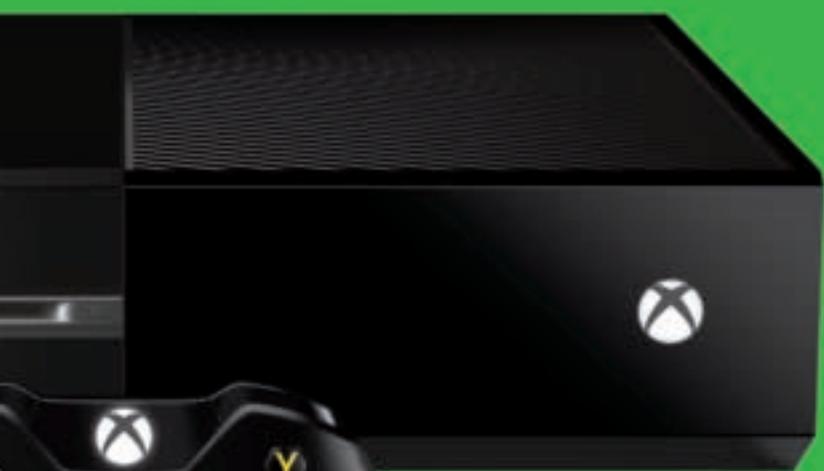
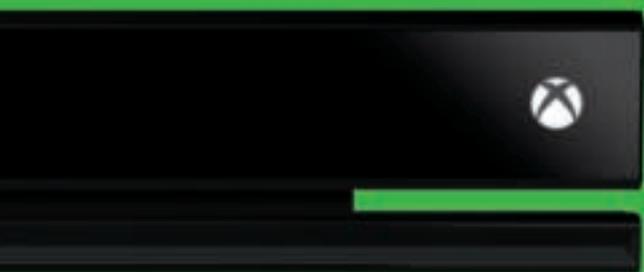


# jdli

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs N°249 / 23 septembre 2013  
www.jdli.com



## XBOX ONE



Le meilleur  
du **jeu**



Le meilleur  
du **multijoueur**



Le meilleur  
du **divertissement**



Le meilleur  
pour **demain**

Disponible le **22 novembre**

Microsoft

# XBOX ONE

La console de jeux et de divertissements tout-en-un.



Microsoft

## LES PACKS XBOX ONE **DISPONIBLES AU LANCEMENT**



Bundle Xbox One  
+ FIFA 14

Pack Xbox One standard

Bundle Xbox One  
+ Call of Duty : Ghosts

## LES EXCLUSIVITÉS XBOX ONE AU LANCEMENT

DES CONTENUS EXCLUSIFS  
OU EN AVANT-PREMIÈRE SUR  
LES PLUS GROS BLOCKBUSTERS



FORZA  
MOTORSPORT 5



RYSE :  
SON OF ROME



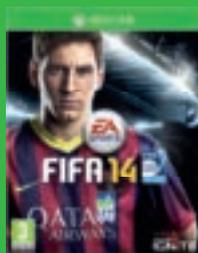
DEAD RISING 3



ZOO TYCOON



BATTLEFIELD 4



FIFA 14



CALL OF DUTY :  
GHOSTS

UN DISPOSITIF **IMPACTANT ET MODULABLE** EN MAGASIN !



UN PLAN MÉDIA MASSIF, CONTINU DE AOÛT À JANVIER

TV

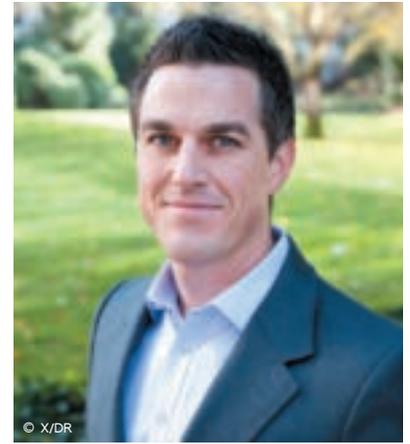
PRESSE

WEB



+ AFFICHAGE + CINÉMA

**= + DE 300 MILLIONS DE CONTACTS !**



## Vivendi veut se défaire de SFR



■ **SFR devrait prochainement être coté en bourse séparément de sa maison-mère, Vivendi. Un premier pas nécessaire avant une très probable vente de l'opérateur.**

Vincent Bolloré, récemment nommé vice-Président du conseil de surveillance de Vivendi, ne s'est pas privé de souligner que cette décision soulignait « l'absence de synergie » entre les contenus et les télécommunications. Tant que SFR est détenu par Vivendi, il ne lui est pas possible de nouer certaines alliances, notamment en raison de la présence de Canal + dans le groupe. Dès lors que SFR est indépendant, l'horizon se dégage, notamment pour un rachat par Numericable. Cette volonté de Vivendi de se séparer de SFR est très certainement la conséquence de la baisse de la rentabilité des opérateurs. En s'attaquant aux prix de l'abonnement, Free Mobile a contraint les autres opérateurs à rogner sur leurs marges et perdre leur statue de cash-machine. Rappelons que Vivendi s'est récemment défait d'Activision, désormais société indépendante.

vivendi



Syndicat de l'Édition Vidéo Numérique

## Coup de froid sur la vidéo

■ **Le SEVN, le syndicat de l'Édition Vidéo Numérique, s'inquiète d'un nouveau recul marquant du marché de la vidéo sur le premier semestre 2013.** Si nous sommes habitués à la baisse des ventes physiques, celle de la VOD est plus inquiétante, car c'est la première fois. En effet le chiffre d'affaires de la VOD a baissé de 6,4 % tandis que les ventes physiques perdaient 12,5% ! Le SEVN met cela en partie sur le compte de la disparition de la menace de réponse graduée et de coupure Internet, et en partie sur un faible line-up. « En effet, il est urgent que des réponses précises sur le devenir de la réponse graduée soient apportées et que des mesures efficaces et claires soient prises alors que tous les indicateurs révèlent une recrudescence du piratage », écrit le syndicat, sans pour autant préciser de quels indicateurs il s'agit.

## Electronic Arts change de tête

■ **L'éditeur américain annonce la nomination d'Andrew Wilson au poste de CEO du groupe. Un recrutement en interne puisque Wilson a auparavant occupé différents postes chez Electronic Arts dont celui de Vice-Président du label EA Sports.** Il prend donc la relève de John Riccitiello, ancien PDG qui avait quitté ses fonctions en mars dernier, remplacé de manière temporaire par Larry Probst, Président du Conseil d'Administration. Entré dans le groupe Electronic Arts en 2000, Andrew Wilson a depuis occupé des postes

stratégiques dans le domaine de la gestion des studios de développement. « Andrew est le premier responsable des studios à devenir Directeur général, ce qui témoigne de son mélange de talents de création et d'habileté en affaires », souligne Larry Probst. Dans son premier message posté sur le blog officiel du groupe, le nouveau CEO a souligné « Notre focus sur nos talents, nos marques et notre plateforme, associé à nos investissements dans la nouvelle génération de consoles, les mobiles et le PC en Free-to-play dans le contexte de notre transition vers le digital est le bon ».



## Next-gen : toutes les dates

■ **La nouvelle génération de consoles de salon s'apprête à trouver sa place rayons. Alors que Sony Computer a fixé la date de lancement de la PlayStation 4 au 29 novembre prochain, Microsoft confirmait récemment que la Xbox One serait commercialisée en Europe le 22 novembre.** Les deux machines concurrentes sortiront donc à quelques jours d'intervalle, une situation très rare dans l'histoire du jeu vidéo. De quoi prédire dans tous les cas des rayons jeux vidéo animés dans les

prochaines semaines, d'autant que les consoles actuelles profitent elles aussi d'une très belle fin d'année sur le plan éditorial. A noter également que le marché japonais sera servi plus tard en ce qui concerne les nouvelles consoles. Une situation qui illustre à quel point le vrai champ de bataille se situe en Europe et aux Etats-Unis pour les deux mastodontes. Cette fois-ci, la bataille next-gen se fera dans un premier temps en Europe et aux Etats-Unis.

# Des économies hautes en couleurs.

Make it matter.



**HP Officejet Pro.** L'impression professionnelle jusqu'à 50% moins chère que le laser.<sup>1</sup> L'imprimante Tout-en-Un HP Officejet Pro est conçue pour permettre à votre entreprise d'imprimer à moindre coût des documents couleur de qualité supérieure. Faites bonne impression.

Rendez-vous sur [hp.com/fr/officejetpro](http://hp.com/fr/officejetpro)



**Gamme  
HP Officejet Pro**

Make it matter = Donnez de l'importance

<sup>1</sup> Coût par page (CPP) 50 % moins cher. Fondé sur la comparaison avec la majorité des imprimantes laser couleur < 200€ HT et tout-en-un laser couleur < 400€ HT, septembre 2012. Consultez [hp.com/fr/ojfacts](http://hp.com/fr/ojfacts)

©2013 Hewlett-Packard Development Company, L.P.

## MARCHÉ

8 News

12 Interview : Sony Computer Entertainment

Philippe Cardon, Vice-Président Europe et PDG France et Benelux

## SOFTWARE

16 News

20 Interview : Quantic Dream

David Cage, créateur du jeu Beyond Two Souls

24 Interview : Electronic Arts

Antoine Cohet, EA Sports Marketing manager

## HARDWARE

26 IFA 2013

Compte-rendu des tendances sur le salon de Berlin

## GUIDES

56 Jeux vidéo



## Sony Computer Ent. prépare son plus important lancement de console

Alors que Sony Computer prépare le lancement de la nouvelle console de salon PlayStation 4, nous avons rencontré Philippe Cardon, Vice Président Europe & PDG France et Benelux chez Sony Computer Entertainment Europe. Il évoque les enjeux de ce lancement stratégique et nous détaille la communication qui accompagnera l'arrivée de la nouvelle plate-forme de jeu.

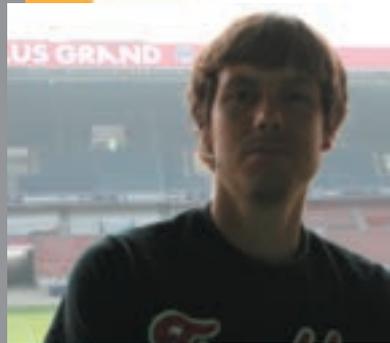
## David Cage : « Beyond Two Souls a représenté trois ans de challenges »

Le 9 octobre, la nouvelle superproduction du studio parisien Quantic Dream arrive dans les bacs. Quelques semaines avant le lancement, nous avons rencontré David Cage, Fondateur du studio et concepteur des chaînes audio du futur et bien d'autres innovations répondant à cette ambition de créer de l'émotion chez le joueur.



## Fifa 14 joue offensif

Attendu pour le 26 septembre sur les consoles actuelles, Fifa 14 arrivera également sur cette fin d'année sur les machines next-gen. Antoine Cohet, EA Sports Marketing manager fait pour nous un point sur la licence et précise les objectifs du nouvel opus.



## IFA 2013 : Vers de nouveaux horizons

Début septembre, se tenait à Berlin l'édition 2013 du salon IFA, dédié à l'électronique grand public. Oled, Ultra-HD, smartphones géants, chaînes audio du futur et bien d'autres innovations répondaient cette année à l'appel. Retrouvez notre dossier spécial sur les grandes tendances du salon.



# JDLi

Le Journal Des Loisirs Interactifs

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

**Directeur de la publication**  
Laurent Guerder

### RÉDACTION

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

**Directeur de la rédaction**  
Laurent Guerder

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

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

### Secrétaire de rédaction

Guy Pichard  
guy@microcoop.com

### Journalistes

Benoit Dupont, Jean-Luc Marianna, Roland Marianna, Pierre Stemmelin 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

Benoit Maurice  
Christophe Monfort

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

Site Web : www.jdli.com

### Imprimé par lapca

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

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



Présente le Système  
**Géotalker**

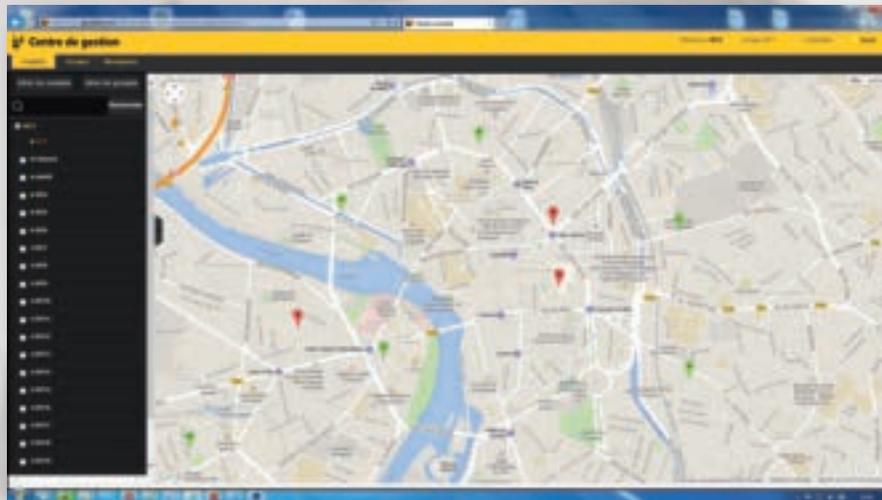
« Géotalker » apporte des services  
Talkie Walkie & Géolocalisation aux Mobiles 3G  
pour optimiser le travail de vos équipes sur le terrain.

