime, Président du studio. Dévoilée à l'occasion de la Gamescom, cette extension n'a pas encore de date de sortie communiquée. Il en va en revanche autrement pour la version consoles de Diablo 3 qui est prévue pour le 4 septembre. Proposée



sur PlayStation 3 et Xbox 360, cette version reprendra le jeu original sur PC mais comprendra de nombreux aménagements pour correspondre au jeu à la manette, incluant notamment une gestion revue de la caméra.



ARRIVEZ PLUS VITE À VOTRE FIN

Pour surfer sur meotic
Utilisez simplement le 11 AC de D-Link

Wireless AC : le Wi-Fi survitaminé

Le Wireless AC est une nouvelle technologie Wi-Fi survitaminée, permettant une couverture complète de votre habitation, une performance fluide et des vitesses jusqu'à quatre fois supérieures à celles du Wireless N*, le tout à un prix imbattable. Préparez-vous à bénéficier du streaming, des conversations Skype, du téléchargement de fichiers en quelques secondes. Les mises en mémoire tampon, c'est du passé avec la nouvelle gamme de routeurs Wireless AC de D-Link.

*Comparé au Wireless N300



Téléchargez maintenant vos applis mydlink™



Connect to More dlink.com/fr/WirelessAC



Le routeur Wireless AC de D-Link
(DIR-868L)

D-Link[®]
Building Networks for People



Designed for touch.*

Cet été, les plages ont vibrés pour la tournée Acer Designed for touch.*

Le bus Acer vous a suivi sur la route de vos vacances...

10	Île de Ré Jeudi 15 août 17h00 - 22h00	Le Lavandou Vendredi 2 août 17h00 - 22h00	1
9	Mimizan Mercredi 14 août 17h00 - 22h00	Saint-Raphaël Samedi 3 août 16h00 - 21h00	2
8	Argelès-sur-Mer Lundi 12 août 17h00 - 22h00	Saint-Mandrier Lundi 5 août 17h00 - 22h00	3
7	Port Barcarès Samedi 10 août 17h00 - 22h00	Marseille Mardi 6 août 15h00 - 20h00	4
6	Palavas-les-Flots Jeudi 8 août 16h30 - 21h30	Port Leucate Mercredi 7 août 17h00 - 22h00	5

... sur la plage !





Bilan de la campagne



Environ **4 250** visiteurs



Environ **2 270** démonstrations
produits réalisées



384 spots Radio
diffusées sur la période



Soit 1 par jour!



Relai de la campagne sur les **réseaux sociaux**



*Conçus pour le tactile **Au-delà des limites

Acer et le logo Acer sont des marques déposées de Acer Inc. © 2013 Acer Incorporated. Tous droits réservés.

Toutes les autres marques, marques déposée et/ou marques techniques ou autres appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

Le prochain

Batman

en version collector

Warner Bros Interactive Entertainment annonce une version collector du très attendu **Batman Arkham Origins**, prévu pour le 25 octobre prochain.

Ces sont les versions PS3 et Xbox 360 qui profiteront de cette édition spéciale qui embarquera de multiples goodies en plus du jeu comme une figurine réunissant Batman et le Joker, un livre d'illustrations, un « dossier de renseignements », un boîtier métallique ainsi que des contenus supplémentaires à télécharger (apparence exclusive, packs de défis...). Cette édition sera positionnée au prix généralement constaté de 99,99 euros. Après les réussites *Batman Arkham Asylum* (2009) puis *Batman Arkham City* (2011), ce troisième volet est particulièrement attendu.



Disney Infinity en septembre



Prévu initialement pour le 22 août, **Disney Infinity** sortira finalement le 19 septembre prochain sur PlayStation 3, Xbox 360, Wii U et Nintendo 3DS. Destiné en premier lieu aux enfants entre six et 12 ans, ce titre mêle jeu vidéo et jouets via des figurines à placer sur un socle qui rejoignent alors la partie. Disney Infinity exploite certaines des plus populaires licences du groupe comme *Les Indestructibles*, *Pirates des Caraïbes*, *Cars* ou encore *Lone Ranger*.

PES fait peau neuve



PES 2014, la nouvelle mouture de la simulation footballistique de Konami, sortira le 19 septembre à un prix de vente agressif (49,99 euros) mais seulement sur les plates-formes actuelles (PS3, Xbox 360 et PC, les versions PS2 et PSP suivront). L'équipe PES Productions basée à Tokyo annonce que ce volet bénéficiera du « plus grand bond en avant d'un jeu PES depuis sa création » pour tenter de disputer le leadership du genre à son concurrent historique. La jaquette du jeu misera sur sa licence phare : la prestigieuse Ligue des Champions. Côté nouvelles licences, l'AFC Champions League (coupe des clubs d'Asie) ainsi que la première division argentine font notamment leur apparition. Fort de son fameux moteur Fox Engine signé Kojima Production (*Metal Gear*), le titre a en plus été revu en profondeur côté gameplay avec notamment une nouvelle physique de jeu, un réalisme accru et une véritable influence des spectateurs sur le moral des joueurs ainsi que sur le déroulement des matchs, selon que l'équipe joue à l'extérieur ou non. La précommande du titre chez certains revendeurs donne droit à des codes DLC pour ajouter des maillots classiques européens et latino-américains exclusifs. Des mises à jour et éléments supplémentaires sont également prévus durant le cycle de vie du jeu.



F1 2013 révisé ses classiques



Bien que la Formule 1 entame sa deuxième partie de saison (sept Grand Prix sont encore à disputer), **F1 2013 arrive à (très) grande vitesse pour une sortie prévue cet automne.** Au programme cette année, un nouveau mode de jeu baptisé **F1 Classics** permettant au joueur de prendre les commandes de voitures et de se mesurer à des pilotes des années 80/90 selon la version du jeu. En effet, le contenu des années 80 (Mario Andretti, Mika Hakkinen, Damon Hill, l'ancien circuit du GP d'Espagne...) sera inclus dans la version de base (*F1 2013*) et l'enrichie (*F1 2013 : Classic Edition*). Cette dernière contiendra en plus (et en exclusivité) le contenu des années 90 (Jean Alesi, Michael Schumacher, l'ancien circuit du GP du Portugal...). Au total, la *Classic Edition* regroupera 17 pilotes supplémentaires, 11 voitures et quatre circuits classiques. Bien sur, tout le contenu de la saison 2013-2014 n'a pas été oublié avec même toutes les nouvelles réglementations et une maniabilité améliorée. Le titre de *Codemasters* est aussi jouable sur écran partagé ou en multijoueurs en ligne. *F1 2013* est prévu le 4 octobre sur Xbox 360, PlayStation 3 et PC.



298P4QJEB

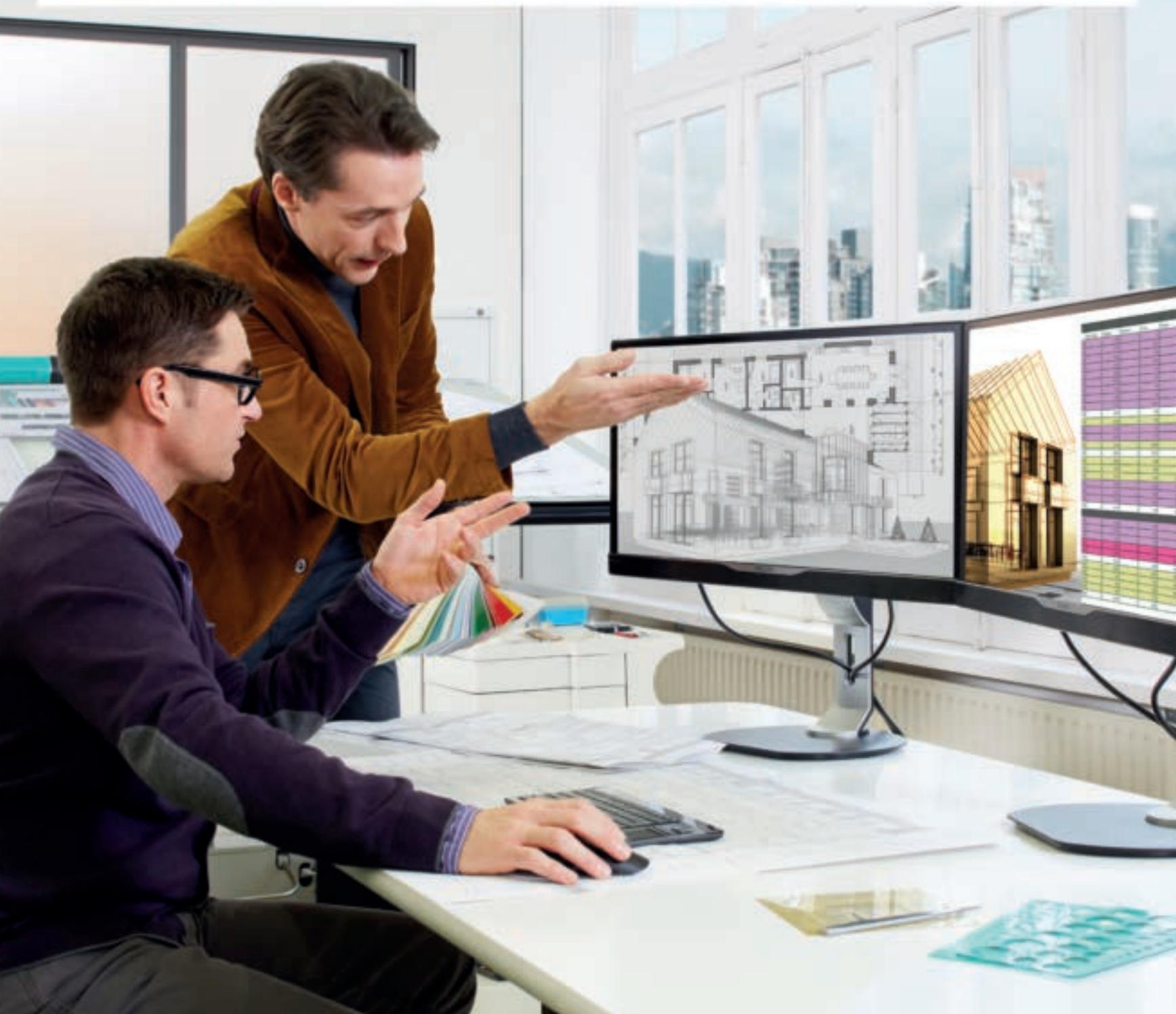
Ultra clair, ultra productif, UltraWide

Le multi-tâches entre dans une nouvelle dimension avec l'écran UltraWide 21:9

L'écran 21:9 UltraWide Professional est conçu pour le multi-tâches. Connectez et affichez simultanément deux sources différentes grâce la technologie de pointe Multiview. Les entrées HDMI, DVI et DisplayPort vous permettent d'accéder à une multitude de périphériques, tandis que l'USB 3.0 assure le transfert ultra rapide des données. Ultra haute résolution de 2560 x 1080 et dalle IPS offrent une vision sans distorsion indépendamment de l'angle de vision, pour des images plus nettes que jamais. Son design élégant au cadre ultra fin laisse toute la place à l'image, optimisant ainsi la surface de visualisation. Gage d'une productivité extrême dans les domaines les plus variés, cet écran satisfera les professionnels les plus exigeants : utilisateurs de solutions sophistiquées de CAO-FAO ou d'applications graphiques 3D, ou assistant financier familier des tableaux grand format, tous bénéficient avec les écrans Philips d'une qualité d'image exemplaire.

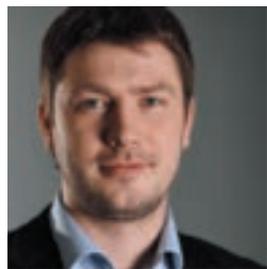


PHILIPS





Entretien avec

Andrei Yarantsau
VP of Publishing

La société Wargaming a bâti sa réussite sur le combat de chars, à travers le MMO *World of Tanks*. Après plusieurs mois de *Beta Test*, qui a rassemblé plus de trois millions d'inscrits dans le monde qui ont réalisé 202 millions de combats, elle lance officiellement *World of Warplanes* le 26 septembre. A cette occasion, Wargaming a créé des passerelles entre les deux jeux massivement multijoueurs et met en avant son concept de *Free-to-Win*. Entretien avec Andrei Yarantsau, VP of Publishing et Rahim Attaba, Directeur marketing Europe. Par Sébastien Anxolabéhère

Wargaming

à l'heure du combat aérien

JDLI : Quand avez-vous eu l'idée de lancer le développement de World of Warplanes ?

L'idée est apparue bien avant le lancement de *World of Tanks*. Beaucoup de développeurs de notre équipe sont passionnés par les jeux de combat aérien. Alors dès qu'ils ont compris le potentiel de notre premier MMO, ils ont proposé de faire un suivant, centré sur les avions de guerre du milieu du XXe siècle. Très occupé par la production de *World of Tanks*, nous avons choisi de confier le développement du prototype de ce nouveau projet à Persha Studio, un studio basé à Kiev en Ukraine qui avait déjà l'habitude de faire de la 3D pour nous. Ils ont fait un super travail et le projet a obtenu un feu vert pour aller plus loin.

En quoi consiste le compte unifié Premium ?

C'est un service conçu comme une partie intégrante de la stratégie « Free-to-win » mise en place par Wargaming qui a pour but un écosystème cohérent de titres partageant un système unifié de vente à travers l'univers commun Wargaming.net. Actuellement, c'est le cas pour *World of Tanks* et *World of Warplanes*. A son lancement, *World of*

Warships intégrera évidemment ce système. Dans son fonctionnement, le compte unifié Premium permet aux joueurs de passer de WOT à WOWP de manière plus fluide, en bénéficiant de tous nos projets sans coûts supplémentaires et en partageant entre deux jeux les avantages prodigués par le statut premium dont les devises in-game.





Wargaming veut promouvoir le free-to-win. Quels sont les premiers retours sur ce nouveau modèle qui permet aux joueurs d'acquérir des avantages dans la compétition ?

Ce système a reçu un excellent accueil par la communauté des joueurs. En apportant des innovations majeures à la façon de monétiser un jeu, il a modifié la perception des jeux gratuits en ligne et bousculé l'image dominante selon laquelle les éditeurs vendent des avantages dans les combats pour soutirer de l'argent aux utilisateurs. Rapidement après sa présentation, il y a eu un pic de nouveaux joueurs sur WOT. Nous avons également observé que d'anciens joueurs revenaient, motivés par l'arrivée d'un nouveau modèle. Le lancement du compte unifié Premium est d'ores et déjà un nouveau pas dans l'évolution de notre écosystème, et les retours ont été extrêmement positifs.



Y aura-t-il plus de possibilités de dépenser de l'argent dans WOWP que dans WOT ?

Les deux jeux utilisent un business model identique et nous n'avons pas prévu de différence significative dans la monétisation de WOWP par rapport à World of Tanks. Les joueurs auront la possibilité d'utiliser les biens du compte premium pour les deux jeux.

Wargaming célèbre ses 15 ans et continue d'avoir une croissance remarquable. Quelle sera la prochaine étape majeure de votre développement ?

Nous travaillons sur plusieurs projets importants. WOWP sera lancé fin septembre 2013, L'équipe figole les derniers détails et travaille sur de nouveaux contenus. World of Warships, notre futur MMO, rentrera bientôt en phase de test Alpha global. Comme nous l'avons annoncé ce printemps, World of Tanks Blitz sera la première incursion de la marque Wargaming sur tablettes et smartphones. Avec World of Tanks : Xbox 360 Edition nous allons pénétrer le marché de la console de jeux, tandis que World of Tanks Generals permettra le jeu entre différentes plates-formes, nous ouvrant le secteur du mobile. Nous sommes aussi en train de bâtir un univers global centré sur les batailles qui rassemblera tous nos jeux via Wargaming.net. Parallèlement au développement sur de nouveaux terminaux, Wargaming continue d'accroître sa présence dans le monde en ouvrant de nouveaux bureaux. Par exemple, l'ouverture de récente d'un bureau à Austin au Texas facilitera la communication entre les divers services de la société pour mieux cibler les spécificités régionales. ■



questions à



Rahim Attaba,
Directeur
marketing
Europe



JDLI : Dans quelle mesure l'expérience acquise par Wargaming avec WoT est-elle mise au service de WoWP, notamment d'un point de vue marketing ?

Rahim Attaba : L'ensemble des données récoltées sur les différentes campagnes World of Tanks (via la TV, le Web, le print et d'autres canaux de communication) nous a permis de faire une très fine analyse pour nous permettre d'élaborer le plan de lancement World of Warplanes. Un exemple parmi d'autres est la TV ainsi que les chaînes en adéquation avec nos cibles. Nous avons pu analyser très rapidement l'impact de ce média sur nos efforts d'acquisition/branding. De ce fait, nous avons la visibilité sur ce qui fonctionne ou pas et essayons de l'appliquer avec le même succès à World of Warplanes. World of Tanks nous a aussi permis de structurer les équipes et les reporting afin d'aller beaucoup plus vite et d'être plus efficaces dans l'élaboration de nos plans marketing (avec des plans TV allant jusqu'à 18 pays).

Quels changements majeurs ont été apportés entre l'ouverture de la beta et le lancement officiel ?

Les changements majeurs depuis l'ouverture de la beta sont nombreux, comme vous pouvez l'imaginer. Si nous devons en retenir qu'un, c'est le compte premium unifié. Ceci rentre clairement dans notre stratégie d'offrir une expérience unique dans l'écosystème Wargaming.net et de lancer le Free-to-Win. Un exemple : si vous êtes compte premium sur World of Tanks, vous le devenez également sur World of Warplanes et réciproquement.

Les joueurs de WoWP sont-ils les mêmes que ceux de WoT ? On voit ces jours-ci des publicités télévisées pour WoT. Quel est le dispositif marketing mis en place au global ?

C'est une cible un peu plus jeune que celle que nous pouvons retrouver sur World of Tanks. En effet le jeu est beaucoup plus dynamique que ne l'est World of Tanks, de ce fait il attire une audience plus proche de celle des jeux FPS. Nous gardons néanmoins un attrait tout particulier pour les passionnés d'histoire militaire, l'armée en général, l'aviation etc... Le dispositif média au lancement se concentrera sur nos sept territoires principaux avec un plan plurimédia incluant de la TV, du OOH (Out of Home), un plan online massif incluant du masthead sur YouTube et une couverture print qui va se concentrer sur les cibles non gamer. Il est important de ne pas oublier que World of Warplanes est jeu gratuit et que c'est le plan le plus audacieux/ambitieux jamais réalisé pour le lancement de ce type de jeu. Wargaming y met toute sa force, sa conviction et son énergie à délivrer ce que les joueurs attendent de nous.

Combien de joueurs espérez-vous pour ce jeu ?

Le plus possible bien évidemment, notamment avec les premiers chiffres encourageant de la beta qui a vu plus de trois millions de joueurs s'inscrire sur la beta et s'engager dans plus de 200M batailles. Notre but est de pouvoir atteindre une masse critique de joueurs afin d'assurer la meilleure expérience de jeu (en l'occurrence une attente minimale pour pouvoir jouer). Au-delà du nombre de joueurs, il est important pour nous de réussir le lancement de notre deuxième jeu en ligne. Une mesure du succès sera la satisfaction de nos joueurs quant au lancement d'un service de qualité.

Quelle place tient la France dans la stratégie de Wargaming pour WoWP ? Est-elle différente de celle de WoT ?

La France est un pays majeur dans la stratégie Wargaming.net. La grosse différence avec World of Tanks c'est que nous adressons le marché dès le lancement du jeu. Sur World of Tanks, nous avons sérieusement considéré la France uniquement après avoir conforté nos positions sur les pays de l'Est (Pologne, République Tchèque, Allemagne...).



Alcatel One Touch

L'idole des jeunes

Alcatel One Touch propose à **299 euros** un smartphone qui n'a rien à envier aux modèles plus onéreux. Ainsi, l'Idol X dispose d'un écran IPS de cinq pouces affichant une résolution Full-HD. Il est par ailleurs doté d'un processeur quadruple cœur à 1,5 GHz associé à 8 Go de mémoire qui peuvent être étendues à 32. Du haut de ses 120 grammes et ses 6,9 mm d'épaisseur, il arbore un design épuré et sans fioritures. Côté capteur, on trouve à l'arrière un modèle de 13,1 Mpixels. Rien que du très séduisant donc, d'autant plus que la version du système est un Android 4.2 récent. Le smartphone sera disponible en septembre.



Thrustmaster

pilote la PS4

Thrustmaster, spécialiste des périphériques de jeu, annonce le volant **T80 Drive Club Edition** destiné à la PlayStation 4, la future console de Sony qui sera disponible à partir du 29 novembre. Le T80 est composé d'un volant associé à un pédalier. Le volant inclut les boutons spécifiques à la PS4, une croix multidirectionnelle, les palettes de commandes séquentielles ainsi que les boutons Share, Option et PS. Le volant de 25 cm de diamètre est recouvert d'un revêtement en caoutchouc texturé et propose une résistance linéaire pour un pilotage réaliste et un centrage automatique grâce à la technologie Bungee Cord. Le pédalier permet d'ajuster l'angle d'inclinaison des pédales pour un meilleur confort d'accélération et de freinage. Le T80 sera disponible en édition limitée lors du lancement du jeu DriveClub au prix de **99,99 euros**.

Canon

Compacts spécialisés

Pour cette rentrée, Canon annonce pas moins de cinq appareils photo numériques avec deux modèles compacts haut de gamme (G16 et S120), deux modèles compacts super-zoom (SX510 HS et SX170 IS) et un modèle spécial Facebook avec le PowerShot N.

Avec les G16 et S120, Canon annonce vouloir « offrir un niveau de qualité d'image et de performance inégalé ». Ces deux compacts experts s'appuient sur le processeur de traitement d'image DIGIC 6 de la marque associé au capteur CMOS de 12,1 Mpixels. Canon indique que cette combinaison garantit une plage dynamique élevée, un faible niveau de bruit électronique et des prises de vues plus détaillées, même en basse lumière avec une sensibilité jusqu'à 12 800 ISO. Les deux modèles affichent une cadence de prises de vue d'environ neuf images par seconde. Des améliorations du mode HDR sont également au programme. Enfin, la capture de vidéo s'effectue en mode Full-HD à 60 i/s. Le PowerShot G16 est doté d'un objectif f/1,8-2,8 avec un zoom optique 5x (24-140 mm en équivalent). Il est également doté d'un boîtier en aluminium issu de la série G sur lequel on trouve une molette de commande à deux niveaux, une touche vidéo dédiée, des commandes personnalisables ainsi qu'une touche de raccourci pour permettre un paramétrage facile et rapide entre les prises de vues. En outre, le G16 est équipé de la connectivité WiFi. Le PowerShot S120 est le premier modèle de la série S doté d'un objectif ouvrant à f/1,8. L'objectif est un modèle grand-angle 24 mm associé à un zoom 5x. Par ailleurs, le S120 est facilement débrayable pour permettre de paramétrer l'appareil avec les touches de commande dédiées directement sur l'écran tactile ou encore par la bague de commande située autour de l'objectif. Enfin, le WiFi est aussi de la partie. Les PowerShot G16 et S120 seront disponibles respectivement fin septembre et mi septembre au prix de **549 euros** et **449 euros**. Dans la catégorie super-zoom, les SX510HS et SX170 IS se caractérisent par un boîtier qui rappelle celui d'un reflex en très compact. Le SX510 HS dispose d'un zoom optique 30x associé à un capteur 12,1 Mpixels et le SX170 IS d'un zoom optique 16x associé à un capteur 16 Mpixels. Le PowerShot SX510 HS propose en plus la connectivité WiFi. A noter que la fonction GPS permet de géolocaliser les prises de vues. Le SX510 HS sera commercialisé à **299 euros** et le SX170 IS à **179 euros**. Enfin, Canon propose le PowerShot N Edition Facebook. Ce modèle est une série limitée qui, comme sa référence laisse deviner, est destinée tout particulièrement aux adeptes du réseau social sur lequel ils pourront partager aisément toutes leurs prises de vues. Ce modèle dispose en effet d'un bouton de connexion directe à Facebook. Avec son design carré et son faible encombrement, il pourra très facilement se glisser dans n'importe quelle poche. Il dispose par ailleurs d'un écran inclinable de 7,1 cm de diagonale pour faciliter les prises de vues sous tous les angles. Le PowerShot N Edition Facebook sera disponible courant septembre au prix de **299 euros**.