- Gestion d'équipes
  - Réseau privé
  - Facile d'utilisation
  - Connexion instantanée
- Groupes de communications
- Large gamme de Mobile M.T.T. G&T

Geotalker.com fournit hardware et accès au serveur.  
Support Technique personnalisé.



*Pompiers*



*Sauveteurs*



*Logistique*



*Taxis*



*Transport ferroviaire*



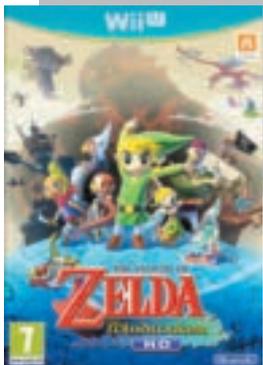
*Industrie*



*Ambulances*



*Construction*



## Fifa 14

- **Simulation sportive**
- **Le 26 Septembre**

En attendant les versions next-gen, Fifa 14 débarque sur presque toutes les plateformes actuelles avec lui aussi son lot de nouveautés. Intelligence artificielle peaufinée, physique de balle plus réaliste, nouvelles équipes (championnats argentin et brésilien), mode Fifa Ultimate Team bonifié sont notamment au programme des réjouissances. C'est à nouveau Lionel Messi (le joueur du FC Barcelone) qui orne cette année la jaquette du titre d'Electronic Arts.

- **PLAN MARKETING**

La campagne marketing sera en deux temps. D'abord au moment de la sortie du jeu sur les consoles actuelles puis lors des commercialisations de la Xbox One et de la PlayStation 4 fin novembre.

- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** EA Sports
- **EDITEUR** Electronic Arts
- **DISTRIBUTEUR** Electronic Arts
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

**NC**

## Beyond : Two Souls

- **Aventure**
- **Le 9 octobre**

Après le succès de Heavy Rain (2010), le studio Quantic Dream signe un nouveau jeu d'aventure exclusif à la PS3. Toujours très proche des techniques cinématographiques, le titre propose au joueur d'intervenir directement sur le déroulement du scénario en dirigeant les héros, en prenant part à des scènes d'action, en dirigeant les dialogues... L'histoire suit ici le chemin d'une jeune fille qui a la particularité de communiquer avec une mystérieuse entité paranormale. Des acteurs hollywoodiens tiennent les rôles clés (Ellen Page, William Dafoe).

- **PLAN MARKETING**

Lancement très orienté septième art pour ce titre, Sony Computer organisant soirée d'avant-première au Grand Rex à Paris, diffusion de bande-annonces dans le réseau UGC ou encore partenariats de circonstances (gobelets décorés, Ben and Jerry's...). Un plan média massif est prévu avec de la TV (chaînes hertziennes, cbsat), de Web et de la presse. Des partenariats ont été signés avec Orange, Allociné et Fun Radio.

- **MISE EN PLACE** 150 000 exemplaires
- **DÉVELOPPEUR** Quantic Dream
- **EDITEUR** Sony Computer
- **DISTRIBUTEUR** Sony Computer
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 2
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

**70€ environ (version standard)**



## Just Dance 2014

- **Jeu de danse**
- **Le 1er octobre** (Next-gen à leur sortie)

En quelques années, la franchise Just Dance s'est imposée comme la nouvelle référence dans le domaine du jeu de danse. Cette nouvelle édition embarque, comme toujours, plusieurs dizaines de chansons pop sur lesquelles danser. Il s'agit aussi d'un opus plus connecté avec des modes multijoueurs en ligne (World Dance Floor) mais aussi On Stage qui propose de recréer les conditions d'un spectacle live. Le partage de chorégraphies est aussi au menu avec Just Dance TV ou encore Autodance (qui prend aussi la forme d'une application à télécharger).

- **PLAN MARKETING** Non communiquée
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Ubisoft
- **EDITEUR** Ubisoft
- **DISTRIBUTEUR** Ubisoft
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

Entre **40€ et 50€ environ**



## The Legend of Zelda : Wind Waker HD

- **Action/aventure**
- **Le 4 octobre**

Parue en 2003 sur GameCube, cette aventure de la saga Legend of Zelda profite d'un lifting à l'occasion de son adaptation sur Wii U. Méorable pour son approche visuelle différente lorgnant vers le dessin animé, le titre s'était aussi distingué de par la sensation de liberté offerte au joueur qui peut explorer les mers en bateau. Outre l'affichage de l'inventaire et des cartes sur le Gamepad, cette version Wii U affiche des graphismes revus en HD, un aspect connecté via les messages Miiiverse ou encore un nouveau niveau de difficulté.

- **PLAN MARKETING**

Non communiqué. Le jeu sort en version standard, collector et en bundle avec une édition limitée de la console.

- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Nintendo
- **EDITEUR** Nintendo
- **DISTRIBUTEUR** Nintendo
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

**50€ environ (version standard)**

19/20/21 NOVEMBRE

# DIGIWORLD summit

## The digital gold mines

2013

# GameSummit

by DIGIWORLD



Depuis 2002, le Game Summit est organisé par l'IDATE dans le cadre du DigiWorld Summit ([www.digiworldsummit.com](http://www.digiworldsummit.com)), l'évènement qui réunit plus de 1500 professionnels des Telecoms, de l'Internet et des Médias.

Le Game Summit intègre une conférence industrielle internationale dont la 12<sup>ème</sup> édition se tiendra le 21 novembre au Corum de Montpellier.

Elle rassemble des intervenants représentant les différents segments de marché et métiers du jeu vidéo. Ce rendez-vous s'adresse à un public de professionnels et de chercheurs dans ce secteur, mais aussi au-delà : Internet, médias, télécommunications.

Autour du thème «2014: Transition ou Rupture», les intervenants enchaîneront keynotes et tables-rondes pour éclairer d'un point de vue autant technologique et industriel que créatif et artistique, les nouveaux défis proposés aux acteurs du jeu vidéo le long de sa chaîne de valeur.

LES SUJETS SERONT DISCUTÉS PAR DES PROFESSIONNELS RENOMMÉS DU SECTEUR :



Guha BALA, President, Co-founder, Vicarious Visions, Inc.

Ian BAVERSTOCK, Chairman at Smarter Learn Limited

Artem BOCHAROV, Publishing Director, Game Insight

Gael BONNAFOUS, CEO, Scimob

Luc BOURCIER, Video Game and Media Consultant,

Prodeo Consulting, Mentor at Game Founders

Davy CHADWICK, WW Development Director, EA Mobile

Eric CHAHI, Game Designer

Dino DINI, Lecturer, NHTV University and creator of 'Kick Off'

Frédérique DOUMIC, CEO and Founder, OUAT Entertainment

Christian DUSSART, Professor HEC Montréal

Christophe ERBES, CEO, Media Consulting

Bill FLETCHER, Animation Director, Valve

Scott FOE, Chief Creative Officer, Big Head Mode

Dean FOX, CEO, ScreenAngels

Megan GAISER, Chief Creative Strategy Officer, Her Interactive

Susan GOLD, Associate Director of the Game Design Program at Northeastern University

Alexis JOLIS DESAUTELS, Senior Game Designer, Ubisoft Academia

Kaermack POLEWSKA, Game Designer, Ubisoft

James PORTNOW, CEO, Divide by Zero Games

Frederick RAYNAL, CEO, Ludoid

Vincent VERGONJEANNE, CEO, EveryDayIPlay

Julien VILLEDIEU, General Delegate, SNJV

IN ASSOCIATION WITH MONTPELLIER IN GAME



SPONSORS



PARTNERS



Laurent MICHAUD, Head of Consumer Electronics & Digital Entertainment Practice, IDATE

Contact : Laurent MICHAUD +33(0)467 144 439 - [l.michaud@idate.org](mailto:l.michaud@idate.org)

Contact press : [press@gamesummit.pro](mailto:press@gamesummit.pro)

Pour toute information sur le DigiWorld Summit : [www.digiworldsummit.com](http://www.digiworldsummit.com)

Pour en savoir plus sur le séminaire Game Summit : [www.gamesummit.pro](http://www.gamesummit.pro)





## PES 2014

### ■ Simulation sportive

#### ■ Le 19 Septembre

Désormais outsider sur son segment, la simulation footballistique du studio PES Productions fait peau neuve cette année. Nouveau moteur de jeu (Fox Engine), licences inédites (et assez exotiques) et gameplay amélioré, PES 2014 s'annonce ambitieux. La jaquette du titre met en avant la prestigieuse Ligue des Champions, licence exclusive que détient Konami.

■ **PLAN MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Konami

■ **ÉDITEUR** Konami

■ **DISTRIBUTEUR** Konami

■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

**50€ environ**



## Pokémon X / Pokémon Y

### ■ Jeu de rôle

#### ■ Le 12 octobre

L'incontournable saga Pokémon revient, comme le veut la tradition depuis les premiers jeux sur GameBoy, avec deux cartouches sortant simultanément sur 3DS. Après avoir choisi l'un des trois Pokémon lui étant proposés, le joueur part à l'exploration de la nouvelle région de Kalos où il pourra développer sa collection de créatures inédites. A noter qu'un système de stockage en ligne payant, l'application Pokémon Banque, permettra de stocker des milliers de créatures. Le jeu sera évidemment compatible avec la nouvelle 2DS, qui sort au même moment.

■ **PLAN MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Nintendo

■ **ÉDITEUR** Nintendo

■ **DISTRIBUTEUR** Nintendo

■ **NOMBRE DE JOUEURS** Oui

■ **JEU EN LIGNE** Non

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

**45€ environ**



## F1 2013

### ■ Simulation sportive

#### ■ Le 4 octobre

Simulation de référence dans le domaine de la Formule Un, le titre signé Codemasters permet cette année de retrouver toutes les écuries, bolides et pilotes de la saison 2013 de F1. Intelligence artificielle et maniabilité ont notamment été optimisés. Les amateurs de la disciplines seront ravis de profiter de contenus « vintage » avec le mode F1 Classics, dans lequel il sera possible de retrouver voitures, pilotes et circuits des années 80. L'édition Premium du jeu abordera également les années 90...

■ **PLAN MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Codemasters

■ **ÉDITEUR** Codemasters

■ **DISTRIBUTEUR** Namco Bandai

■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

**50€ environ (version standard, console)**



visuel non définitif



## Inazuma Eleven 3 : Foudre Céleste / Feu explosif

### ■ Jeu de rôle

#### ■ Le 27 septembre

La série Inazuma Eleven, qui mêle simulation de football et jeu de rôle, revient dans un troisième volet sur la console portable de Nintendo. Deux versions différentes du titre sortent simultanément, avec quelques différences de contenu. Le joueur aura ici accès à 2 000 personnages différents pour constituer son équipe et à 350 capacités spéciales différentes. Combinant règles du football et système de jeu type RPG, cette série est déjà bien connue des possesseurs de DS et de Wii.

■ **PLAN MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Level 5

■ **ÉDITEUR** Nintendo

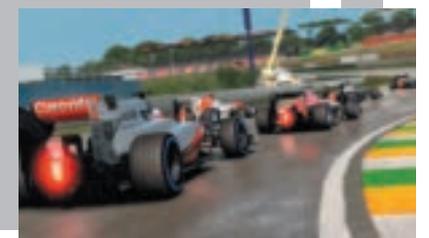
■ **DISTRIBUTEUR** Nintendo

■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** NC

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

**35€ environ**



# RYGHT™

www.ryght-audio.com

## LE SON QUI BOUGE !



Party Rock



NFC



Bluetooth



Jack 3.5mm



Rechargeable



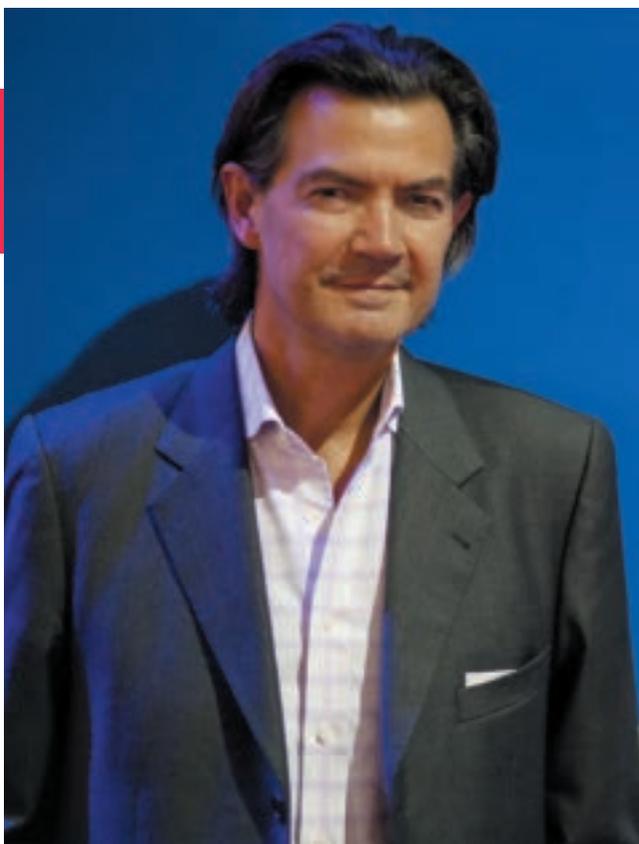
Jakara



Bluetooth Headphones



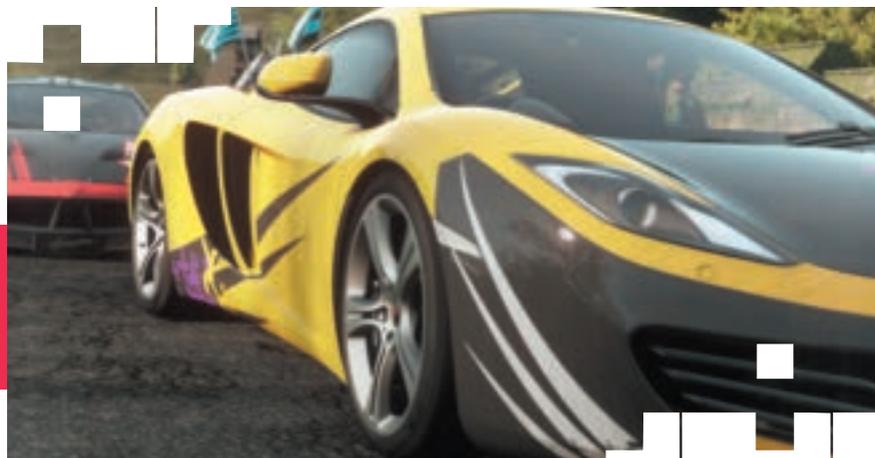
Crystal Speaker



Entretien avec

**Philippe Cardon,**  
Vice Président Europe & PDG France et Benelux  
chez Sony Computer Entertainment Europe

Les trois premières PlayStation furent des tels succès que la marque PlayStation est devenue synonyme de console de jeux vidéo de salon, particulièrement en France. La nouvelle venue, commercialisée en Europe le 29 novembre, va donc devoir se montrer à la hauteur tant le jeu vidéo est devenu un enjeu économique majeur pour tout l'entertainment. Nous avons rencontré Philippe Cardon, Vice Président Europe & PDG France et Benelux chez Sony Computer Entertainment Europe. Par Sébastien Anxolabéhère