Asus

Ultra-HD et ultra élitiste

que pour profiter de cette résolution, il sera nécessaire d'utiliser les dernières générations de cartes graphiques AMD ou Nvidia. Pour le reste, Le PQ321QE offre des angles de visions de 176 degrés à l'horizontale comme à la verticale, affiche une luminosité de 250 cd/m2 et un temps de réponse de l'ordre de 8 ms. La connectique se résume à une prise Display Port qui supporte cette très haute résolution. Il faudra déboursier **3 499 euros** pour acquérir ce moniteur disponible en septembre. Le PC nécessaire à son alimentation graphique ne sera pas bon marché non plus. Pour l'heure, l'Ultra-HD 30 pouces sur PC semble donc se limiter à quelques usages professionnels mais le coup d'envoi est donné.

L'Ultra-HD fait ses premiers pas et cela ne se limite pas aux seuls téléviseurs haut de gamme mais concerne aussi des moniteurs informatiques, tout aussi élitistes cependant. Ainsi, Asus présente le PQ321QE qui intègre une dalle IGZO capable d'une résolution de 3840 x 2160 pour une diagonale de 31,5 pouces. « *Les dalles IGZO composées d'Indium, de Gallium et d'Oxyde de Zinc supportent des transistors beaucoup plus petits que les écrans en silicium amorphe, ce qui leur permet d'afficher des pixels plus petits pour des détails plus précis* », précise Asus. A noter



Garmin

L'action géo-localisée

Le spécialiste de la navigation lance une nouvelle gamme de caméras d'action HD baptisées VIRB. Elles se destinent aussi bien aux adeptes de sports extrêmes qu'aux aventuriers en tout genre. La gamme se compose de deux modèles : la VIRB et la VIRB Elite. La première est résistante et étanche et ne nécessite pas de boîtier de protection. Elle dispose par ailleurs d'un écran couleur permettant le paramétrage des différentes fonctions de contrôle. Il est également possible de visualiser directement les vidéos enregistrées. La VIRB est capable d'enregistrer en continu jusqu'à trois heures de vidéos en qualité Full-HD (1 080p). La version Elite reprend les caractéristiques de la VIRB auxquels s'ajoutent le WiFi, de multiples capteurs comme l'altimètre, le baromètre, l'accéléromètre ainsi qu'un récepteur GPS. Les deux modèles sont compatibles ANT+, ce qui permet de les télécommander sans fil à l'aide d'autres appareils Garmin. La norme ANT+ permet aussi le transfert de données issues des cardiofréquencemètres, des capteurs de température ou de cadence de pédalage. Garmin propose également un ensemble de systèmes de fixation pour les planches de surf, les guidons et autres casques. Les caméras seront disponibles courant septembre au prix de **299 euros** (VIRB) et **399 euros** (VIRB Elite).



HTC

Un désir renouvelé

Pour accompagner le One Mini, HTC ajoute à sa gamme un nouveau smartphone d'entrée/milieu de gamme. Nommé Desire 500, il n'est pas très original. Il adopte un écran de 4,3 pouces avec une résolution un peu basse (800 x 480) et un processeur quadri-coeur. Contrairement à la plupart des téléphones de la marque, la batterie sera amovible. On note aussi l'absence de compatibilité 4G. Vendu **250 euros** et déjà disponible, le HTC Desire 500 aura donc la lourde tâche de concurrencer les smartphones chinois bien mieux équipés dans cette gamme de prix.

Lenco

Color my music

Lenco présente sa nouvelle enceinte nomade, la BTS-110. Compatible Bluetooth, elle arbore un design tout en rondure et une finition soignée. Elle permet de diffuser de la musique à partir d'un smartphone, d'une tablette ou d'un ordinateur. Par ailleurs, elle dispose d'une fonction mains libres qui facilitera la prise d'appel le cas échéant. La BTS-110 affiche une autonomie d'environ trois heures en écoute grâce à sa batterie Lithium Polymère et se recharge en USB. De plus, elle est aisément transportable de par son faible encombrement (60 x 60 x 85 mm) pour un poids de 253 grammes. La BTS-110 se décline en cinq couleurs et sera disponible courant septembre au prix de **39,90 euros**.





Motorola la renaissance

Très discret depuis son rachat par Google, Motorola tente un tour avec le Moto X. L'approche choisie par le fabricant américain pour le moins originale. Avec son écran de 4,7 pouces et son processeur quadri-cœur, ce terminal est on ne peut plus banal. Motorola préfère mettre l'accent sur la fabrication « made in USA » et les possibilités de personnalisation très avancées. Il est ainsi possible de personnaliser en ligne les couleurs de nombreuses parties du téléphone et de se composer un modèle unique. Un projet intéressant mais difficile de prévoir si ce sera suffisant pour séduire les consommateurs face à une concurrence survoltée en ce moment. Le Moto X n'a pas encore de date de sortie ni de prix.



Iiyama Design et résolution

Avec son dernier moniteur ProLite XB2779QS, le constructeur propose enfin un tout nouveau design qui n'est pas sans rappeler les écrans d'une certaine marque à la pomme. Ainsi, Iiyama

fidèle à son habituel design austère en arborant un look plus en vogue et une finition aluminium du plus bel effet. Ce moniteur mesure une diagonale de 27 pouces pour une résolution WQHD de 2560 x 1440 pixels. Basé sur une dalle IPS, il sera surtout destiné aux amateurs de création graphique, retouche photo, montage vidéo ou encore CAO/DAO. L'écran intègre un pied ajustable en hauteur sur un socle d'attache de 13 cm avec des angles de rotation jusqu'à 45 degrés à gauche et de 17 degrés en inclinaison. Le moniteur dispose également des haut-parleurs ainsi qu'une connectique complète avec des ports VGA, DVI-Dual link, HDMI et DisplayPort. Le ProLite XB2779QS est disponible au prix de **599 euros**.



Onkyo Vox TV

La marque nipponne propose trois systèmes audio destinés à améliorer le son des téléviseurs. Onkyo trouve ainsi deux barres de son, LS-B40 et LS-B50 ainsi que le LS-T10, un système intégré qui se place sous le téléviseur.

La LS-B40 est une barre de son trois voies tandis que la LS-B50 se contente de deux voies mais propose en plus un caisson de basses sans fil affichant une puissance de 1000W. Enfin, le LS-T10 intègre plusieurs haut-parleurs associés à un DSP qui permet une reproduction multicanal. Ces systèmes sont préprogrammés pour fonctionner avec les principales marques de téléviseurs et peuvent être contrôlés directement depuis la télécommande de l'écran. Les LS-B40, LS-B50 et LS-T10 sont compatibles Bluetooth pour le streaming audio depuis les appareils mobiles ou des ordinateurs compatibles et disposent également d'une prise USB pour y connecter des clés mémoire. Ces trois systèmes seront disponibles prochainement à des prix non encore communiqués.

LG

La surenchère

LG vient de dévoiler son G2, son nouveau smartphone très haut de gamme dont la fiche

technique joue les titans avec un écran de 5,2 pouces Full-HD, un processeur quadruple cœur à 2,3 GHz et la compatibilité 4G, le tout sous Android 4.2.2. Le G2 compte bien jouer dans la cour des grands ! Un peu plus grand avec son écran de 5,5 pouces, l'Optimus G Pro se veut un peu moins ambitieux mais reste toutefois très bien équipé avec un processeur quadruple cœur et toujours le support de la 4G. De quoi venir chasser sur les terres du Galaxy Note de Samsung... L'Optimus G Pro est déjà disponible pour **590 euros**, tandis que l'Optimus G2 sera disponible en octobre à un tarif encore inconnu.



Crise d'anémie aigüe sur le Wi-Fi Enfin un remède efficace !

IMAGES CHOC ! IMAGES CHOC !



Louis-Lucien M. :
Je suis tombé dans une zone morte !

DOSSIER SPECIAL

Les spécialistes du Wi-Fi tirent la sonnette d'alarme ! La faiblesse du Wi-Fi fait trembler les utilisateurs. Ils sont nombreux à se plaindre de symptômes persistants comme l'anémie du Web, la sclérose du réseau et l'atrophie dégénérative des barres de Wi-Fi ! Les chercheurs qui ont été avertis mettent en garde contre l'immobilisme.

se d'Aix-la-Chapelle réin



dLAN® 500 WiFi



ENFIN LE WI-FI DANS CHAQUE PIÈCE

- ✓ Simplicité révolutionnaire
- ✓ Le Wi-Fi partout
- ✓ Réception maximale pour les smartphones et les tablettes



Plus d'information:
www.devolo.fr/wi-fi

devolo

The Network Innovation

Google

Nexus 7, version 2013



■ Un an après sa sortie, Google met à jour sa tablette Nexus 7. Côté constructeur, pas de changement, c'est toujours Asus qui se charge de la fabrication mais les évolutions sont plus que séduisantes. Si elle conserve toujours un format sept pouces, cette nouvelle Nexus 7 2013 est plus fine et plus légère, ce qui devrait améliorer encore la prise en main. L'écran adopte une résolution Full-HD jusqu'ici inédite sur une tablette aussi compacte. Comme tous les Nexus, cette tablette

bénéficiera des dernières mises à jour immédiatement après leur annonce. Surtout le prix de cette Nexus 7 nouvelle génération est très agressif au vu de ses prestations, **269 euros** pour la version 32 Go. La Nexus 7 2013 est d'ores et déjà disponible.



Nikon

Dans tous les sens

■ Avec le Coolpix S6600, Nikon complète sa gamme de compacts milieu de gamme en ajoutant un écran orientable qui favorisera, entre autres, les autoportraits ou les angles de prise de vue particuliers. Cependant, et contrairement au S6400 sorti il y a un an, l'écran n'est pas tactile et n'offre que 2,7 pouces de surface d'affichage. En revanche, il reprend à son compte le WiFi apparu sur le S6500. Pour le reste, le S6600 bénéficie d'un zoom stabilisé 12x (25-300 mm f/3.3-6.3), d'un capteur CMOS 16 Mpixels et peut filmer en Full HD 1080/50i. Le Nikon Coolpix S6600 est disponible au prix de **199 euros**.

Pure



A l'écoute d'Internet

■ L'Evoke F4 est une radio numérique compatible Bluetooth qui peut également se connecter à Internet pour profiter des web-radio. A l'instar de l'enceinte Jongo de la marque, l'Evoke F4 peut être utilisée seule ou combinée avec d'autres enceintes Jongo pour créer un système multiroom. En appuyant sur le bouton Tag, on récupère le nom de l'artiste et le titre du morceau. Ces derniers peuvent être achetés immédiatement depuis la radio ou depuis le site Web Pure Connect ou encore ajoutés à la liste de lecture du service de musique à la demande

(abonnement mensuel de 4,99 euros). Pure propose également l'application Pure Connect (disponible sur iOS et Android) qui permet de gérer et de diffuser en streaming via le WiFi ou Bluetooth tout son contenu audio. L'Evoke F4 est construite dans un châssis en bois et arbore un design vintage. La radio intègre des commandes à effleurement, un grand écran OLED et des fonctions alarme comme de minuterie. Côté connectique, on trouve une entrée pour iPhone, une prise jack et une prise casque. L'Evoke F4 est disponible au prix de **149,99 euros**.

Philips Ampoule TV



■ Philips fut le premier à commercialiser un système d'éclairage piloté sans fil par le smartphone avec son kit Hue qui comprend trois ampoules LED et un émetteur/récepteur relié à la box. Il est ainsi possible de créer des ambiances lumineuses dans son salon en faisant varier l'intensité et la couleur des ampoules. Philips étend le système avec de nouveaux modèles baptisés Friends of Hue Living Colors Bloom et LightStrips. Ces ampoules permettent d'étendre les possibilités des téléviseurs Ambilight de la marque. Rappelons qu'il s'agit d'un cadre lumineux coloré autour du téléviseur qui s'illumine en fonction de ce qui est affiché à l'écran ce qui renforce l'immersion. Ainsi, cet effet sera étendu aux autres éclairages du salon et réglable par une application dédiée sous iOS et Android. Les modèles

Friends of Hue proposent également une fonction de gardiennage virtuel qui peut être activée via son smartphone et qui permet à l'approche de son domicile de mettre en marche son éclairage préféré. L'ampoule Bloom adopte une silhouette tout en rondeur mais demeure assez discrète pour se fondre dans tout type d'intérieur. Elle dispose d'un variateur d'intensité programmable qui permet de passer d'une couleur à une autre parmi les 16 millions proposées. Son prix est de **79,95 euros**. Le modèle LightStrips se présente sous la forme d'une bande souple de deux mètres composée de petites lampes. Elle peut être posée dans le fond d'une étagère, sous le téléviseur ou encore derrière un cadre pour apporter une touche de design à son intérieur. Son prix est de **89,95 euros**.



N°1 du marché

des vidéoprojecteurs Home Entertainment DLP*



Le divertissement 2D et 3D pour tous !



W1500

Full HD 1080p
3D
HDMI sans-fil WHDI
Diagonale 213cm à 2m



W1080ST

Full HD 1080p
3D
Focale Courte
Diagonale 167cm à 1m



W1070

Full HD 1080p
3D
Diagonale 200cm à 2m



W770ST

HD 720p
3D
Focale Courte
Diagonale 157cm à 1m



W750

HD 720p
3D
Diagonale 152cm à 2m



* Future Source Q1 2013, Projecteurs 720p & 1080p données volume & valeur

SSD

L'avenir du stockage

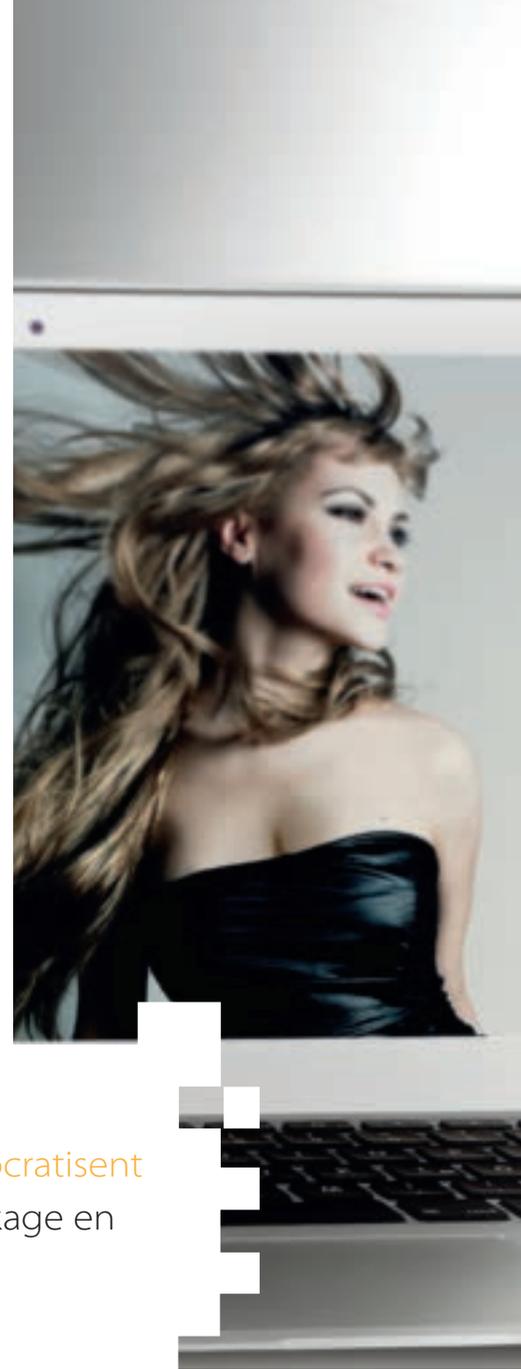
Si le **disque dur** reste aujourd'hui le système de stockage majoritairement utilisé dans les ordinateurs, **les SSD se démocratisent** avec des **prix plus abordables**. Malgré des capacités de stockage en retrait, les SSD apportent des avantages évidents comme **un démarrage plus rapide, davantage de réactivité, moins de vulnérabilité et une faible consommation électrique**. Par Jean-Luc Marianna

Nous avons décidé de nous pencher régulièrement sur des nouvelles technologies qui ne sont pas évidentes à comprendre ou à justifier mais qui apportent de la valeur et du bénéfice utilisateur. Ainsi, vendre un ordinateur équipé d'un SSD n'est pas toujours chose facile car il apporte

certes des bénéfices mais aussi des inconvénients par rapport à la technologie précédente. C'est surtout le prix au giga plus élevé qu'il est difficile d'expliquer au consommateur. Dès lors, il faut que le vendeur ou le texte descriptif du site de vente soit à même de présenter les avantages pour faire pencher la balance en démontrant que renoncer à de la capacité est un bon calcul. L'ordinateur est en mutation. Il est tactile, se

transforme en tablette et surtout devient de plus en plus mobile. La tablette montre d'ailleurs qu'en cas de rupture technologique, une régression sur certains paramètres ne gêne pas le consommateur. Ainsi, elle se contente généralement d'un espace de stockage très limité d'en moyenne 16 Go là où un ordinateur portable en propose 500. En contrepartie, la tablette est légère et surtout immédiatement disponible comme dotée d'une excellente réactivité. L'ordinateur offre certes beaucoup d'espace mais le disque dur est devenu le maillon faible des performances car il implique un temps de démarrage très long, de même l'accès aux données s'avère assez long et les applications mettent du temps à s'ouvrir, sans parler des délais de chargement fréquents. Bref, la réactivité d'un ordinateur laisse à désirer à cause du disque dur. Le SSD se propose de le remplacer avantageusement car il est à la fois bien plus rapide, plus économe et plus solide mais en contrepartie plus cher au giga. Reste que le passage au SSD change radicalement le confort d'usage, surtout sur les ordinateurs ultra-portables comme les ultrabook et devient une nécessité sur un convertible ou une tablette équipée en Windows 8.

Caractéristiques	SSD	HDD	Avantage
Temps d'accès aléatoire	Environ 0,1 ms	10 ms	SSD
Taux de transfert (lecture/écriture)	De 300 à + de 500 Mo/s	Jusqu'à 100 Mo/s	SSD
Fragmentation	Aucune	Ralentissement dans le temps	SSD
Nuisance sonore	Aucune	Variable	SSD
Vulnérabilité	Usure des cellules	Chocs, vibrations	SSD
Taille	1,8 - 2,5 pouces	1,8 - 2,5 - 3,5 pouces	SSD
Poids	Quelques dizaines de grammes	Jusqu'à 700 grammes	SSD
Consommation	0,9 W en activité	2 à 4 W en activité	SSD
Capacité de stockage	Jusqu'à 1 To	Jusqu'à 4 To	SSD
Rapport capacité/prix	0,7 euro / Go environ	0,04 euro / Go environ	HDD





SSD : les bénéfices

Opter pour un ordinateur équipé d'un SSD ou équiper celui que l'on a déjà change radicalement le confort d'utilisation. Oublié le temps de chargement qui dépasse souvent la minute au démarrage de l'ordinateur, quelques secondes suffisent désormais. Pour un notebook, on n'hésitera pas à éteindre complètement ce qui allonge l'autonomie sur batterie. Pendant l'utilisation, les applications et les logiciels s'ouvrent plus vite, d'ailleurs plus généralement tout l'ordinateur semble plus réactif. Ensuite, pour la retouche photo, le montage vidéo, les applications lourdes ou les jeux, les temps de chargement seront nettement plus réduits. La consommation moindre du SSD allonge aussi l'autonomie d'un ordinateur portable. Enfin, un SSD résiste bien mieux aux chocs et vibrations lorsqu'il est en activité, ce qui est important pour un notebook utilisé ailleurs qu'à la maison.

avec notamment des capacités et des performances accrues ainsi qu'une bien meilleure prise en charge de la part des systèmes d'exploitation que ce soit OS X d'Apple ou Windows 8 de Microsoft. A noter que la tendance actuelle sur les notebooks classiques haut de gamme est

d'utiliser un SSD pour installer Windows avec les applications et un disque dur classique pour le stockage des données. En revanche, les notebooks ultra-portables, les ultrabook, les convertibles et les tablettes Windows s'orientent vers la solution SSD seule.

La mécanique en sursis

Avant tout chose, un petit rappel rapide sur le fonctionnement d'un disque dur classique s'impose pour bien saisir la différence notable avec un SSD. Les disques durs (ou HDD pour Hard Disk Drive) sont constitués de plateaux tournant à une vitesse de

De mieux en mieux

Le SSD ou Solid State Drive n'est rien d'autre que la combinaison de plusieurs mémoires flash pour stocker les données, à l'instar des clés USB. Apparu il y a environ cinq ans, cette technologie est longtemps demeurée confidentielle du fait de prix quasi prohibitifs au regard des capacités proposées. De plus, les systèmes d'exploitation de l'époque n'étaient pas optimisés. Windows Vista a été le premier à tirer parti des SSD via sa fonction Ready Boost qui permettait d'accélérer l'accès aux données. Depuis, d'importantes améliorations ont été apportées à la technologie SSD





Plus rapide, plus silencieux, plus solide et moins gourmand, le SSD a de nombreux atouts.

rotation qui varie suivants les modèles (5 400, 7 200 ou 10 000 tr/min). Chaque plateau est recouvert d'une couche magnétique sur laquelle sont écrites les données grâce à des têtes de lecture/écriture qui survolent chaque plateau à une distance de quelques microns. Autant dire que c'est de la mécanique de précision qui opère ici. Malgré la présence d'éléments physiques si fragiles, les disques durs ont grandement évolué depuis toutes ces années et sont devenus très fiables, à tel point qu'ils sont garantis pour un fonctionnement sur plusieurs millions d'heures. Par ailleurs, ils offrent une capacité de stockage énorme avec aujourd'hui des modèles de plusieurs To. Néanmoins, les disques durs sont devenus le maillon faible d'un ordinateur. C'est dû à la technologie en elle-même qui a un impact sur le temps d'accès et sur le débit des données transférées du disque dur vers l'ordinateur. C'est ici que la technologie SSD apporte un gain significatif avec une conception entièrement électronique et sans aucune mécanique.

Le SSD c'est quoi ?

Le SSD est aussi appelé disque SSD par abus de langage mais il ne s'agit nullement d'un disque au sens propre du terme. Il se présente généralement dans un boîtier au format 2,5 pouces équivalent aux disques durs que l'on trouve dans les ordinateurs

portables. Le SSD est composé de plusieurs puces de mémoire flash et d'un contrôleur qui va organiser le stockage et la répartition des données sur l'ensemble de la mémoire. Bien entendu, le nombre et le type de puces mémoire ainsi que le type de contrôleur vont déterminer la capacité et les performances. Du fait de sa conception, le SSD est silencieux et surtout offre de nombreux avantages par rapport à un disque dur classique. Entre autres, un temps d'accès extrêmement rapide de l'ordre de 0,1 milliseconde contre 10 ms environ pour un disque dur et des vitesses de lecture/écriture jusqu'à cinq fois plus rapides pour les modèles les plus véloces. Car il existe trois types de mémoire flash utilisées dans la conception d'un SSD : la SLC, la MLC et la TLC. Pour simplifier, la première stocke une donnée par cellule, la seconde deux et la troisième trois. Plus on stocke de

données par cellule moins la mémoire est chère mais également moins véloce et moins durable. Aujourd'hui, les SSD orientés performance utilisent la SLC et les SSD abordables la MLC. La durée de vie a longtemps été un sujet critique pour le SSD. Mais à l'heure actuelle, on peut rassurer le consommateur sur ce point. Si la longévité dans l'absolu est effectivement inférieure à celle d'un disque dur pour les modèles les plus abordables, elle dépasse cependant de beaucoup celle d'un ordinateur portable. En revanche, la sensibilité aux chocs, aux écarts de température et aux vibrations est logiquement bien moindre que sur un disque dur. Or,



Le logiciel fourni avec le kit de conversion SanDisk permet très facilement de migrer vers un SSD.





la perte de données sur un ordinateur grand public ne provient quasiment jamais d'une durée d'utilisation trop longue dans le temps mais plutôt de surchauffes, de chocs ou de vibrations à répétition. Au final, le SSD s'avère donc bien plus fiable que le disque dur.