Driveclub

# Sony

## prépare son plus important lancement de console

**JDLI : A quelques semaines de la commercialisation de la PlayStation 4, pouvez-vous nous rappeler la place qu'occupe Sony Computer Entertainment dans l'ensemble du groupe ?**

**Philippe Cardon :** SCE aura 20 ans cette année, puisque l'entité a été créée en 1993 au Japon. L'apport de chiffre d'affaires et de liquidités qu'apporte SCE au sein de Sony varie selon les années, en fonction du cycle de vie des consoles, mais elle est devenue très importante, c'est évident. SCE est une société multinationale dont l'organisation a été pensée verticalement et qui couvre tout le spectre du marché du jeu vidéo, avec des ingénieurs, des développeurs, des structures de distribution...

**SCE représente donc un enjeu stratégique pour Sony ?**

Kaz Hirai, notre Président a clairement défini la stratégie du groupe l'an dernier : l'avenir de Sony repose sur trois piliers que sont les télécommunications, l'imagerie

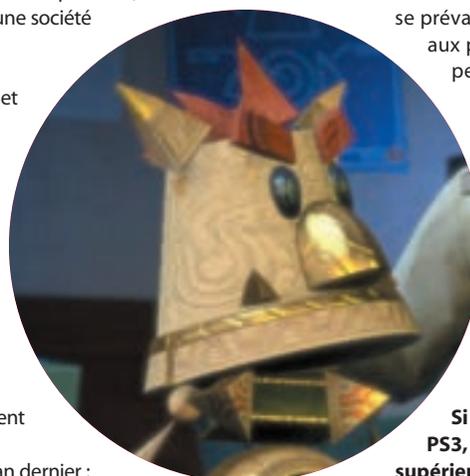
numérique, et le divertissement, dont nous faisons partie.

**PlayStation est leader en France. Cela constitue-t-il une pression supplémentaire pour SCE France ?**

PlayStation est leader dans de nombreux marchés en Europe y compris en France. Il est évident que nous avons l'ambition de conserver ce leadership sur notre marché. Nous avons un avantage fort chez SCE France, c'est l'expérience dont peut se prévaloir nos équipes, notamment aux postes-clés. De nombreuses personnes chez SCE France ont participé aux lancements de nos dernières consoles comme la PS2 et la PS3, ainsi que de la PS Vita. Leur savoir et leur expérience sont des biens très précieux. On sait bien qu'à l'occasion d'un changement de génération de console, tout peut arriver. Avoir la meilleure offre ne suffit pas pour réussir.

**Si on le compare à celui de la PS3, le budget alloué à la PS4 est-il supérieur ?**

Oui, il l'est dans sa globalité. Les enjeux sont de plus en plus forts, l'univers très concurrentiel.





Killzone Shadow Fall

« La PlayStation 4 battra tous les records de ventes en Day One mais aussi dans les semaines et les mois qui suivront. »



Et nos ambitions sont élevées. Nos investissements seront à la hauteur.

#### Quelles sont les valeurs que vous allez défendre à travers la communication pour la PlayStation 4 ?

Nous sommes en permanence à l'écoute des besoins et des attentes des joueurs. Pour tous, la marque PlayStation évoque évidemment le jeu, mais aussi à travers lui, le fun et le plaisir. Nos clients se sentent proches de la marque et attendent de nous des propositions qui cultivent cette proximité à travers le plaisir de jouer, à travers un prix attractif ou une technologie avancée qui rassure quant à la pérennité de la machine. La PlayStation 4 est une vraie rupture qui permet au jeu vidéo de se projeter dans les années à venir, mais c'est aussi l'héritière d'une lignée qui s'est bâtie sur des valeurs qui ont créé un lien fort avec les joueurs.

#### Son prix sera un axe de communication important ?

Un parmi d'autres. La console doit être appréciée pour un ensemble de choses. Ce n'est pas seulement un prix, pas seulement un objet d'une grande technologie, c'est avant tout une promesse qui réunit plusieurs éléments. L'innovation que constitue la nouvelle manette Dual Shock 4, par exemple sera aussi mise en avant.

#### Quand débutera la campagne de communication ?

Elle a débuté depuis la présentation internationale du 20 février, s'est poursuivie sur les salons comme l'E3 ou la Gamescom. La communication mass-market débutera quelques semaines avant le lancement, et nous exploiterons tous les moyens que nous offre la communication d'aujourd'hui, depuis les médias classiques, TV, presse ou affichage, jusqu'aux réseaux sociaux.

#### Pouvez-vous garantir que les quantités seront au rendez-vous au lancement ?

Au niveau mondial, les précommandes dépassent désormais largement le million de pièces. Rien qu'en France, à plus de 10 semaines du lancement nous enregistrons plus de pré-commandes que ce que nous avons connu à la veille de la commercialisation de la PS3. Nous avons donc une idée assez précise de ce qui peut se passer, et nous prenons toutes les mesures pour assurer le maximum de disponibilité. La PlayStation 4 battra tous les

records de ventes en Day One mais aussi dans les semaines et les mois qui suivront. Sony se prépare pour répondre à la demande.

#### Comment comptez-vous collaborer avec le retail ?

Nous avons toujours su reconnaître la place de tous les réseaux et nous travaillons et continuerons à travailler avec chacun au plus près. Ces dernières années, il est vrai que le réseau des spécialistes s'est resserré, notamment avec la disparition de Games. Mais parallèlement, nous avons développé notre collaboration avec des multispécialistes comme Boulanger ou Darty. Nous proposerons donc à l'ensemble de retailers des outils d'aide à la vente, de la théâtralisation d'espaces dédiés. Nous souhaiterions que les enseignes regroupent l'ensemble de notre offre, toutes consoles confondues, mais je reconnais que pour eux la tentation de mettre en scène l'affrontement avec notre challenger est là. A nous de les convaincre qu'en mettant en scène un univers PlayStation ils optimisent les mètres carrés et in fine, la rentabilité !



« Les indépendants constituent une richesse essentielle à la bonne santé et au développement de notre marché. »



sony

### La PS Vita peut servir d'écran déporté de la PS4. Allez-vous bundeler les deux machines ?

Nous n'avons fait aucune communication dans ce sens, mais il est exact que les deux machines ont été conçues pour interagir l'une avec l'autre. En fait, PS Vita et PS4 ont été développées ensemble avec en tête l'idée que la portable servira de deuxième écran à la PS4, avec la possibilité de continuer sur sa console portable le jeu débuté sur sa TV dans le salon. La Vita est sortie avant la PS4, mais ce n'est que dorénavant qu'elle prend toute sa valeur. Pour le joueur nomade, c'est une très bonne nouvelle et nous allons mettre l'accent dessus en termes de communication car nous sommes les seuls à proposer cela.

### Des promotions commerciales pour encourager à l'acquisition d'une PS Vita conjointement à un PS4 sont-elles prévues ?

Si vous pensez à une remise tarifaire pour le consommateur qui achèterait les deux consoles, rien n'a été annoncé à ce jour. Vous noterez que

des baisses de prix de la PS Vita ont été annoncées sur la PS Vita en août dernier.

### A l'occasion de la Gamescom de Cologne, SCE a annoncé sa volonté de soutenir la création des développeurs indépendants. Pourquoi ?

Le jeu vidéo ne doit pas se contenter de vivre des productions des majors mondiales. Les indépendants constituent une richesse essentielle à la bonne santé et au développement de notre marché. Parmi les indépendants, on trouve des gens de très grand talent capables de faire des propositions qui vont élargir l'univers du jeu vidéo. Dans la mesure où l'architecture technologique de la PS4 permet aux développeurs de s'exprimer plus aisément qu'avant, nous nous devons de les aider dans la mesure du possible. Le PSN (PlayStation Network) est un canal de distribution et de promotion qui peut accueillir des productions qui trouveraient très difficilement leur place dans le marché physique, cela ouvre de belles perspectives. De plus,

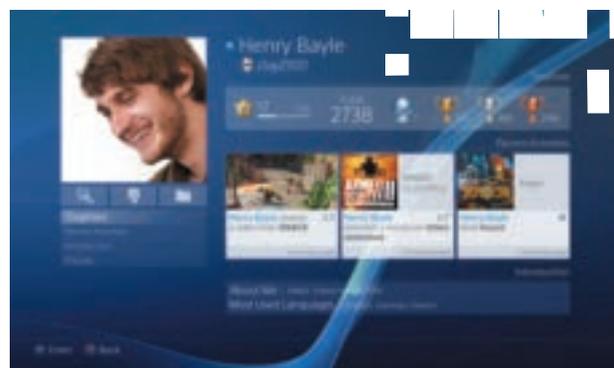
soutenir la création indépendante est aussi une façon d'aider la création locale. En 10 ans, Sony a investi plus de 50 millions de dollars dans le développement de jeux en France. Je ne doute pas que cela nous place très haut dans la liste des soutiens à la création locale.

### Malgré le lancement de la PS4, les retailers feront certainement encore une importante partie de leur chiffre d'affaires avec la PS3. Que va-t-il se passer de ce côté-ci ?

Avec plus de 700 000 pièces vendues l'an dernier et un objectif d'une base installée de cinq millions de machines à la fin 2013, la PlayStation 3 est plus que jamais le principal moteur du marché, la console qui génère le plus de valeur ajoutée ! En repositionnant le modèle 12 Go à 199 euros à côté du modèle 500 Go à 299 euros, en bundle avec un jeu, Sony déploie une offre claire susceptible de convaincre beaucoup de nouveaux foyers. Et le line-up de jeux interne ainsi que celui des éditeurs tiers est cette année plus que jamais d'une richesse incroyable, avec des jeux très attendus par les joueurs et le grand public. Nous avons prévu une communication grand public très puissante de plusieurs packs PS3 avec les blockbusters les plus attendus du marché.

## Digital@retail : l'offre de SCE

La vente de jeux dématérialisés prend de l'importance. Pour rassurer les revendeurs qui y voient un risque pour leur business, s'est mise en place une solution « gagnant-gagnant », l'ESD (Electronic Sales Distribution). Elle consiste en la vente en magasin de contenus à télécharger sur le PSN (PlayStation Network) via l'obtention d'un code généré par les magasins au moment du paiement par le client. Le consommateur est rassuré car il n'a pas à entrer ses coordonnées bancaires sur Internet, et le magasin s'épargne une immobilisation financière. De plus, SCEF propose aux enseignes des cartes prépayées de 20 ou 50 euros ainsi que les cartes d'abonnement aux PS+. « Le PSN est pour Sony un axe de développement très important, et nous enregistrons de plus en plus d'ouvertures de comptes. Il est très important d'y associer le retail via l'ESD, les cartes pré payés (les Live Cards) et les cartes PS+. En 2012, les cartes PlayStation ont constitué de loin la première vente d'accessoires selon GfK, qui les classe dans cette catégorie », explique Philippe Cardon.