Vendre le SSD

Pour vendre un ordinateur équipé d'un SSD, les arguments à avancer sont donc nombreux. Le démarrage de Windows se fait en quelques secondes, là où il dépasse parfois la minute avec un disque dur traditionnel. De plus, laisser un ordinateur en veille ne présente plus aucun risque pour le disque en cas de choc. Les programmes, applications et jeux démarrent eux aussi bien plus rapidement, jusqu'à 10 fois pour un logiciel de retouche photo par exemple. De même, les temps de chargement dans les programmes et applications sont diminués significativement jusqu'à devenir imperceptibles dans certains cas. Les exemples

les plus flagrants sont le chargement d'un niveau dans un jeu, l'ouverture d'une photo ou même d'un document Word. De plus, la gestion de données par l'utilisateur est bien plus rapide, par exemple pour copier. Le SSD est également nettement moins gourmand en énergie ce qui se traduit par une meilleure autonomie sur les ordinateurs portables. Enfin, il résiste sans problème aux chocs et aux vibrations alors qu'il est en fonction. Il y a même un argument plus subjectif qui consiste à dire que de la mécanique à notre époque, c'est une ineptie. Seul inconvénient qu'il faut reconnaître, la capacité moyenne d'un SSD sur un ordinateur portable est de 120 Go là où elle de 500 Go avec un disque dur et de plus, le prix est majoré d'en moyenne une centaine d'euros (avec une tendance à la baisse toutefois). Pour l'utilisateur soucieux de son espace, il y a cependant des solutions simples comme l'adjonction d'un disque dur externe auto-alimenté en

Performances comparées

Copie de fichier	Vers HDD	Vers SSD
Fichier de 2 Go	57 secondes	7 secondes
1 Go de fichiers MP3	36 secondes	19 secondes
1500 fichiers de 10-50 Ko	24 secondes	15 secondes
Chargement Windows	Depuis HDD	Depuis SSD
	55 secondes	14 secondes

Taux de transfert effectif	HDD 600 Go 10 000 tr/min	SSD 240 Go SanDisk Extreme II
Lecture séquentielle	145 Mo/s	452 Mo/s
Écriture séquentielle	141 Mo/s	346 Mo/s
Lecture aléatoire	64 Mo/s	260 Mo/s
Écriture aléatoire	88 Mo/s	240 Mo/s

SanDisk ReadyCache

SanDisk propose dans sa gamme de SSD un kit destiné à améliorer les performances d'un ordinateur de bureau sans nécessiter le remplacement d'un disque dur classique. Baptisé « Ready Cache », ce kit est composé d'un SSD de 32 Go, d'un câble SATA pour le raccorder à la carte mère, d'un support de fixation et de quatre vis. Le principe de fonctionnement est assez simple puisqu'il suffit d'installer le SSD dans l'ordinateur puis d'installer le logiciel ExpressCache. L'algorithme du logiciel va ensuite analyser et mémoriser les données et les applications les plus utilisées pour les stocker sur le SSD (mise en cache), ce qui va de fait accélérer l'accès et améliorer ainsi les performances globales. L'ordinateur démarrera alors plus rapidement et les applications se chargeront plus vite. A noter que l'algorithme est dit intelligent puisqu'il est capable de s'adapter pour optimiser la gestion de la mise en cache des données. Le prix de ce kit est de 45 euros.



USB 3 pour toutes ses données dont il n'a pas besoin au quotidien. Un tel disque est peu encombrant et vaut moins de 100 euros pour 1 To. Cela permet aussi de réaliser une vente supplémentaire.

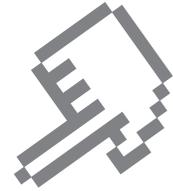
Passer au SSD

Contrairement à ce que l'on pourrait croire, le remplacement d'un disque dur par un SSD peut s'avérer très simple. C'est particulièrement vrai pour un ordinateur de bureau mais aussi pour un portable équipé d'une baie d'accès. Sur un ordinateur de bureau ou sur un portable doté de deux emplacements pour disque dur la solution s'impose d'elle-même : le remplacement pur et simple du disque dur sur lequel est installé le système d'exploitation. Sur un notebook doté d'un seul disque dur, on peut le remplacer par un SSD et dédier un disque dur externe en USB 3 au stockage des données les plus lourdes. Bien entendu, cela implique de sauvegarder ses paramètres et données personnelles. Si l'opération reste anodine pour un informaticien, c'est une toute autre histoire pour le commun des mortels. C'est ici qu'interviennent les marques spécialisées dans le stockage qui proposent des solutions simples à mettre en œuvre. Pour ce dossier,

SanDisk nous a fait parvenir d'un kit de migration. Appelé SSD Conversion Kit et disponible au prix de 35 euros environ, il comprend tout ce qu'il faut pour migrer. Le logiciel de clonage se charge de faire une copie conforme du système vers le SSD qui sera connecté via l'adaptateur USB fourni. Une fois l'opération terminée, il faudra procéder au remplacement du disque dur de l'ordinateur par le SSD nouvellement acquis. Ainsi, nul besoin de réinstaller Windows. Malgré cela, l'opération demeure trop compliquée pour la majorité des utilisateurs et devient de toute manière difficile pour tous sur un ordinateur ultra-portable sans accès au disque. Le magasin peut alors jouer un rôle important et sécuriser de la marge en proposant de faire la migration pour l'utilisateur en tant que service associé à la vente d'un SSD. Reste à savoir quel SSD conseiller en termes de performances. Pour un ordinateur destiné au multimédia, un modèle abordable dans la gamme grand public sera suffisant. Pour un ordinateur dédié au jeu, à la retouche photo ou au montage vidéo, il est préférable d'avoir recours à un modèle performant plus haut de gamme comme le Sandisk Extreme II utilisé pour nos tests de vitesse.

Tablettes à petit prix

L'art du compromis



La **tablette** est devenue un **marché de masse** qui ne cesse de **croître** mais la chute des prix est tout aussi **spectaculaire**. Pour ne pas décevoir le **consommateur** et aussi ne pas déstabiliser un **marché** qui n'est pas encore arrivé à **maturité**, l'**enseigne** aura tout intérêt à privilégier la **qualité** dès l'**entrée de gamme** plutôt plus que le plus bas **prix** possible. Par Stéphane Kauffmann et François Arias

HP Slate 7

■ La Slate 7 est la première tablette Android du fabricant américain après l'expérience douloureuse de la Touchpad. HP n'a pas donné dans l'originalité et a choisi de produire une tablette sept pouces abordable. Bien que vendue à un prix bas, la Slate 7 bénéficie d'une excellente finition et d'un design agréable. Entre le cadre en acier et les plastiques de très bonne qualité, la Slate 7 respire la solidité. Cette approche a toutefois quelques désavantages. La tablette est épaisse et plutôt lourde au vu de sa diagonale. La connectique se limite à une sortie casque, au port micro-USB et à un lecteur de cartes micro-SD. L'écran est de bonne qualité mais sa résolution est un peu basse et il souffre d'une fâcheuse tendance à réfléchir son environnement. Le processeur double cœur cadencé à 1,6 GHz suffit pour faire fonctionner l'Android récent de manière fluide mais il montre ses limites dans les jeux 3D gourmands. L'autonomie est très correcte avec 8 heures 30 sur une charge. La HP Slate 7 ne vient pas révolutionner le marché mais elle offre un excellent rapport qualité/prix avec la garantie du nom HP.



- **Écran** : IPS 7 pouces
- **Résolution** : 1024 x 600 pixels
- **Processeur** : Cortex A9 1,6 GHz double cœur
- **Mémoire** : 8 Go
- **Connectivité** : prise jack audio 3,5 mm, micro-USB, lecteur micro-SD
- **Autonomie** : 8h30
- **Poids** : 372 grammes

1 4 9 €

Haier Pad 822

■ La Haier Pad 822 est la deuxième tablette que lance le géant chinois dans nos contrées. Le design est agréable et la finition irréprochable. On note avec plaisir l'utilisation du métal dans cette tranche de prix. Nul doute qu'en rayon, cette tablette attirera les regards, d'autant que la finition est irréprochable. Logiquement l'ergonomie est bonne, que ce soit à une ou deux mains. L'écran de huit pouces adopte un format 4/3 très agréable pour la plupart des usages. Sa technologie IPS assure de bons angles de vision tandis que la résolution est correcte (1024 x 768). Le processeur Rockchip double cœur s'avère assez rapide et suffisant pour toutes les applications. Seuls les jeux 3D gourmands souffrent de ralentissements. L'autonomie est en revanche le point faible de la tablette avec six heures seulement. L'Android 4.1 est suffisamment récent. A signaler aussi la présence d'une sortie HDMI. Enfin, le rapport prestations/prix est particulièrement avantageux.



- **Écran** : IPS 8 pouces
- **Résolution** : 1024 x 768 pixels
- **Processeur** : Rockchip 3066 double cœur à 1,6 GHz
- **Mémoire** : 8 Go
- **Connectivité** : prise jack audio 3,5 mm, micro-USB, lecteur micro-SD, mini-HDMI
- **Autonomie** : 6 heures
- **Poids** : 430 grammes

1 5 9 €

La tablette est devenue le nouvel eldorado de l'IT. Il est vrai que depuis l'iPad premier du nom, à peine trois ans se sont écoulés et jamais auparavant l'adoption d'un appareil électronique ne fut aussi massive en peu de temps. Les chiffres donnent le vertige avec 1,5 million de pièces en 2011, 3,6 millions en 2012 et probablement plus de 5,6 millions en 2013 selon l'institut d'études GfK. Les raisons de cet engouement tiennent sans doute en premier lieu à un usage évident qui découle du passage au numérique de la plupart des activités avec une forte tendance vers la mobilité, fusse-t-elle entre les quatre murs de la maison. Mais la tablette est aussi un produit de crise car elle s'avère nettement plus abordable qu'un ordinateur portable et l'envol du volume s'est produit concomitamment à l'effondrement des prix qui fut d'ailleurs aussi spectaculaire. Le prix moyen est passé de 417 euros en 2011 à 257 euros en 2013 selon les estimations basses. En novembre dernier, l'iPad avait d'ailleurs déjà perdu son leadership au profit des tablettes no-name à moins de 100 euros.

Apprendre du passé

Il est logique que de nombreux constructeurs s'engouffrent dans la brèche contribuant à faire baisser les prix et les marges au risque de réitérer ce que l'on avait déjà vécu en informatique, soit une chaîne de

valeur qui se détruit rapidement avec le volume croissant. C'est d'autant plus vrai que la tablette est un produit nettement moins différenciant que l'ordinateur. En effet, sa forme ne laisse guère place à la fantaisie et l'aspect n'est conditionné que par la finesse, la noblesse du matériau et la qualité de l'assemblage. Le gros point de différenciation réside logiquement dans l'écran tactile et plus précisément dans sa qualité et sa résolution. Le processeur conditionne la performance, l'autonomie joue un rôle et peut-être encore la connectique dans une moindre mesure. Pour pouvoir atteindre des prix les plus bas possibles, l'écran rétrécit car sa diagonale conditionne une bonne partie du coût de la tablette. Ainsi, le sept pouces s'impose mais plus par le prix que par l'usage, même si dans l'absolu une tablette nomade a évidemment des avantages par rapport aux 10 pouces original mais aussi des inconvénients selon l'utilisation que l'on en fait. La sept pouces est plus nomade et plus pratique en déplacement, lire un livre y est aussi plus ergonomique de par le poids réduit. En soi, cette réduction de taille ne pose pas de problèmes pour la qualité.

Mauvais calcul

Il en va tout autrement pour les autres postes d'économie. Pour « casser » les prix, les constructeurs opportunistes n'ont pas hésité à intégrer des

composants si limités que la tablette qui en résulte est à la limite, voire sous le seuil de l'utilisable. Ecran de piètre qualité, processeur mono-cœur anémique et version d'Android antédiluvienne, une telle tablette refuse de faire fonctionner la majorité des applications et s'avère inutilisable au quotidien. Le risque n'est pas tant de décevoir le client car il va comprendre son erreur et racheter dès que possible une tablette utilisable mais plutôt de compromettre sa relation à l'enseigne ou au site qui lui a vendu l'objet. Si le consommateur sait qu'un petit prix implique des compromis, il n'a pas signé pour de l'inutilisable pour autant. Le magasin a donc tout à perdre en vendant de tels produits, d'autant qu'il contribue par la même à déstabiliser une catégorie encore en plein essor avec une tablette pour laquelle le client est prêt à investir dans la limite du raisonnable. Et ce d'autant plus que les Fêtes approchent et que la tablette sera sans doute un des rares moyens d'attirer le consommateur en rayon. Toute la difficulté consiste donc à déterminer où commence le premier prix raisonnable. Si l'on se base juste sur la satisfaction utilisateur et que l'on laisse de côté l'idée de la montée en gamme nécessaire qui pourra se faire par le category management, ce premier prix est vraiment descendu bas puisqu'aujourd'hui il est possible de vendre une tablette sept pouces sans gros défaut dès 139 euros.



Asus MeMo Pad HD7

Si Asus fabrique pour Google la Nexus 7, la marque propose aussi des tablettes abordables sous son nom. La MeMo Pad HD7 n'est d'ailleurs pas sans rappeler la Nexus. Elle en reprend en effet le format et donc l'excellente prise en main. En revanche, on note que les matériaux sont moins valorisants bien que qualitatifs. Le design est très passe-partout. L'écran sept pouces utilise la technologie IPS et offre donc de larges angles de vision et une forte luminosité. La résolution utilisée (1280 x 800) est elle aussi satisfaisante. En interne, on trouve un processeur quadricœur signé Media Tek aux performances de bonne facture, même s'il montre ses limites sur les applications gourmandes en puissance graphique. On est en revanche impressionnée par l'autonomie, excellente pour une tablette de cette taille puisque qu'elle dépasse les 12 heures d'utilisation mixte. Si on est satisfaits par les 16 Go de stockage embarqués, il est toutefois regrettable que Asus ait fait l'impasse sur le lecteur de cartes. L'Android embarqué est récent et s'avère parfaitement fluide. Sans réels défauts, cette tablette de 16 Go offre un bon rapport prestations/prix pour une première montée en gamme dans le rayon.



- **Ecran** : IPS 7 pouces
- **Résolution** : 1280 x 800 pixels
- **Processeur** : Media Tek quadruple cœur 1,2 GHz
- **Mémoire** : 16 Go
- **Connectivité** : prise jack audio 3,5 mm, micro-USB, mini-HDMI
- **Autonomie** : 12 heures
- **Poids** : 302 grammes

169 €

Samsung Galaxy Tab 3 7.0

Cette troisième génération de tablettes Samsung inaugure un nouveau design dérivé de celui du Galaxy S4. Un choix intéressant car il apporte plusieurs boutons physiques qui facilitent grandement l'utilisation. Il est cependant dommage que Samsung n'en ait pas profité pour changer de matériaux. Le plastique brillant utilisé est assez glissant et n'est pas idéal pour une prise en main sûre. La dalle PLS (un dérivé de l'IPS) offre une qualité d'image dans la moyenne de ce niveau de gamme. Que ce soit pour la luminosité, les couleurs ou le contraste, elle n'excelle nulle part mais n'est jamais mauvaise. Seule sa résolution est un peu basse (1024 x 600). Contrairement à nombre de ses concurrents, Samsung fait le choix d'un processeur Intel Atom. Très rapide dans les applications et le système d'exploitation, il montre ses limites dans les jeux 3D gourmands dont les plus récents sont à exclure. L'autonomie se classe dans le haut du panier puisque nous avons presque atteint les 8h30 avant de devoir rebrancher la tablette.



- **Ecran** : IPS 7 pouces
- **Résolution** : 1024 x 600 pixels
- **Processeur** : Intel Atom double-cœur 1,6 GHz
- **Mémoire** : 16 Go
- **Connectivité** : prise jack audio 3,5 mm, micro-USB, micro-SD, mini-HDMI
- **Autonomie** : 8h30
- **Poids** : 302 grammes

219 €

Puissance accessible

Le processeur est bien plus que cela dans une tablette puisqu'en fait, il s'agit d'une puce unique qui s'occupe quasiment de tout. Et contrairement à ce qui se passe en informatique, ce marché ne se résume pas à deux acteurs dont un très dominant. Ce furent d'abord les fabricants classiques du monde de la téléphonie qui ont dessiné le marché, soit les Texas Instrument, Qualcomm, Nvidia, Samsung et Apple. Là-dessus sont apparus les fabricants chinois qui comme toujours ont très rapidement appris à faire des miracles. Ainsi, ils produisent aujourd'hui des processeurs double cœur deux fois moins chers que les fabricants historiques et ce avec des performances plus que correctes. Même les quadri-cœurs ont fait leur apparition dans l'entrée de gamme. Si les performances sont moindres que celles des puces les plus performantes d'un Qualcomm ou d'un Nvidia, notamment en termes de puissance graphique, il n'en demeure pas moins qu'elles suffisent à toutes les tâches et applications et même aux jeux 3D. Il faut dire aussi que les applications et les jeux sous Android ne sont pas très inflationnistes en termes d'exigences de calcul. Pour faire simple, on peut catégoriser en disant qu'il ne faut plus vendre du mono-cœur. En fait, il ne

faudrait pas descendre sous le double cœur cadencé à 1,5 GHz, un processeur que l'on retrouve dans des tablettes à moins de 140 euros. Une telle configuration permet de faire fonctionner parfaitement toutes les applications et la plupart des jeux en 3D. De leur côté, un double cœur Qualcomm rapide ou un processeur chinois quadruple cœur suffisent à tout. A signaler qu'Intel s'est mêlé à la bataille avec des processeurs Atom double cœur extrêmement rapide pour un prix contenu. La mémoire embarquée ne pose pas un réel problème en présence d'un lecteur de cartes mémoire SD. Ce sera d'ailleurs l'occasion de réaliser une vente supplémentaire.

Un écran de qualité

L'autre point essentiel réside dans la qualité de l'écran. Si la technologie TN n'est pas à exclure, l'IPS est largement préférable et on la reconnaît aisément par ses angles de vision bien plus larges. L'essentiel est que le contraste et la luminosité soient suffisants pour garantir une bonne lisibilité, même en extérieur. De même, les couleurs doivent être à peu près justes. La résolution est généralement limitée à 1280 x 1200 en sept pouces mais c'est suffisant pour garantir une bonne finesse. En entrée de gamme, une nouvelle diagonale de huit pouces devient de plus en plus commune avec un bon

effet de levier pour se distinguer de l'entrée de gamme absolu et aussi un format 4/3 particulièrement adapté à une tablette multi-usages. Pour les autres caractéristiques, l'autonomie ne doit pas être inférieure à six heures et huit sont à privilégier en tant que minimum. L'aspect et l'épaisseur sont plus subjectifs et cela ne conditionne pas qu'une tablette soit utilisable. Surtout qu'en sept pouces, le poids n'est guère un problème. Au même prix en revanche, il faut préférer la finesse et l'utilisation du métal. Le look importe dans la mesure où au même prix, une belle tablette se vendra mieux. La qualité de la finition est importante pour garantir la solidité mais l'ajustage parfait sera là encore plus une question de valorisation que de réelle nécessité. La connectivité est devenue très standard et la charge par une prise micro-USB standard est à privilégier. Reste la question du système d'exploitation qui ne se pose pas vraiment. En entrée de gamme, Android est la seule option possible et il ne faut pas commercialiser une version antérieure à la 4.0. Ensuite, plus elle est récente et mieux c'est. Les grandes marques de l'IT ont depuis peu envahi l'entrée de gamme qualitative mais il existe des challengers crédibles comme par exemple le géant de l'électroménager Haier qui se distingue par une belle finition.

Acer Iconia A1-810

Avec sa diagonale de huit pouces, cette tablette ressemble beaucoup à l'iPad Mini en termes de prise en main. L'ergonomie serait parfaite si seulement Acer avait implanté un bouton physique pour le menu. Sans ledit bouton, on est obligé de passer par la barre des tâches d'Android qui occupe beaucoup trop de place. Acer a fait le choix du plastique mais il est qualitatif et l'assemblage est parfait. La tablette respire la solidité mais son look ne défraiera pas la chronique. L'affichage est correct, un peu handicapé par des blancs trop jaunes et une luminosité qui aurait mérité d'être plus élevée. Sous le capot, Acer abandonne le Tegra 3 au profit d'un quadri-cœur cadencé à 1,2 GHz signé Media Tek. Ce dernier est performant mais montre ses limites dans des jeux 3D gourmands comme Real Racing 3. En revanche, l'autonomie est bonne puisque l'on dépasse les 8h45 d'utilisation. À noter également que la connectique est plus riche que la moyenne, avec en plus du connecteur micro-USB une sortie micro-HDMI et un lecteur de cartes micro-SD. On apprécie aussi la présence d'une version récente d'Android (4.2.2).



- **Écran** : IPS 8 pouces
- **Résolution** : 1280 x 768 pixels
- **Processeur** : Media Tek 1,2 GHz quadri-cœur
- **Mémoire** : 16 Go
- **Connectivité** : prise jack audio 3,5 mm, micro-USB, lecteur micro-SD, micro-HDMI
- **Autonomie** : 8h45
- **Poids** : 410 grammes

189 €

Archos 80 Titanium

Archos est l'un, si ce n'est le premier constructeur à avoir mis l'accent sur une offre entrée de gamme de qualité. Cette nouvelle tablette est prometteuse avec un design faisant la part belle au métal et qui n'est pas sans rappeler celui de l'iPad. La finition est correcte tout comme l'ergonomie, même si les bords un peu épais ne facilitent pas l'utilisation d'une seule main. Le positionnement du bouton Accueil sur la tranche peut surprendre mais on s'y habitue. La connectique est complète. Le processeur est un Rockchip double cœur cadencé à 1,6 GHz tout à fait en mesure de faire fonctionner le système de manière fluide. Comme la plupart de ses homologues, il montre toutefois ses limites dans les jeux 3D. L'écran de huit pouces est un modèle IPS de bonne facture. Il est très lisible et ce même en extérieur. L'autonomie est en retrait avec seulement six heures lors de nos tests, ce qui la classe dans la moyenne basse du secteur. On regrette que le chargeur utilise un connecteur propriétaire plutôt que l'omniprésent micro-USB. Modèle huit pouces de bonne facture, cette tablette offre un très bon rapport prestations/prix.



- **Écran** : IPS 8 pouces
- **Résolution** : 1024 x 768 pixels
- **Processeur** : Rockchip 1,6 GHz double cœur
- **Mémoire** : 8 Go
- **Connectivité** : prise jack audio 3,5 mm, micro-USB, lecteur micro-SD, micro-HDMI
- **Autonomie** : 6 heures
- **Poids** : 440 grammes

149 €

AVEC LE GUIDE
CONSEILS DU
MAGAZINE
PARENTS

3
PROFILS

Multi
utilisateurs



- Choix des appli enfant
- Gestion et suivi des temps de jeu



WiFi,
navigateur
sécurisé

2
interfaces

enfant / parent

Offert



Une
housse
silicone



12
épisodes



T'Choupi
Oui Oui
Bali
Bonne nuit les petits
Ariol
Petite princesse
Pénélope
Peppa pig
Cajou
Grabouillon
Petit lapin blanc
Ozie boo

Apprends
les nombres
& hachette

Apprends
l'alphabet
hachette

Passer-It
de la GS au CP
GS ► 5-6ans
CP ► 6-7ans
CE1 ► 7-8ans
CE2 ► 8-9ans

- J'apprends les formes et les couleurs
- Réviser tes tables de Multiplication et d'addition

3 Ebooks





Denon Cocoon

Station d'écoute

Enceinte AirPlay haut de gamme, la Denon Cocoon inspire immédiatement confiance et attire l'œil. Sa forme est originale, toute en rondeurs sensuelles. Au milieu de sa façade bombée trône un petit afficheur bien pratique pour connaître le titre du morceau de musique en cours de lecture ou la source connectée. Cet afficheur est monté sur l'avant d'un tiroir rétractable qui porte une station d'accueil avec dock Apple pour iPhone 4. Le dos de l'enceinte adopte une finition glossy et il est lui aussi de forme bombée mais avec deux bosses cette fois-ci, ce qui donne à l'appareil un profil immédiatement reconnaissable et attachant. Enfin, sur le dessus, quelques commandes lumineuses et tactiles sont intégrées à la coque tandis que la base est constituée d'une belle plinthe en aluminium. Par le biais d'une liaison réseau, l'appareil peut fonctionner en mode AirPlay, recevoir les web-radios ou encore lire les fichiers audio disponibles sur les ordinateurs de la maison. Tout cela se gère depuis une application disponible en version Windows Phone en plus de celles pour iOS et Android. Le son du Denon Cocoon est très énergique. Les basses sont ainsi particulièrement virulentes, très physiques et percutantes. Il privilégie une approche physiologique avec des aigus brillants et des graves denses.