### Jeux de lancement PlayStation 4 (versions boîtes)

Call of Duty Ghosts (Activision)
Skylanders Swap Force (Activision)
Need For Speed Rivals (Electronic Arts)
Battlefield 4 (Electronic Arts)
Madden 25 (Electronic Arts)
Fifa 14 (Electronic Arts)
NBA Live (Electronic Arts)
Killzone Shadow Fall (SCEE)
Driveclub (SCEE)
Knack (SCEE)
Assassin's Creed IV Black Flag (Ubisoft)
Watch_Dogs (Ubisoft)
Just Dance 2014 (Ubisoft)
Lego Marvel Superheroes (Warner Bros Interactive Entertainment)
NBA 2K 14 (2K Games)

### PlayStation 3 : Line-up de fin 2013 (sélection)

Skylanders Swap Force (Activision)
Call of Duty Ghosts (Activision)
F1 2013 (Codemasters)
Fifa 14 (Electronic Arts)
Need For Speed Rivals (Electronic Arts)
Disney Infinity (Disney)
GTA V (Rockstar)
PES 2014 (Konami)
Just Dance 2014 (Ubisoft)
Assassin's Creed IV Black Flag (Ubisoft)
Watch_Dogs (Ubisoft)
Beyond : Two Souls (SCEE)
Gran Turismo 6 (SCEE)
Batman : Arkham Origins (Warner Bros Interactive Entertainment)



Knack



242G5

## Des performances de jeu qui forcent le respect !

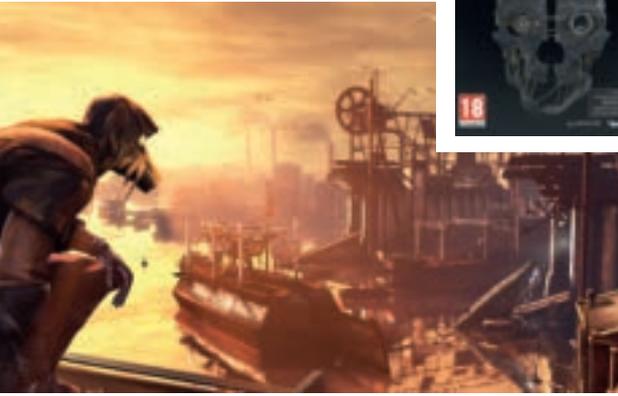
Conçu pour le jeu, cet écran 144 Hz associe précision des images et temps de réponse ultra rapide.

Avec sa fréquence de rafraîchissement de 144 Hz, ce moniteur produit des images d'une netteté sidérante, sans retard à l'affichage, pour des sessions de jeu d'une fluidité incomparable. Doté d'une multitude de fonctions, l'écran 144 Hz de Philips se révélera votre meilleur allié : débusquez vos adversaires dans la zone de votre choix grâce à SmartFrame, optimisez le format d'affichage avec SmartSize, ou accédez rapidement aux différents modes de jeu SmartImage via SmartKeypad - tous les atouts sont de votre côté. Lorsque vous aurez défait vos adversaires, profitez de la technologie MHL pour afficher les contenus de votre téléphone mobile sur le grand écran et accédez par le port USB 3.0 à tous vos périphériques et divertissements. Dédié aux joueurs invétérés, l'écran 144 Hz de Philips fera la différence à tous les niveaux de jeu. Plus qu'un écran - c'est votre arme secrète.



**PHILIPS**





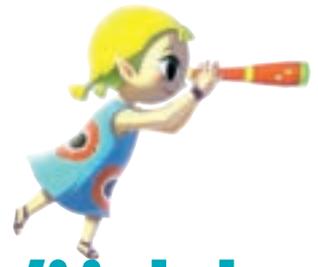
## Dishonored, version intégrale

Les étourdis qui auraient raté l'année dernière la sortie de Dishonored, dernière production en date du studio français Arkhane, pourront se rattraper avec une version augmentée le 11 octobre. L'éditeur Bethesda Softworks lance en effet sur PC, PlayStation 3 et Xbox 360 l'édition Game of the Year du titre regroupant le jeu original et les extensions parues par la suite (Dunwall City Trials, La Lame de Dunwall, Les Sorcières de Brigmore et Void Walker's Arsenal). De quoi découvrir dans les meilleures conditions ce jeu d'action/infiltration en vue subjective récompensé à de multiples reprises l'année dernière. L'éditeur annonce un prix de vente fixé à 39,99 euros en consoles et 29,99 euros en PC.



# Zelda

## débarque sur Wii U



Les amateurs de la série Legend of Zelda marqueront d'une croix la date du 4 octobre sur leur calendrier.

C'est en effet la date fixée par Nintendo pour le lancement de Legend of Zelda : The Wind Waker sur Wii U. Version reliftée du titre du même nom paru il y a dix ans sur la console GameCube, ce jeu d'action/aventure invite à incarner le jeune habitant d'une île qui part à l'aventure pour sauver sa sœur enlevée, marchant sur les pas d'une antique légende.

Il y a une dizaine d'années, The Wind Waker avait surpris les joueurs par son parti-pris graphique digne d'un dessin animé interactif ainsi que son aspect ouvert, le joueur pouvant explorer les mers en bateau. Pour cette réédition sur Wii U, Nintendo a revu les graphismes à la sauce haute définition, repensé l'interface du jeu pour exploiter le gamepad (inventaire, visée), intégré une connexion entre joueurs via miiverse ou encore

ajouté un niveau de difficulté supplémentaire sans oublier la possibilité de jouer uniquement sur le Gamepad. Un épisode à part dans la saga, à (re)découvrir et qui profite aujourd'hui d'une livrée technique à la hauteur de son univers. A sa sortie, le jeu sera commercialisé seul, en version collector (accompagné d'une figurine de Ganondorf) mais aussi au sein d'un bundle avec la console (au Gamepad décoré pour l'occasion) positionné au prix de 299 euros sur les sites de vente. Autant dire qu'après de Super Mario World 3D, Donkey Kong Country ou Wii Fit U, ce titre est hautement stratégique pour Nintendo sur cette fin d'année pour sa console de salon.



# Sonic

## à fond chez Nintendo

Voilà un titre qui aurait pu paraître incroyable il y a quelques années du temps où Sega et Nintendo étaient concurrents sur le marché des consoles ! Cela sonne pourtant complètement naturel de nos jours, alors que les anciens frères ennemis travaillent désormais main dans la main, avec de belles

performances à la clé comme la série Mario & Sonic Aux Jeux Olympiques (prochain volet attendu pour cette fin d'année sur 3DS et Wii U). Annoncé pour le 18 octobre, Sonic Lost World marquera le grand retour du fameux hérisson dans un jeu de

plate-forme sur Nintendo 3DS et Wii U. Développé par Team Sonic et publié par Sega, le titre se présente principalement comme un jeu de plate-forme 3D (à la mise en scène évoquant parfois Super Mario Galaxy) où l'on retrouve toute la célérité de la mascotte de Sega, dotée de ses fameux sauts et mouvements spéciaux. L'architecture des niveaux, avec ses loopings et autres tunnels, évoque bien sûr les fondamentaux du premier jeu paru en 1991... Jouable à deux en coopération ou l'un contre l'autre sur Wii U, le titre peut se pratiquer jusqu'à quatre en réseau sur 3DS. A noter que Sega annonce la possibilité d'échanger des objets entre les deux versions du jeu. Nintendo se charge de la commercialisation du titre.





#1 IN GAMING AUDIO

# CALL OF DUTY GHOSTS

## EAR FORCE<sup>®</sup> SPECTRE



CALL OF DUTY<sup>®</sup> GHOSTS : EDITION LIMITEE CASQUE GAMING FILAIRE PREMIUM POUR PS3<sup>™</sup> ET XBOX360<sup>™</sup>

Le casque universel édition limitée premium licencié Call of Duty<sup>®</sup> : Ghosts Ear Force<sup>™</sup> Spectre vous offre confort, souplesse avec son arceau réglable, et isolation avec sa fonction réduction des bruits extérieurs. Connectez votre téléphone ou lecteur MP3 pour répondre à vos appels ou écouter vos musiques préférées durant le jeu. Des consoles de jeux aux appareils mobiles, le casque gaming Call of Duty<sup>®</sup> : Ghosts Ear Force<sup>™</sup> Spectre vous met en condition pour le combat.

## EAR FORCE<sup>®</sup> PHANTOM



CALL OF DUTY<sup>®</sup> GHOSTS : PHANTOM EDITION LIMITEE CASQUE GAMING PREMIUM SANS FIL DOLBY SURROUND POUR PS3<sup>™</sup> ET XBOX 360<sup>™</sup>

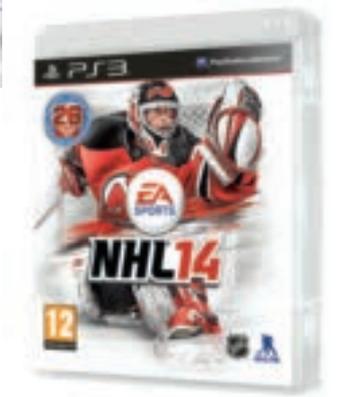
Instaurez la crainte chez votre ennemi avec le casque gaming édition limitée Call of Duty<sup>®</sup> : Ghosts Ear Force<sup>™</sup> Phantom. Equipé de Dual-Band Wi-Fi pour communiquer sans interférences et du processeur audio Dual-Stage, puissant et programmable, pour être en immersion totale dans le jeu avec le son Dolby<sup>®</sup> Digital Surround. Avec près de 15 heures de jeu en continu grâce à sa batterie rechargeable, vous jouerez plus longtemps et deviendrez plus vite un leader.

## EAR FORCE<sup>®</sup> SHADOW



CALL OF DUTY<sup>®</sup> GHOSTS : SHADOW EDITION LIMITEE CASQUE GAMING FILAIRE AMPLIFIE POUR PS3<sup>™</sup>, XBOX360<sup>™</sup>, PC, MAC, MOBILE ET TABLETTE

Amenez la peur au coeur de l'ennemi avec le casque stéréo amplifié édition limitée Call of Duty<sup>®</sup> : Ghosts Ear Force<sup>™</sup> Shadow. Votre jeu passera au niveau supérieur avec la qualité de son et le confort Turtle Beach<sup>®</sup>. Des consoles de jeux aux appareils mobiles, le casque gaming Call of Duty<sup>®</sup> : Ghosts Ear Force<sup>™</sup> Shadow est prêt pour la bataille.



# NHL, 20 ans sur la glace

À l'occasion de la vingtième année de la licence de hockey sur glace d'Electronic Arts, NHL 14 sur consoles de salon actuelles rend hommage à l'histoire de la série avec un mode « NHL 94 » riche en clins d'œil au jeu sorti à l'époque sur Super NES, Mega Drive et PC. Ainsi, il sera possible de jouer sur une glace bleue avec des joueurs sélectionnés par une grosse étoile le tout agrémenté par des cinématiques rétro et de la

musique jouée à l'orgue... Avis aux nostalgiques ! Evidemment, le titre accueille aussi des nouveautés côté gameplay, dont un nouveau moteur de collisions, des bagarres plus immersives ou encore un mode Vie de pro pour incarner un joueur du championnat américain. Le dernier-né des studios d'EA Canada est d'ores et déjà disponible sur PlayStation 3 et Xbox 360.



## Consoles couleurs Pokémon

Attendus comme une sortie majeure sur la console portable de Nintendo, les nouveaux Pokémon pour 3DS arrivent le 12 octobre prochain. Deux cartouches seront commercialisées : Pokémon X et Pokémon Y. Une nouvelle génération de titres pour la fameuse série de jeux de rôle qui opte cette fois pour une réalisation intégralement en 3D. Le joueur pourra ici explorer de nouvelles contrées (la région de Kalos) et évidemment rencontrer de toutes nouvelles créatures Pokémon. Pour marquer l'événement de la sortie, Nintendo lancera quelques jours avant deux modèles de Nintendo 3DS XL habillées aux couleurs du nouveau jeu. Ces éditions limitées (couleur bleue ou rouge) seront griffées de gravures du jeu. Disponibilité prévue le 27 septembre, au prix généralement constaté de 200 euros environ (adaptateur secteur non inclus).



## Just Dance en piste début octobre



La franchise dansante à grand succès d'Ubisoft fera sa rentrée cette année le 1er octobre sur les principales consoles du marché : Xbox 360 avec Kinect, PS3, Wii U et Wii.

Le titre sera proposé également sur les nouvelles machines dès leur arrivée sur le marché en fin d'année (22 novembre pour la Xbox One, 29 pour la PS4). Du haut de ses 40 millions de jeux vendus dans le monde depuis fin 2009, la série de jeux de danse accueille cette année un opus proposant de multiples nouveautés, notamment du côté des modes de jeu. On trouve ici une « track list » d'une quarantaine de tubes populaires (George Michael, Gloria Gaynor, Psy, Robbie Williams, Village People...) sur lesquels les joueurs pourront se déhancher via différents modes. World Dance Floor permettra ainsi de composer des équipes virtuelles en ligne pour danser avec d'autres personnes connectées en réseau et comparer ses



classements. On Stage de mettre un danseur/chanteur en vedette accompagné de deux autres danseurs, dans les conditions d'un concert. Une nouvelle version d'Autodance est incluse, qui permet de créer ses propres chorégraphies (consoles avec caméra ou application sur mobile/tablette) et Just Dance TV propose de consulter les vidéos de ses amis. Un programme bien rempli donc, pour les amateurs de danse dans le salon.