CARACTÉRISTIQUES

Puissance 4 x 6 watts, compatibilité Airplay, télécommande, connectique USB, Dock connector, entrée auxiliaire sur prise mini-jack, Ethernet et WiFi

■ CATÉGORIE Haut de gamme

■ CONTACT Denon, tél. : 01 41 38 32 30

■ PRIX 499€



LG Optimus G Pro

Smartphone

Il aura fallu quelque temps à LG pour proposer sa riposte au Galaxy Note de Samsung. L'Optimus G Pro est donc un smartphone à écran géant. Dans ce cas précis ; 5,5 pouces. Si la finition est excellente, le design est plus quelconque. On regrette notamment l'utilisation d'un plastique brillant un peu glissant. La prise en main s'avère plutôt agréable mais il est difficilement maniable d'une seule main. L'écran adopte une résolution élevée et offre une superbe qualité d'image tant en termes de justesse des couleurs que de luminosité. Avec un processeur puissant, tout est parfaitement fluide et les jeux les plus gourmands fonctionnent sans ralentissements. L'autonomie est juste correcte avec à peine plus d'une journée d'utilisation. Pour finir, le capteur photo est efficace et ce même en basse lumière. À l'exception du design oublié et de l'autonomie, l'Optimus G Pro est un excellent smartphone géant.

CARACTÉRISTIQUES

Écran 5,5 pouces, processeur Qualcomm Snapdragon 600 1,7 GHz, Mémoire 2 Go, capteur photo 13 Mpixels, Android 4.1.2, 150,2 x 76,1 x 9,4 mm, 172 grammes

■ CATÉGORIE Haut de gamme

■ CONTACT LG, tél. : 01 49 89 89 49

■ PRIX 649€



Trendnet TV-IP851WIC

Caméra de surveillance

Cette caméra IP de Trendnet se place parmi les poids lourds de la catégorie et pour cause, elle est motorisée et offre la vision de nuit. Elle est également WiFi. S'il n'y a pas d'endroit adapté pour la poser, il est possible de l'accrocher au mur avec le support fourni. Le socle massif garantit une bonne stabilité et une petite antenne orientable à l'arrière aide à optimiser l'émission WiFi. Petit bémol tout de même, l'installation est très alambiquée puisqu'il est nécessaire de se plonger dans les méandres du réseau avec des termes que le commun des mortels aura bien du mal à comprendre... L'application qui permet de piloter la caméra n'est pas non plus exempte de défauts. Quelques efforts sont donc à faire de ce point de vue. Trendnet se rattrape avec une très bonne qualité d'image. Attention pas de haute définition ici, on se limite au mode VGA 640 x 480 mais c'est suffisant pour transmettre en WiFi et par le Web. À noter que la vision nocturne s'active automatiquement lorsque la lumière est trop faible. Au final, la qualité de la caméra est très satisfaisante avec une image de bonne facture et une réactivité de commande à distance par le Web qui cherche son équivalent. En revanche, l'installation est à revoir.

CARACTÉRISTIQUES

Caméra IP réseau filaire RJ45, WiFi N, motorisée, vision de nuit, fonction détection de mouvement, microphone, résolution 640 x 480, 113 x 113 x 130 mm, 505 grammes.

■ CATÉGORIE Milieu de gamme

■ CONTACT Trendnet, tél. : 0800 913 070

■ PRIX 149€



Lenovo Z500

Notebook

Lenovo n'a pas tout misé sur les ultrabooks et assimilés. La preuve avec cet IdeaPad Z500 qui fait le choix de la performance. Extérieurement, ce notebook est déjà une réussite. Si la finition est moins aboutie que sur des modèles plus haut de gamme, on retrouve la patte Lenovo avec un design sobre qui rappelle un livre fermé. La connectique est un peu légère pour un ordinateur aussi épais (28 mm). Le clavier est très confortable, même si le format rectangulaire des touches pourra demander un petit temps d'adaptation. Le pavé tactile est énorme et très précis. La dalle est en technologie TN et de qualité juste correcte. Les reflets sont prononcés et le contraste est léger. Ajoutez à cela une luminosité en retrait qui rend une utilisation en extérieur difficile. Heureusement, la configuration embarquée est d'un tout autre niveau. C'est en effet un processeur Intel Core i5-3230M à 2,6 GHz qui est utilisé. Logiquement, les performances sont excellentes même si cela se paye en termes d'autonomie avec 3 heures 40 seulement. Avec sa taille et sa puissance, cet IdeaPad Z500 est un bon choix pour qui veut un PC portable joli et musclé.

CARACTÉRISTIQUES

Processeur Intel Core i5-3230M, mémoire 8 Go, écran 15,6 pouces tactile (1366 x 768), puce graphique Nvidia GeForce 740M, Disque dur 1 To, 375 x 263 x 28 mm, 2,6 kg

■ CATÉGORIE Milieu de gamme

■ CONTACT Lenovo, tél. : 01 55 70 38 13

■ PRIX 659€



Hercules DJ Control Air+

Console DJ

L'Hercules DJ Control Air+ est un appareil destiné à faciliter le pilotage d'un logiciel qui sinon devrait être commandé avec le clavier et la souris de l'ordinateur sur lequel il tourne. L'ergonomie des contrôleurs s'architecture autour de deux platines physiques, capables chacune de charger virtuellement un fichier audionumérique, de les jouer et de les synchroniser sans déformer leur tonalité originale. La technique générale consiste pour le DJ à jouer un titre émis sur la piste de danse tout en pré-écoutant le suivant. Dès la fin du premier, il saura enchaîner la musique sans interruption ni modification des pas pour les danseurs. Le système Air permet au DJ d'agir sur les paramètres d'un effet en positionnant la main au-dessus d'un capteur infrarouge et ce jusqu'à une distance de 30 cm. L'aspect visuel est intéressant côté spectateur mais aussi pour le DJ qui trouve là un nouveau moyen d'expression. Au final, cette solution vendue environ 230 euros se positionne dans le peloton de tête de la concurrence sur cette gamme de prix. Elle est l'une des rares à proposer en série des jogs d'aussi grand diamètre, une si large surface de travail et un logiciel en version complète même s'il reste perfectible sur certains aspects.

CARACTÉRISTIQUES

2 grands jog de 15 cm, capteur AIR, sortie master, casque, entrée micro, vumètre, dimensions 45,5 x 26 cm, poids 2kg

■ CATÉGORIE Haut de gamme

■ CONTACT Hercules, tél.: 02 99 08 08 80

■ PRIX **229€**



Dell XPS 18

Tout-en-un

Après Asus, c'est au tour de Dell de proposer un tout-en-un hybride qui fait office de tablette géante. S'il conserve la même diagonale de 18,4 pouces que son concurrent, ce modèle bénéficie d'un design bien plus séduisant. Le pied est en effet nettement plus réussi et la tablette est plus fine et plus légère. La finition est de très bon niveau et fait la part belle à l'aluminium brossé. Si le design est plus soigné, c'est toutefois au prix de la connectique qui est extrêmement limitée. On devra se contenter de deux ports USB, d'une sortie casque et d'un lecteur de cartes. C'est plutôt chiche et peu pratique pour une utilisation de bureau. Les composants sont ceux d'un ultrabook classique, les performances sont donc plutôt bonnes, tout comme l'autonomie qui dépasse de peu les quatre heures. En mode tablette, l'appareil est agréable à utiliser, même si son poids obligera à le poser sur un support pour une utilisation confortable. Si l'écran est de très bonne facture, on ne peut pas en dire autant des haut-parleurs qui manquent de puissance. L'XPS 18 est un hybride convainquant mais il est dommage que la partie fixe ait été un peu sacrifiée, notamment en termes de connectique.

CARACTÉRISTIQUES

Processeur Intel Core i5-3370U, mémoire vive 8 Go, écran 18,4 pouces LED tactile (1920 x 1080), puce graphique Intel HD 4000, disque dur 500 Go + SSD 32 Go, 46,3 x 28,3 x 1,7 cm, poids tablette 2,5 kg

■ CATÉGORIE Haut de gamme

■ CONTACT Dell, tél. : 01 80 60 20 00

■ PRIX **1199€**



Nikon P330

Compact

Le compact Nikon P330 est une mise à jour majeure du P310, radicale même par certains aspects. A l'époque, on déplorait quelques bizarreries ergonomiques mais surtout l'absence de support du mode RAW, corrigée sur ce nouveau modèle. Mais il y a plus surprenant. Nikon a choisi de réduire la quantité de pixels, de 16 à 12 Mpixels et d'opter pour un capteur CMOS rétro-éclairé un peu plus gros. Côté boîtier, Nikon a repris stricto-sensu les mensurations du P310, à cinq grammes près. Seul changement notable, le passage de la dragonne de la tranche droite au coin supérieur droit. L'appareil dispose d'un GPS pratique pour tagger les clichés. La généreuse batterie assure plusieurs jours de prise de vue. Si le Nikon P330 dispose d'un capteur un peu plus grand, il a réussi à conserver les spécifications optiques inchangées, du moins en grand angle. On profite donc toujours d'une ouverture à f/1.8. En télé, l'ouverture se dégrade sensiblement à 5,6 contre 4,9 pour le Nikon P310, mais c'est un zoom x5 et non x4 qui est à l'œuvre ici. L'appareil est agréable à utiliser avec un écran très lisible pendant le cadrage. Sur le plan de la qualité, le Nikon P330 s'en sort vraiment bien dans la gestion des teintes quand on monte en sensibilité. Le passage à un gros capteur CMOS est une excellente chose de ce point de vue.

CARACTÉRISTIQUES

Capteur CMOS 12 Mpixels, zoom 5x (24 - 120 mm équivalent 35 mm), ouverture f/1,8-5,6, écran LCD 3 pouces, 103 x 58,3 x 32 mm, 200 grammes

■ CATÉGORIE Milieu de gamme

■ CONTACT Nikon, tél.: 01 45 16 45 16

■ PRIX **299€**



D-Link DIR-865L

Rouleur

Extérieurement, le DIR-865L n'a rien de très original, D-Link est resté sur du classique en termes de design avec un monolithe noir. La connectique est également très classique pour ce genre de routeurs avec quatre ports Gigabit Ethernet et un connecteur USB 2.0. Il est dommage que le D-Link n'ait pas choisi l'USB 3.0 pour exploiter pleinement les disques durs que l'on pourra brancher sur cette prise. Deux boutons sont aussi présents à l'arrière, un interrupteur on/off et un bouton permettant de remettre à zéro tous les réglages. La configuration est assez simple pour être effectuée par un novice grâce à des assistants plutôt bien pensés. Une fois les réglages initiaux effectués, le DIR-865L offre toutes les possibilités de réglages avancés que l'on attend d'un routeur haut de gamme. Reste à voir ce qu'apporte le WiFi AC, la nouvelle norme après le N. Le gain en débit n'est pas flagrant, à peine 15 % de plus, d'autant qu'il faut une clef USB AC sur l'appareil connecté si on veut exploiter le débit. En revanche, on pourra connecter plusieurs appareils en WiFi N sans perdre en performance. De même, la portée est allongée et la perte du signal est plus rare. Pour qui cherche un routeur performant assurant une bonne couverture et une bonne gestion simultanée de plusieurs appareils, ce D-Link s'avère fiable et performant.