# WRC

FIA WORLD RALLY

CHAMPIONSHIP

# 4

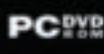
**INCROYABLEMENT IMMERSIF ET AUTHENTIQUE!**

**DISPONIBLE LE 25 OCTOBRE**

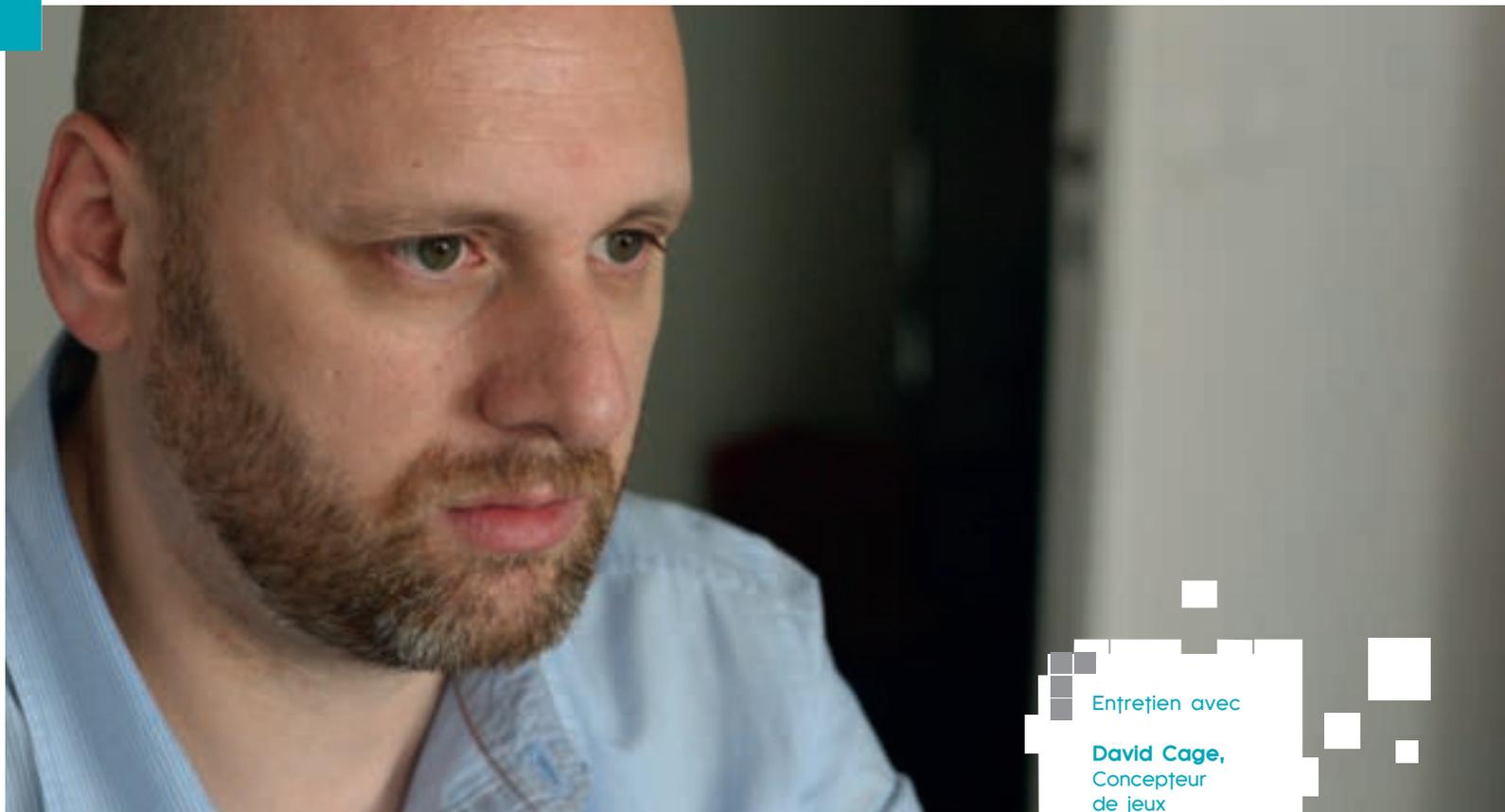


[WWW.WRCTHEGAME.COM](http://WWW.WRCTHEGAME.COM)  
[WWW.BIGBEN.EU](http://WWW.BIGBEN.EU)



 **bigben**  **2013 OFFICIAL VIDEOGAME**  **XBOX 360**  **XBOX LIVE**  **PS3**  **PS VITA**  **PC DVD ROM**

WRC FIA WORLD RALLY CHAMPIONSHIP 4 © 2013 Published by Bigben Interactive and developed by Milestone S.p.A. All rights reserved.  
An official product of the FIA World Rally Championship, under license of the Fédération Internationale de l'Automobile. Manufacturers, cars, names, brands and associated imagery featured in the game are trademarks and/or registered trademarks of their respective owners.  
"WRC" and the WRC logo are registered trademarks of the Fédération Internationale de l'Automobile. All rights reserved.  
MILESTONE, Xbox, Xbox 360, Xbox LIVE, and the Xbox logo are trademarks of the Microsoft group of companies, and are used under license. See internet.  
"PS3", "PlayStation 3", "PS2" and "PS" are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. "XBOX 360" is a trademark of the game company. "WRC" is a trademark of the game company. All rights reserved.



Entretien avec

David Cage,  
Concepteur  
de jeux

# David Cage : « Beyond a représenté

Alors que **Heavy Rain** vient de passer le cap des **3,2 millions de ventes** dans le monde depuis 2010, le studio parisien **Quantic Dream** signe **Beyond Two Souls**, un nouveau jeu d'aventure publié par Sony sur PS3 le 9 octobre. Techniques cinématographiques, rapport au joueur, exclusivité avec **Sony**, nouvelle génération : **David Cage**, créateur du jeu, répond à nos questions.

Par Patrick Hellio

**JDLI : Ellen Page, Williem Dafoe, Hans Zimmer... De tels noms n'entretiennent pas l'ambiguïté avec la notion de film interactif ?**

**David Cage :** Personnellement, je n'ai jamais ressenti d'ambiguïté à ce sujet. On m'a souvent demandé si je faisais du jeu vidéo ou du cinéma interactif... mais est-ce vraiment important ? Mettre une œuvre dans une case prédéfinie est toujours réducteur. La vraie question est plutôt de savoir si cela fonctionne ou pas, si on propose une expérience intéressante et si cela crée quelque chose chez le joueur. En ce qui concerne le casting de **Beyond : Two Souls**, nous n'avons jamais pensé ces noms comme des arguments marketing ou des cautions que l'on ajoute à la fin d'un développement pour coller des noms sur la jaquette ! Nous avons choisi les acteurs qui correspondaient le mieux aux personnages et j'avais, dès l'écriture du script, l'actrice Ellen Page en tête pour incarner Jodie Holmes. Williem Dafoe s'est imposé par la suite comme l'interprète idéal pour le personnage du scientifique Nathan Dawkins. Je trouvais également intéressant le fait de réunir ces deux générations d'acteurs autour d'un projet de ce genre. Au sujet de la bande son, après malheureusement la disparition au tout début du projet de Normand Corbeil qui avait signé celle de **Heavy Rain**, nous sommes partis à la recherche d'un compositeur. Hans Zimmer (*Man of Steel*, *The Dark*

*Knight Rises...*) est évidemment un nom qui vient tout de suite en tête et nous l'avons rencontré en lui expliquant le scénario, l'importance que la musique aurait dans le jeu... Il a signé la bande originale avec Lorne Balfe, qui a travaillé également sur la bande son du film *Inception*. Ils ont fait tous les deux un travail extraordinaire pour donner une voix supplémentaire aux personnages du jeu et créer l'émotion avec cette musique qui vient renforcer l'image.

**Que représente *Beyond : Two Souls* en termes d'investissements ?**

Le développement du jeu a duré trois ans. Ce sont 200 personnes qui ont travaillé sur le titre ici chez Quantic Dream. Le budget de production est proche de celui de **Heavy Rain**, soit environ 20 millions d'euros.

**Avez-vous collaboré avec des studios externes ?**

Oui, nous avons travaillé, comme pour **Heavy Rain**, avec une centaine de personnes en Asie. Nous avons pris l'habitude, comme la plupart des studios, d'externaliser une partie de la production, notamment pour créer des assets, des bases graphiques, qui sont ensuite utilisées ici par nos artistes à Paris.

**La production de *Beyond* semble avoir été plus rapide que celle de *Heavy Rain*. Pourquoi ?**

# « Beyond Two Souls trois ans de challenges »

Tout d'abord parce que nous n'avons pas perdu un an entre deux projets à essayer de convaincre un éditeur ! Avec Sony, nous avons pu relancer très vite une production après avoir terminé Heavy Rain. Nous étions par ailleurs beaucoup plus nombreux cette fois-ci puisque nous n'étions qu'un peu plus d'une centaine chez Quantic Dream à l'époque de Heavy Rain. Nous avons également lancé l'out-sourcing plus rapidement, avec plus de personnes. L'écriture du script aussi a été plus rapide. Le projet est trois fois plus important qu'Heavy Rain mais nous avons réussi à le réaliser, il est vrai, dans un temps plus court.

## Envisagez-vous de mettre vos technologies propriétaires à disposition d'autres studios ?

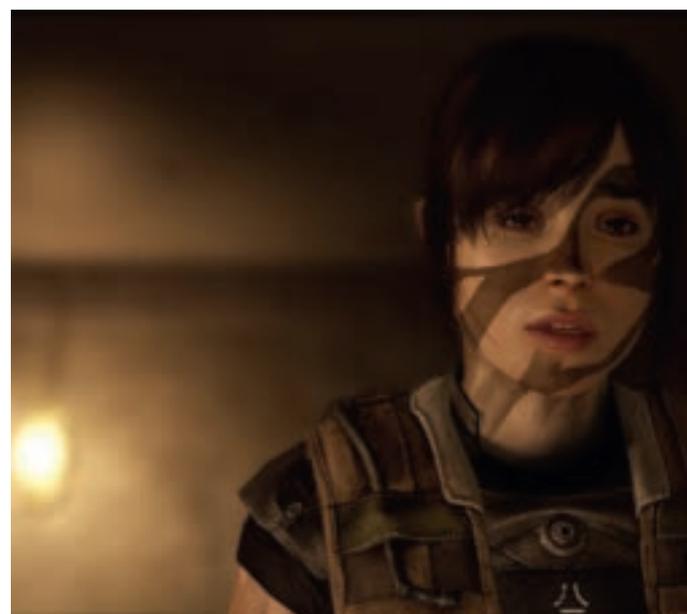
On nous le demande de plus en plus. Nous sommes cependant conscients que le savoir-faire que nous

avons acquis dans la gestion des personnages, de l'animation, des mouvements caméras fait partie de la personnalité de Quantic Dream et contribue à notre compétitivité. Cela représente 16 ans de travail pour nous, sachant que nous avons 45 ingénieurs qui travaillent ici sur les moteurs et outils de nos jeux. Soit un investissement significatif qui fait que nous sommes finalement peu enclins à développer une activité Middleware, qui entend par ailleurs des services, un suivi, un support par la suite. C'est vraiment un métier à part entière, qui n'est pas le nôtre aujourd'hui.

## Beyond : Two Souls a demandé un an de tournage avec acteurs. A quel moment cela prend-il place au cours de la production du jeu ?

Le tournage a lieu au cours de la deuxième année de production, durant laquelle on développe également toute la base de données graphique du jeu. Avant cela, la première année de développement est allouée à l'écriture du scénario, des dialogues et, en parallèle, à la mise au point de la technologie, des moteurs. Enfin, la dernière année est dédiée à l'assemblage du jeu, au réglage du gameplay, à l'intégration de la musique...

« Le projet est trois fois plus important qu'Heavy Rain mais nous avons réussi à le réaliser dans un temps plus court. »



## Expérience cinématographique

Reposant sur un gameplay proche de Heavy Rain (2010), le nouveau Quantic Dream propose à nouveau une expérience interactive mêlant mécaniques de jeu vidéo et procédés cinématographiques. En dirigeant les personnages à l'écran, en choisissant comment mener les dialogues et en opérant des choix, le joueur intervient sur le déroulement du scénario. 23 fins sont ainsi possibles en fonction des actions et choix du joueur. De grands noms d'Hollywood participent au projet comme les acteurs Ellen Page (Juno, Inception...), Willem Dafoe (Platoon, Spider-Man...) ou encore le compositeur Hans Zimmer (Gladiator, Man of Steel, Batman...). Le scénario suit ici sur une quinzaine d'années la destinée du personnage de Jodie Holmes (Page), une jeune fille étroitement liée à une mystérieuse entité surnaturelle appelée Aiden. Une relation qui intéresse au plus haut point un scientifique, le Docteur Nathan Dawkins (Dafoe). Le déroulement du scénario ne sera pas chronologique mais opérera des mouvements d'aller et retour sur cette période de 15 ans. Un effet encore une fois tout cinématographique.



### Avez-vous rencontré de nouveaux challenges sur Beyond ?

Oui, on peut dire que Beyond : Two Souls a représenté trois ans de challenges ! Travailler avec des acteurs de cette envergure nous a demandé d'être les plus professionnels possible, avec une contrainte de temps due à leurs emplois du temps respectifs. Ensuite, le jeu ne repose pas sur le même moteur que Heavy Rain, nous sommes en effet repartis de zéro pour tester de nouvelles choses. Nous mettons au point en parallèle un moteur pour la PlayStation 4, qui nous a beaucoup aidés dans le développement de Beyond : Two Souls. Travailler sur une plate-forme supérieure technologiquement permet de faire

progresser nos performances sur l'actuelle machine et Beyond n'aurait pas du tout le même visuel si nous n'avions travaillé en même temps sur PlayStation 4. Nous avons employé de nouveaux procédés comme les Physical based Shaders qui consistent à gérer la réflexion de la lumière en fonction du matériau, de la matière. Nous avons beaucoup travaillé aussi sur la profondeur de champs, sur les caméras physiques et évidemment sur le procédé de Performance Capture (voir encadré). Ce dernier constitue un challenge aussi bien pour nous que pour les acteurs, c'est une expérience assez atypique pour eux qui sont habitués aux plateaux de cinéma plus traditionnels. C'est très physique pour les acteurs et l'équipe et cela représente une énorme quantité de données puisque les postures de chaque acteur de la scène sont désormais enregistrées alors que l'on se concentrait avant sur les personnages principaux d'une séquence. Cela nous permet ensuite de faire des inserts quand on le souhaite sur tel ou tel personnage. Et puis Beyond : Two Souls, ce sont tout de même 2 000 pages de script, chaque scène

qui sont universelles dans nos jeux. C'était l'amour dans Heavy Rain, c'est davantage la vie et la mort dans Beyond : Two Souls...

### Il n'y a pas de « Game Over » dans Beyond. Est-ce une volonté d'aller contre les règles établies du jeu vidéo ?

Lorsque l'on veut inventer quelque chose de nouveau, il est nécessaire soit de construire à partir de l'existant en ajoutant ses propres pierres à l'édifice soit de totalement créer ses propres fondations, ce que j'ai choisi de faire. Il ne s'agit donc pas d'aller contre les règles du jeu vidéo (points de vie, boss de fin de niveau...) que je connais bien et qui fonctionnent parfaitement pour d'autres types de jeux mais pas du tout dans le cadre d'une expérience de narration interactive. Je n'ai aucune envie de faire des jeux dans lequel le joueur retrouve les codes habituels qu'il connaît depuis des années, mais plutôt de créer des émotions, des sensations nouvelles chez lui.

### Pour la première fois, un de vos jeux offre la possibilité de jouer à deux. Pourquoi ?

« Travailler sur une plate-forme supérieure technologiquement permet de faire progresser nos performances sur l'actuelle machine. »

et chaque moment, chaque animation sont uniques et doivent donc être parfaitement peaufinés.

### Après le thriller dans Heavy Rain, pourquoi aborder ici le thème du fantastique ?

Le fantastique n'est, à mon sens, pas le thème principal du jeu. Beyond : Two Souls est un titre qui a, paradoxalement, vraiment les pieds sur terre et parle du monde réel. Même s'il y a effectivement ce que Hitchcock appelait un McGuffin, un objet moteur pour développer le scénario, l'entité Aiden en l'occurrence. La thématique du jeu tourne davantage autour des notions de grandir, de vieillir, de changer, de s'accepter...

### Avez-vous en tête les sensibilités propres aux différents marchés mondiaux en créant un jeu ?

C'est un aspect que j'ai intégré un peu malgré moi depuis 16 ans que je fais ce métier. J'ai eu la chance, dès mon premier jeu The Nomad Soul, de beaucoup voyager pour le présenter, ce qui m'a permis d'être confronté très tôt à ce public international et au fait que les perceptions d'une même chose peuvent parfois être très différentes d'un pays à l'autre. Ce n'est donc pas un effort conscient, réfléchi de ma part mais je cherche quoi qu'il en soit à aborder des thématiques

En écoutant les retours des joueurs sur Heavy Rain, nous avons vraiment été surpris du nombre de personnes expliquant qu'ils avaient pratiqué le titre en compagnie de leur copine ou d'un ami, pas forcément joueur, mais qui avait apprécié de suivre l'histoire avec eux. Certains ont même eu interdiction d'avancer dans le jeu seul ! C'est pourquoi nous avons implémenté la possibilité pour deux joueurs de diriger successivement les personnages de Jodie Holmes et de l'entité Aiden au fil de la partie. Nous avons d'ailleurs mis au point une application pour smartphones et tablettes facilitant la prise en main du jeu par les néophytes (voir encadré).

### Cette application illustre-t-elle votre intérêt pour le « multi-écrans » ?

Je trouve que l'idée d'un jeu qui suit le joueur via ses différents écrans est intéressante. C'est probablement quelque chose que l'on explorera car cela devrait devenir une composante essentielle sur les jeux de nouvelle génération. Ce n'est cependant pas la démarche que nous avons avec l'application Beyond Touch, dont l'objectif est de rendre le jeu accessible à des gens qui ne sont pas habitués à l'utilisation de la manette et trouveront la manipulation au pavé tactile plus instinctive, via un appareil qu'ils connaissent bien.



## Performance capture, les acteurs dans le salon

Beyond : Two Souls se démarque notamment de Heavy Rain par l'utilisation du procédé de Performance capture. Utilisé au cinéma par les grosses productions comme Avatar de James Cameron, le procédé consiste à enregistrer l'intégralité du jeu des acteurs via quelques 80 capteurs placés sur leur corps et autant sur leur visage. « Auparavant, un personnage pouvait être incarné par trois personnes successives, entre les mouvements du corps, le visage et la voix, ce qui pouvait déstructurer la performance », rappelle David Cage. « Ici, l'intégralité de sa performance est enregistrée, capturée en 3D ». 160 acteurs ont été ici mis à contribution pendant un an. Ce qui n'est pas sans représenter un défi pour les acteurs, d'autant que le rythme de tournage est plus rapide, le changement de scène demandant moins de préparations par exemple. David Cage cite ainsi l'actrice Ellen Page ayant « la sensation de tourner cinq ou six films simultanément » ou de « participer à un stage intensif d'acting » ! Le rendu est vraiment troublant de réalisme, y compris dans les jeux de regards qui sont également captés. De quoi créer toujours plus d'empathie pour les personnages...



## Compatibilité tablettes

En même temps que le jeu sur PlayStation 3, une application sera proposée en téléchargement gratuit sur tablettes et smartphones iOS et Android. Une fois reliée en WiFi à la PS3, l'application permettra de prendre le contrôle du jeu en effectuant les actions de manière tactile et donc plus instinctive pour les non joueurs. Jouable à deux, le titre pourra être pratiqué à deux à la manette, à deux en surface tactile ou en mélangeant les deux types de contrôleurs.



**Plus de trois millions de Heavy Rain vendus. Etait-ce un objectif ?**

Franchement, pas du tout, nous n'imaginions pas que le jeu puisse atteindre de telles ventes ! Le jeu s'est vendu beaucoup très vite, ce qui est assez classique pour une nouveauté dans le jeu vidéo. Mais il a eu la particularité de bien se vendre sur la durée et Heavy Rain sécoule encore régulièrement trois ans après, grâce au bouche-à-oreille, à l'arrivée de nouveaux joueurs sur PS3... Beyond : Two Souls a de bonnes chances de connaître la même carrière, tant il s'agit d'une expérience assez unique et sans équivalence sur le marché. D'autant qu'il va profiter d'une base installée de PS3 bien plus importante, à ce stade avancé du cycle de vie de la console. C'est un titre qui représente un vrai pari pour Sony, d'autant plus en cette fin d'année où l'on a beaucoup de suites de jeux à grands succès. Nos jeux sont peut-être à contre-courant sur le marché mais je pense qu'ils sont en fait en train de créer leur propre courant, Heavy Rain ayant probablement influencé certains.

**Pourquoi signer une seconde exclusivité avec Sony ?**

Nous avons vraiment une excellente relation avec Sony. Nous avons connu une excellente expérience avec eux sur Heavy Rain et ils nous ont toujours laissé une totale liberté sur le plan éditorial et du contenu de nos jeux. Sony a respecté notre vision artistique et les risques qui allaient avec, à l'époque de Heavy Rain. Si le thème du jeu était assez dur (un tueur en série enlève l'enfant du héros, ndlr) et que certaines scènes ont motivé des discussions, Sony était toujours rassuré lorsque je soulignais combien l'accent serait

mis sur les personnages et leurs ressentis, plus que sur des scènes chocs ou des effets sanglants. C'est aussi, je pense, ce qui a contribué au succès du titre. Sur Beyond, nous avons eu le même discours qui est de vouloir appréhender des sujets sensibles, mais de manière intelligente. Créer un choc, certes, mais plus émotionnel que vulgaire auprès du joueur.

**Que vous inspire la prochaine génération de consoles ?**

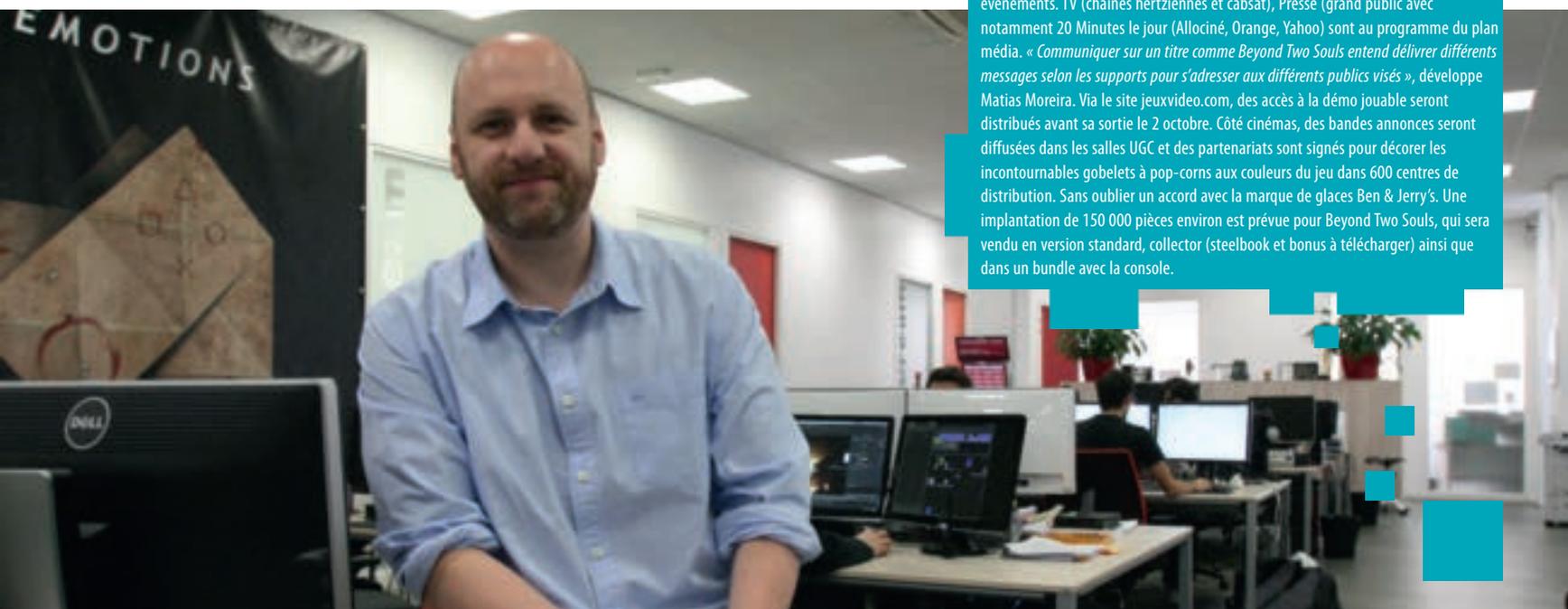
La PlayStation 4 est une console très intéressante, la plus puissante à mon sens sur le marché. Nous avons eu la chance, grâce à notre relation avec le constructeur, d'accéder à des kits de développement très en amont et de pouvoir être écoutés par Sony. La démo technique The Sorcerer que nous avons réalisée reposait sur le moteur de Heavy Rain, agrémenté de quelques effets supplémentaires et la puissance de la console faisait le reste. Nous avons hâte de travailler désormais sur un « vrai » moteur PS4 qui exploitera pleinement les

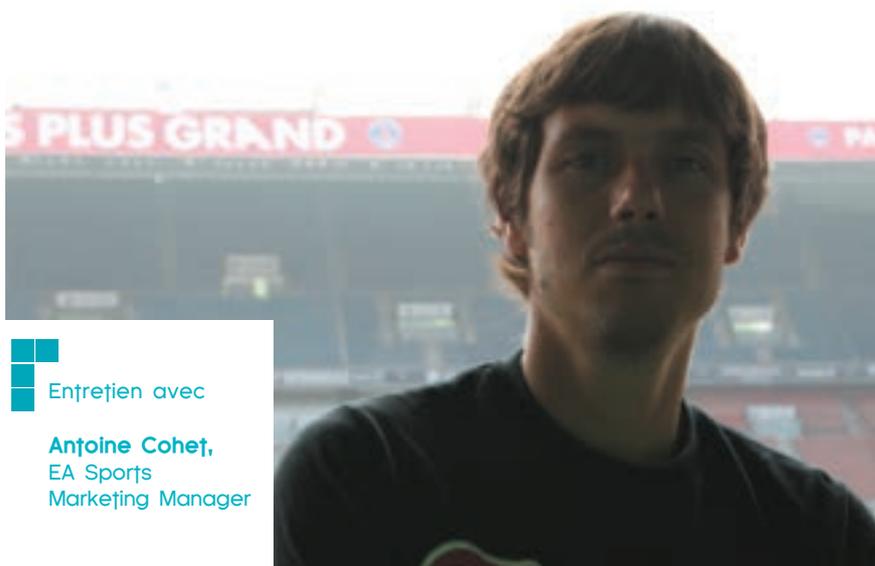
capacités de la machine. Là encore, le but pour nous sera de surprendre le joueur via le média jeu vidéo dont on commence à peine à percevoir tout le potentiel émotionnel.