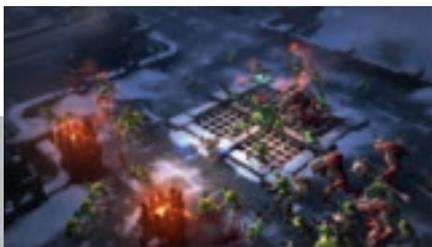
CARACTÉRISTIQUES

Normes WiFi A/B/G/N et AC 1750 Mbits/s, connectique 4 Gigabit Ethernet, USB 2.0, 240 x 167 x 32 mm

■ CATÉGORIE Haut de gamme

■ CONTACT D-Link, tél. : 01 30 23 86 88

■ PRIX **129€**



Farming Simulator

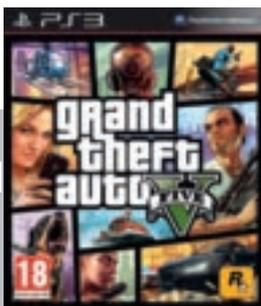
- **Gestion**
- **Disponible**

Le jeu de gestion agricole de Giants Software débarque sur consoles de salon avec une déclinaison du titre spécifique à ces plates-formes. Au programme, une traversée de l'Atlantique pour les paysans en herbe avec notamment des exploitations agricoles plus vastes, des lieux inédits et surtout de nouveaux engins (plus de 100 au total). Élevage d'animaux, cultures, vente des récoltes, achat de véhicules et machines... le tout dans un monde ouvert. Il va falloir avoir la main verte à la rentrée !

■ **PLAN MARKETING**
Misant sur la notoriété de la licence, un plan media massif est prévu avec campagne TV, campagne Web et presse, une campagne de RP et des cross-promotions.

- **MISE EN PLACE**
Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Giants Software
- **ÉDITEUR** Focus Home Interactive
- **DISTRIBUTEUR** Focus Home Interactive
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** NC
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

40€ environ



Diablo 3

- **Action/rôle**
- **Disponible**

Sorti sur PC en mai 2012, Diablo 3 profite aujourd'hui d'une adaptation sur PlayStation 3 et Xbox 360. La jouabilité est pour l'occasion adaptée aux spécificités du jeu sur consoles avec notamment une caméra repensée facilitant le suivi de l'action. Jusqu'à quatre joueurs peuvent se lancer ensemble dans l'exploration de lugubres donjons emplis de monstres à trituer, en multijoueurs local sur une console ou en ligne.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Blizzard Entertainment
- **ÉDITEUR** Blizzard Entertainment
- **DISTRIBUTEUR** Activision Blizzard
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 4
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

60€ environ

Grand Theft Auto V

- **Action**
- **Le 17 septembre**

La série la plus populaire de Rockstar depuis une dizaine d'années revient dans un cinquième volet qui s'annonce plus ambitieux que jamais. Dans la métropole de Los Santos, inspirée de Los Angeles, le joueur incarnera trois personnages criminels différents au fil du scénario. Dans une ville en monde ouvert où des dizaines de véhicules pourront être utilisés, le joueur devra entre autres participer à des braquages spectaculaires. Des modes multijoueurs sont également présents.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Rockstar Games
- **ÉDITEUR** Take Two Interactive
- **DISTRIBUTEUR** Take Two
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

70€ environ

Lost Planet 3

- **Action/aventure**
- **Disponible**

Dans ce troisième volet d'une série de jeux d'action à la troisième personne apparue au début de cette génération de consoles (2007), le joueur incarne un aventurier qui quitte la Terre pour explorer la planète EDN III, vouée à être colonisée. L'extraction d'énergie sur place se fait en bravant les conditions climatiques extrêmes ainsi qu'une race d'extra-terrestres dangereuse, les Akrids. L'action prend place avant les événements de Lost Planet 1 et 2 et le scénario s'annonce plus fouillé que dans le précédent volet, permettant d'en apprendre plus sur l'univers de la franchise.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Sparks Unlimited
- **ÉDITEUR** Capcom
- **DISTRIBUTEUR** Capcom
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 10
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

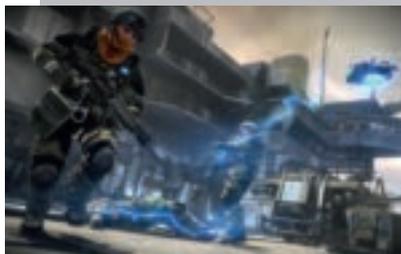
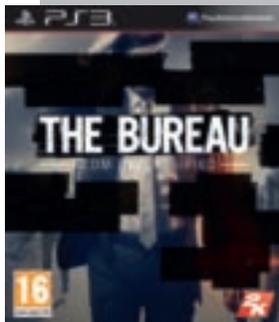
60€ environ

JDLI.COM

fait peau neuve !



Etre au courant de tout
IMMÉDIATEMENT !



Puppeteer

■ **Plate-forme**
■ **Le 11 septembre**

Ce jeu de plates-formes repose sur un univers original, l'action se déroulant dans un théâtre de marionnettes. Le Roi-Ours de la Lune transforme les enfants en pantins et, dans le rôle de sa dernière victime, le joueur part affronter son ennemi juré armé de ciseaux magiques géants. Les développeurs annoncent 21 décors dynamiques proposant de nombreuses interactions, tandis que le héros aura la possibilité de changer de tête pour gagner de nouvelles compétences.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Sony Japan Studio
- **ÉDITEUR** Sony Computer Entertainment Europe
- **DISTRIBUTEUR** Sony Computer France
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 2
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ** 40€ environ

The Bureau : XCOM Declassified

■ **Action/stratégie**
■ **Disponible**

La série Xcom, bien connue des amateurs de jeux de stratégie/tactique depuis 1994, accueille un volet assez original puisque son contexte prend place dans les années 60, à l'apparition de la menace alien. Alors qu'une guerre éclate dans le plus grand secret, le joueur va participer aux affrontements entre humains et armées extra-terrestres via un nouveau système de jeu combinant vue à la troisième personne et gestion tactique de l'équipe. A noter que le jeu entend la disparition permanente des agents tombés au combat, ainsi que de nombreux paramètres de personnalisation.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** 2K Marin
- **ÉDITEUR** 2K Games
- **DISTRIBUTEUR** Take Two Interactive
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ** 60€ environ (consoles)

Killzone Mercenary

■ **Action**
■ **Disponible**

Pour sa première apparition sur PS Vita, la franchise bien connue des possesseurs de PS3 (et bientôt de PS4) entend doter la console portable d'un représentant digne de ce nom du genre jeu d'action en vue subjective (bâti sur le moteur de Killzone 3 sur PS3). Dans le rôle d'un mercenaire sans foi ni loi, le joueur remplira ici des contrats aussi bien pour le camp ISA que celui des belliqueux Helghast, l'objectif étant de gagner la récompense. La campagne solo comprendra neuf missions différentes et différents modes multijoueurs en ligne sont également de la partie.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** SCE Cambridge
- **ÉDITEUR** Sony Computer Entertainment
- **DISTRIBUTEUR** Sony Computer
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 8
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ** 40€ environ

Killer is Dead

■ **Action**
■ **Disponible**

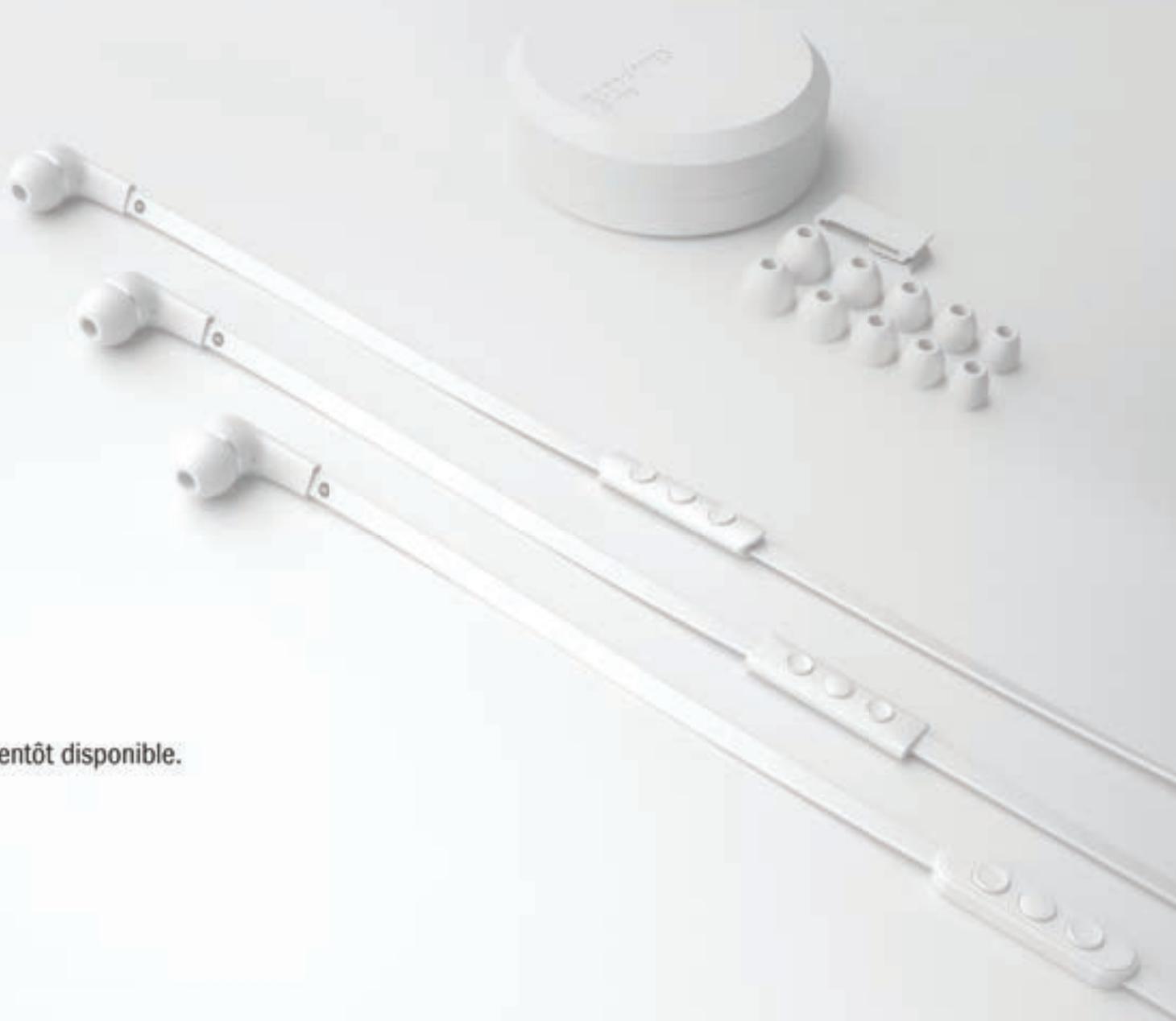
Nouveau jeu d'action signé par le créateur japonais Suda51 et son studio Grasshopper Manufacture (No More Heroes, Killer 7), Killer is Dead se positionne dans la droite lignée de ses productions décalées et joviesses pour les amateurs de jeux d'action. Le joueur incarne ici un tueur à gages, qui officie en utilisant bien sûr sabre japonais et armes interchangeable dans un bras artificiel. Le minimum syndical pour s'attaquer aux pires criminels du monde et même d'ailleurs !

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Grasshopper Manufacture
- **ÉDITEUR** Deep Silver
- **DISTRIBUTEUR** Koch Media France
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** NC
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ** 60€ environ (version standard)

a-JAYS Five

Pour iOS, Windows et Android

by JAYS



Bientôt disponible.

DISTRIBUTEUR EXCLUSIF EN FRANCE

AUDIOFLY | EDIFIER | *final* | JAYS | iHealth | iBaby | Innergie | MARWARE | RAZER

XTRIMUM



www.xtrium.com

Haier

Découvrez les nouveaux téléviseurs LED - LCD



Vivez l'expérience Haier

Découvrez la gamme complète de
Haier sur le site www.haier.fr

Haier