## Tapis rouge pour le lancement

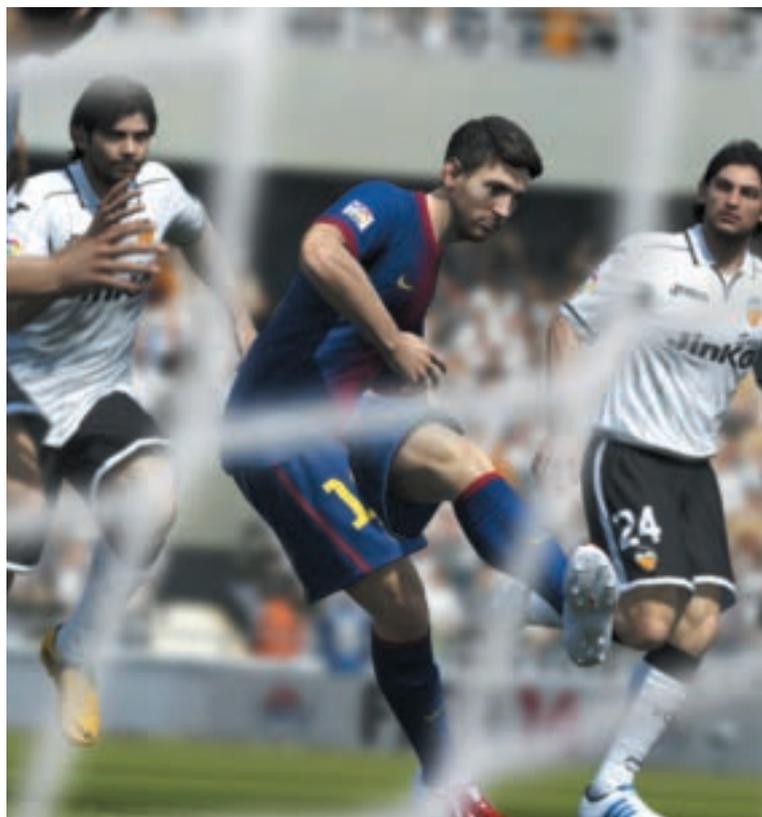
« Beyond Two Souls se situe vraiment à la rencontre entre jeu vidéo et septième art », nous confirme Matias Moreira, Chef de produits software chez Sony Computer France. « C'est pourquoi le dispositif marketing comprend une part importante orientée grand public et évidemment cinéma, même si le titre est également soutenu en direction des gamers pour son aspect unique. La cible du jeu est très large, elle concerne les personnes entre 15 et 49 ans et a la particularité d'être assez mixte ». Sony Computer a signé des partenariats autour du titre avec des acteurs variés : le groupe Orange, Allociné et Fun Radio qui vont chacun organiser des concours et événements. TV (chaînes hertziennes et cabsat), Presse (grand public avec notamment 20 Minutes le jour (Allociné, Orange, Yahoo) sont au programme du plan média. « Communiquer sur un titre comme Beyond Two Souls entend délivrer différents messages selon les supports pour s'adresser aux différents publics visés », développe Matias Moreira. Via le site jeuxvideo.com, des accès à la démo jouable seront distribués avant sa sortie le 2 octobre. Côté cinémas, des bandes annonces seront diffusées dans les salles UGC et des partenariats sont signés pour décorer les incontournables gobelets à pop-corns aux couleurs du jeu dans 600 centres de distribution. Sans oublier un accord avec la marque de glaces Ben & Jerry's. Une implantation de 150 000 pièces environ est prévue pour Beyond Two Souls, qui sera vendu en version standard, collector (steelbook et bonus à télécharger) ainsi que dans un bundle avec la console.





Entretien avec

**Antoine Cohet,**  
EA Sports  
Marketing Manager



# Fifa 14

## joue offensif



Véritable **mastodonte** de la **simulation sportive**, la série Fifa se prépare à franchir un **cap** important dans son histoire avec l'arrivée de la **Xbox One** et de la **PlayStation 4** au mois de novembre. Évolution de la série, nouveautés, passage à la next-gen, **Antoine Cohet**, EA Sports Marketing Manager, nous éclaire sur **Fifa 14**, qui aura la lourde tâche de succéder à **Fifa 13**, un opus record pour Electronic Arts. **Par Guy Pichard**

### JDLI : Comment s'est comporté Fifa 13 ?

**Antoine Cohet :** A fin juin, les ventes de Fifa 13 ont progressé de 25 % par rapport à l'opus précédent. C'est donc une très belle année pour nous. Les ventes de jeux de football en général ont elles progressé de 12 % d'une année à l'autre, essentiellement drivées par les ventes de Fifa 13.

### Quel est le pourcentage des ventes par plates-formes ?

Même si nous ne communiquons pas sur ces chiffres, on peut dire qu'historiquement la France joue à Fifa majoritairement sur PlayStation 3. Cela est dû aux partenariats du passé avec PlayStation (notamment sur PS1). Nos accords signés avec Xbox pourraient cependant rééquilibrer cela. La Xbox 360 et la PlayStation 3 sont les plates-formes majeures sur lesquelles on joue à Fifa, même si les versions sur 3DS et Vita se sont également très bien vendues.

### Quelles sont les principales nouveautés de Fifa 14 ?

Pour ce qui est des plates-formes actuelles, les améliorations sont nombreuses. La jouabilité tout d'abord, via notamment une intelligence artificielle grandement améliorée en défense, avec par exemple des joueurs plus intelligents, mieux placés sur les phases défensives, ce qui fait que cet aspect du jeu est

bien plus réaliste et donne un plus grand plaisir de jeu que dans Fifa 13. La physique de balle est elle aussi plus réaliste, il sera désormais possible de marquer davantage de loin via des frappes puissantes, les gardiens étaient souvent trop forts dans le précédent opus. Nous avons aussi rééquilibré les forces entre les équipes physiques qui prenaient trop souvent l'avantage sur les équipes techniques. Le jeu est également plus lent, avec une protection de balle améliorée. Côté licences, les championnats brésilien et argentin font leur apparition, ces compétitions devenant de plus en plus populaires auprès des fans de foot. Enfin, le mode Carrière a lui aussi été bonifié, notamment au niveau du recrutement. Les dénicheurs de talents apprécieront, même si on ne cherche pas à concurrencer un jeu de management footballistique.

### Qu'en est-il de Fifa Ultimate Team ?

Très populaire, Fifa Ultimate Team continue de s'améliorer avec toujours plus de profondeur et de caractéristiques. Signalons aussi qu'une carrière débutée sur les consoles actuelles (PS3 et X360) pourra être continuée sur les futures plates-formes (Xbox One et PS4), le joueur n'aura ainsi pas à tout recommencer. Un mode Légende va faire son apparition en exclusivité sur les consoles de Microsoft. Près de 40 joueurs « classiques » pourront en effet évoluer aux côtés des stars actuelles du football.



« Avec Fifa 14 sur next-gen, nous comptons bien établir un nouveau standard du jeu de football. »

**Pourquoi Fifa 14 sort-il sur Wii et non pas sur Wii U ? Comment s'est comportée Fifa 13 sur Wii U ?**

C'est une décision arrêtée par les équipes de développement d'EA Sports. Notre titre sur Wii U s'est vendu proportionnellement à la console.

**Comment Fifa 14 se présente-t-il sur les consoles à venir que sont la PS4 et la Xbox One ?**

Le titre bénéficie d'un nouveau moteur de jeu (baptisé Ignite), ce ne sera pas un simple portage. Les stades seront aussi plus vivants, avec davantage de caméras, des spectateurs mieux retranscrits. Les nouvelles plateformes, plus puissantes que la génération précédente, donnent de plus grandes possibilités aux équipes de développement d'EA Sports. Le rendu m'a personnellement bluffé, l'expérience de jeu est en effet grandement supérieure à ce que l'on connaît. Même si logiquement le titre se vendra mieux sur les consoles actuelles, du fait des parcs installés, l'arrivée des nouvelles consoles marquera un véritable bond en avant dans l'histoire de la série. Avec Fifa 14 sur next-gen, nous comptons bien établir un nouveau standard du jeu de football, comme avec Fifa 08 en son temps.

**Electronic Arts a annoncé avoir signé des partenariats exclusifs avec des clubs cet été. Qu'en est-il exactement ?**

En France, nous sommes partenaires de cinq clubs : le

Paris Saint Germain, l'Olympique de Marseille, l'Olympique Lyonnais, les Girondins de Bordeaux et le LOSC Lille. Cela nous donne une visibilité sur les réseaux sociaux des clubs, dans les magazines officiels de ceux-ci ou encore en panneau autour de la pelouse. Dans le jeu, les clubs sont mieux modélisés, les joueurs étant par exemple pris en photo une quarantaine de fois pour un rendu au plus près de la réalité.

**Comment allez-vous soutenir le titre côté marketing ?**

Logiquement, le plan marketing se fera en deux temps. Débutée lors de la Gamescom, la première phase aura comme priorité les PlayStation 3 et Xbox 360, via les réseaux sociaux et des campagnes dans la presse notamment. La deuxième partie se fera lors du Paris Games Week puis lors des lancements des consoles next-gen, via nos partenariats avec Microsoft par exemple.

Fifa 14 sort le 26 septembre sur les consoles actuelles et en day one sur la next-gen.

## La Fifa 14 Academy sur Google+

Electronic Arts a inauguré la Fifa 14 Academy sur Google+ pour « permettre aux gamers d'interagir directement avec les experts ». Ainsi, quatre « experts » (dont Bruce Granec, le champion du monde de la discipline) prodigueront pendant plusieurs mois leurs conseils et tactiques de jeu, organiseront des tournois (avec parfois des vrais joueurs de Ligue 1) et surtout échangeront avec la communauté de joueurs. La Fifa 14 Academy comptait déjà plus de 10 000 membres inscrits début septembre.





# IFA 2013

## Vers de nouveaux



## Devoir de mouvement

**L'IFA de Berlin a acquis au fil des ans le statut de salon incontournable pour le hi-tech en Europe.** Si cela n'a pas changé en 2013, il semble tout de même que la motivation des exposants était moindre. Sur des stands moins pharaoniques, les réelles innovations ne se bousculaient pas et lors des tours de stand on sentait bien que l'enthousiasme était mesuré. De plus, les allées étaient nettement moins encombrées que l'an passé, particulièrement le samedi qui est en général le jour où le grand public allemand se déplace en masse. Il ne fallait pas se battre pour approcher un produit chez Samsung ou chez LG. Quoi qu'en disent les chiffres avancés, l'IFA n'a pas fait le plein cette année. Ni les visiteurs professionnels, ni le grand public ne se sont déplacés en masse. La faute à une consommation en berne mais aussi et surtout à un hi-tech qui peine désormais à se renouveler. La désaffection du public allemand en témoigne car le pouvoir d'achat reste élevé chez nos voisins. Il faut dire aussi que la tâche se complique singulièrement. Ce qui plait au plus grand nombre, ce sont les smartphones et les tablettes. Or l'innovation matérielle devient compliquée car une fois que l'écran est géant et que le processeur pourrait faire fonctionner un data center, que faire de plus ? Jouer avec le design est tout aussi difficile car en gros ces appareils se résument à un écran. Pour les téléviseurs traditionnellement au cœur de l'IFA, la situation est encore plus compliquée. Après un rééquipement massif, les ventes sont en chute libre,

tout comme les prix. On vous propose de l'ultra-fin, ultra-design et ultra-smart en 55 pouces à 700 euros. Dans ce contexte que faire ? Les grands fabricants tentent de séduire par la très haute définition Ultra-HD et par l'OLED. Il est vrai que les visiteurs s'émerveillaient devant mais sans trop y croire non plus en l'absence de sources pour l'Ultra-HD et devant des prix de l'OLED que seuls les émirs du pétrole peuvent repayer. L'audio, qui avait été la bouée de secours ces derniers temps, s'essouffle aussi car à vouloir trop en faire, on lasse. Faire payer des casques fashion une fortune, cela fonctionne quand c'est exclusif. Avec un million de fabricants, c'est moins évident. Et ne parlons pas du nombre d'enceintes Bluetooth toutes similaires présentées sur le salon. Certes la situation économique en Europe n'aide pas mais au-delà il y a quand même une réelle remise en question à envisager. Si on veut que le hi-tech fascine toujours autant avec la captation d'une bonne part du budget des ménages à la clef, il va falloir que les constructeurs prennent un peu plus de risques. Explorer de nouveaux horizons, tenter l'improbable, c'est ainsi que l'industrie a toujours avancée. Certains y parviennent et pas forcément de gros acteurs. Ils sont cependant trop minoritaires et de nouveaux segments prometteurs comme la santé connectée ou la maison intelligente étaient quasiment absents de l'IFA. Heureusement que nous sommes méticuleux et n'avons pas laissé le moindre hall en sous-sol inexploré afin de dénicher quand même quelques innovateurs, parfois même français !



# 13

## horizons



Le JDLI a puisé dans son Dictionnaire des technologies pour vous fournir quelques définitions qui vous aideront à travers la lecture de ce dossier.

**AMOLED** : pour Active-Matrix OLED. Il s'agit de pixels OLED disposés sur une couche de transistors TFT pour l'adressage. Cette technique permet de produire des écrans OLED plus compétitifs en termes de prix.

**OLED** : acronyme d'Organic Light Emitter Display. Contrairement au LCD, l'OLED est une technologie qui produit sa propre lumière ce qui permet un noir parfait et améliore considérablement le contraste. La production en série de grands écrans est très coûteuse.

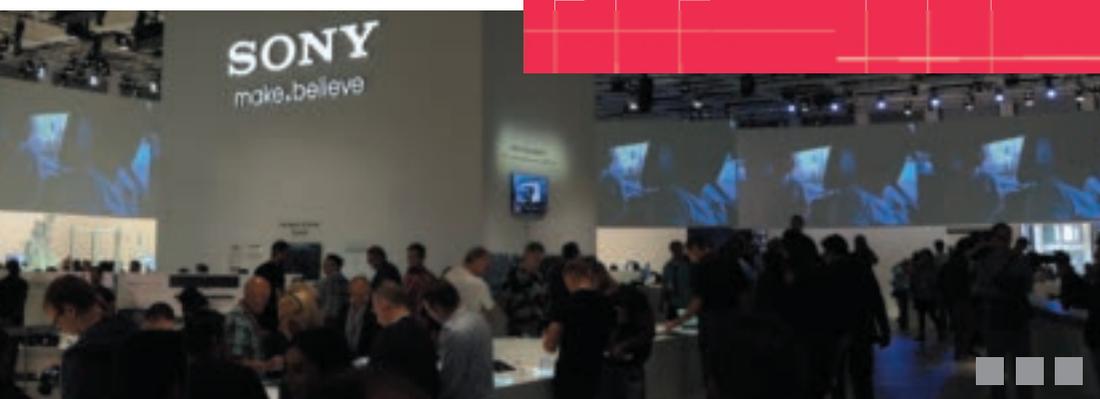
**DLNA** : acronyme de Digital Living Network Alliance. Ce protocole réseau permet de lire des fichiers multimédia sur des appareils différents comme les téléviseurs et les ordinateurs.

**Airplay** : protocole propriétaire d'Apple permettant de diffuser un flux multimédia (audio, image, vidéo ...) sur un autre appareil par une connexion WiFi

**Miracast** : protocole ouvert défini par la WiFi Alliance permettant de diffuser un flux multimédia sur un autre appareil via une connexion WiFi. Fonctionne notamment avec des smartphones sous Android, des téléviseurs et des ordinateurs portables équipés d'un processeur Intel.

**4K ou Ultra-HD** : nouveau standard pour la très haute définition sur les téléviseurs (3840 x 2160 pixels).

**aptX** : format de compression audio sans pertes. Son efficacité fait qu'il est utilisé sur un nombre croissant de périphériques audio connectés en Bluetooth.



# Dépression télévisuelle

Il faut bien avouer que la morosité était de mise sur bon nombre de stands. Certes, on trouve encore des chefs produits qui parlent de leur nouvelle gamme avec l'enthousiasme d'un cocaïnomane à la veille de ses vacances en Colombie mais tout cela sonne un peu faux car les chiffres sont loin de partager la vision idéaliste des spots commerciaux où madame Michu sourit d'extase en regardant des photos de chats en Ultra-HD sur sa télé à 5 000 euros. Au rayon des évolutions marquantes du salon, signalons tout d'abord la commercialisation des écrans OLED que l'on ne finissait plus d'attendre. Certes, il en coûtera 6000 euros mais il sera possible d'en avoir un dans le salon, qui plus est dans une taille raisonnable de 55 pouces et même incurvé. L'OLED, c'est fantastique. La profondeur d'image est fabuleuse, les couleurs sont resplendissantes, bref, c'est une vraie innovation et on a raison d'y croire. La courbure est en revanche plus discutable. Le contenu n'a pas été prévu pour et à plusieurs il y a un sentiment d'exclusion. En revanche, il est vrai que pour une ou deux personnes devant et bien au centre, la sensation d'immersion est réelle, sans parler de la beauté de l'objet. L'autre grand axe de développement pour cette fin d'année sera la 4k, ou Ultra-HD. Officiellement, toutes les marques sont censées utiliser l'appellation

Ultra-HD ou UHD en lieu et place de la 4k issue du monde professionnel. Mais visiblement, certains pensent encore que 4k, c'est plus smart à l'oreille de l'utilisateur et la dénomination persiste. Sur certains stands chinois, on pouvait même lire Umax, l'appellation locale, un choix fort judicieux par rapport à l'Imax au cinéma, soit dit au passage. Bref, chacun y va de sa petite sauce, un peu comme à l'époque du Full-HD et du 1080p. Il semble que dans l'industrie de la télévision, on apprend assez peu de ses erreurs. Du reste, la 4k représente sans doute la technologie à la dévaluation la plus rapide de l'histoire du hi-tech. Alors que l'an dernier, les premiers modèles étaient annoncés à 15 000 euros, cette année les modèles des grande marques débutent entre 4 000 et 5 000 euros. On annonce 2 500 euros chez TCL et même 1 300 euros chez Changhong pour la fin de l'année. Pour le début 2014, on parle de 999 euros ! Certes cela s'explique en partie par un succès commercial déjà réel en Chine et donc des coûts de production en forte baisse mais qui va investir 5 000 euros aujourd'hui si on lui annonce déjà une dépréciation record en quelques mois ? Les constructeurs ont donc réussi à réduire la fenêtre dans laquelle ils pouvaient éventuellement gagner de l'argent sur une technologie à quasiment rien. Un record aussi !



IFA  
2013

## LG, toujours plus grand



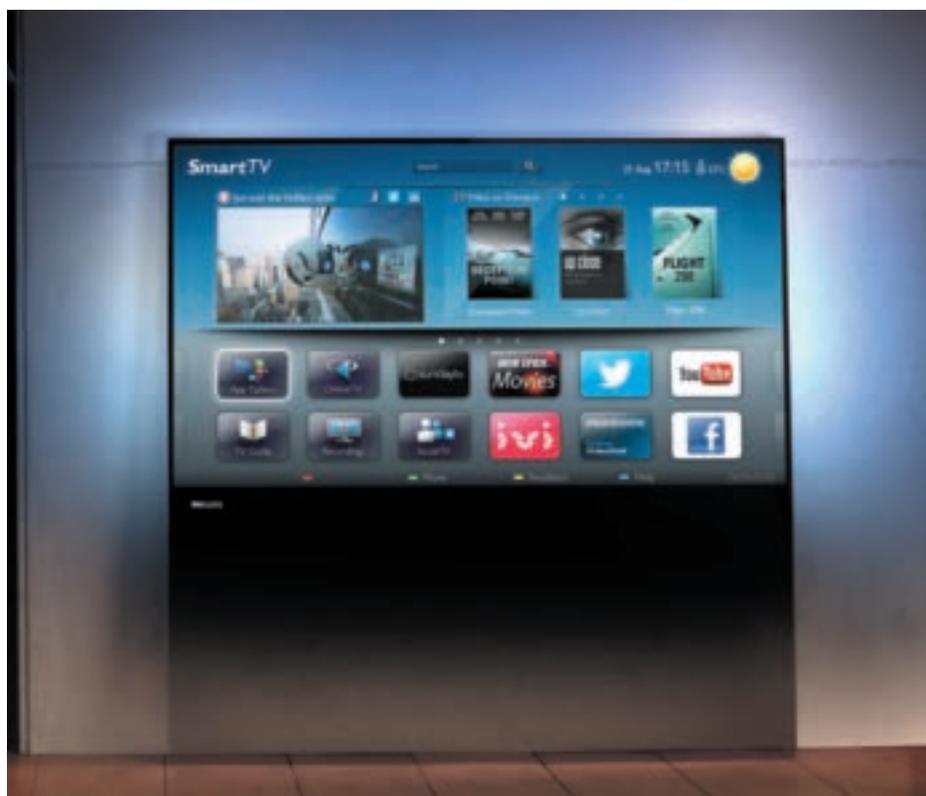
Sur le stand LG, on pouvait admirer de bien beaux écrans OLED et LCD. On commencera par l'Ultra-HD LED avec deux modèles présentés en 55 et 65 pouces dans deux versions. La première inclut une petite barre de son au bas de la dalle. Ce téléviseur 55 pouces UHD coûtera 4 500 euros. Toujours en 55 pouces, la seconde variante intègre une barre de son amovible qui apparaît au bas de la dalle avec une motorisation dès que l'on allume l'écran. Pour l'élégance, on paiera 5 000 euros soit 500 de plus. On culmine à 6 500 euros pour le 65 pouces motorisé. L'OLED incurvé était bien évidemment le clou du spectacle. Il sera disponible dès 9000 euros en septembre dans une version 55 pouces. Comme chez Samsung, l'argument est d'apporter une immersion supplémentaire au téléspectateur. Côté audio, la solution retenue est assez inquiétante. Elle intègre deux haut-parleurs plats visibles dans le pied en plexiglas. C'est un système 2.1, le caisson étant dans le dos de l'appareil. On jugera à l'écoute. Comme entre les deux Coréens, le jeu de celui qui a le plus grand se poursuit plus que jamais, LG était fier de montrer le plus grand téléviseur OLED incurvé avec une diagonale de 77 pouces. Il faut reconnaître que le résultat est stupéfiant mais à ce stade, c'est plus une étude de style quand on connaît les difficultés inhérentes à la production de l'OLED.



## Panasonic, L'OLED en Ultra-HD



Panasonic présentait sur son stand un très impressionnant téléviseur 55 pouces OLED et Ultra-HD. Il est vrai que quitte à payer des sommes astronomiques, il vaut mieux que la technologie soit un minimum « future proof ». Et il ne s'agit pas d'un prototype de plus qui va finir aux oubliettes, l'écran sera commercialisé à la fin de l'année, pour les professionnels dans un premier temps. Chez Panasonic France, on envisage même une vente au grand public dès 2014 aux alentours de 10 000 euros. Le piqué et la restitution des couleurs sont exceptionnels, même s'il nous a semblé que le niveau de noir pouvait être encore amélioré. Mais c'est toujours difficile à affirmer sur un salon. Toujours est-il qu'une réelle sensation de profondeur se dégage des scènes un peu larges, presque de la 3D. C'est beau, c'est magnifique et c'est impayable.



## Philips en lumière tamisée

Comme chaque année, Philips se veut le grand spécialiste du stand où l'on ne voit rien. L'année prochaine, on ne distribuera plus des lunettes 3D à l'entrée mais des lampes frontales et une balise Argos... Toujours est-il que c'est avec une fierté non dissimulée que le constructeur plus si hollandais que cela annonce qu'il a gagné cette année trois prix EISA dont un notamment pour le Philips 65PFL9708, un 65 pouces Ultra-HD. Il semble que le jury ait surtout été séduit par les capacités de mise à l'échelle. Il faut dire que Philips a toujours excellé en matière depuis le Perfect Pixel Engine. Le 65 pouces hérite ici d'une nouvelle version, l'Ultra Pixel Engine. L'image 4k est très belle, du moins en regardant les démonstrations techniques. Philips a également revu son algorithme de compensation de mouvement avec un traitement à 900 Hz. Ce modèle coûtera 5 500 euros et sera disponible dès fin septembre. Une version 84 pouces sera également commercialisée à 15 000 euros. Philips mise toujours autant sur son système d'éclairage Ambilight. Mais le constructeur va plus loin cette année en couplant ce système aux ampoules Hue de façon à étendre l'effet dans la pièce. Une application est disponible pour configurer le tout, histoire d'indiquer au téléviseur où sont les ampoules dans la pièce. Le salon berlinois était aussi l'occasion d'admirer la nouvelle gamme Design Line. Disponible en 46 et en 55 pouces, à 2 500 et à 3 000 euros, cet écran se pose à même le sol grâce à une dalle de verre. C'est très beau. Côté technique, la dalle est une 200 Hz native à rétro-éclairage LED. L'appareil intègre le Miracast et il est 3D.



# Samsung se courbe

Samsung est sans aucun doute le constructeur qui a frappé le plus fort au rayon TV sur ce salon. Certes, tout ne sortira pas et pas tout de suite mais tout de même, la quantité de nouveautés était aussi appréciable que rafraichissante. Commençons par l'annonce la plus marquante du stand : le téléviseur OLED incurvé. Il s'agit d'un écran 55 pouces Full-HD vendu 8 000 euros. A la différence de l'Imax, il faut se contenter d'un contenu qui n'est pas conçu pour écran courbe. Cela étant, l'expérience est loin d'être désagréable avec effectivement une sensation d'immersion un cran au-dessus. Le cadre contient les haut-parleurs. Il est incurvé aussi, un peu plus même que l'écran ce qui renforce encore la sensation d'immersion. Les couleurs sont très vives et flatteuses, du moins sur les images de démonstration. Le constructeur coréen présentait aussi un 65 pouces LCD classique mais Ultra-HD et courbé. Et surtout, on pouvait admirer deux écrans OLED et Ultra-HD en 65 pouces, le premier plat et le second courbé. Ce ne sont que des prototypes mais il faut reconnaître que l'image produite est magnifique et côté à côté, on a tendance à préférer la version courbée. Le constructeur a mis l'accent sur la profondeur de noir, véritable atout de l'OLED. Ce sont de très beaux exercices de style qui préfigurent l'avenir de la TV à moyen terme. Samsung présentait aussi une déclinaison plus grand public de l'Ultra-HD. Exit donc le 84 pouces hors de prix et son cadre industriel. On retrouve ici une finition plus classique avec un cadre réduit au strict minimum. Côté technique, ce 55 pouces F9000 propose une dalle Microdimming ultimate. Il intègre la version Smart Hub 2013 qui bénéficie d'un processeur quadruple cœur. L'électronique et la connectique sont d'ailleurs reléguées dans un boîtier séparé, ce qui permettra de le changer pour faire évoluer l'écran, notamment vers le HDMI 2.0. On ose cependant espérer qu'une mise à jour logicielle sera suffisante car c'est ce qu'a annoncé Sony pour ses modèles haut de gamme. Toujours est-il que Samsung annonce une commercialisation quasi immédiate de ce téléviseur Ultra-HD au prix de 5 000 euros.



# Toshiba, TV sans fioriture

Certes, Toshiba commercialise son téléviseur Ultra-HD à partir du 58 pouces mais à 4 500 euros, ce n'est pas vraiment à la portée du commun des mortels. A signaler que désormais le 60 Hz est supporté dessus. A l'autre bout de l'échelle, Toshiba lance les téléviseurs L5 en 40 et 50 pouces à respectivement, 499 et 599 euros. Il faudra se passer de TV connectée mais qui s'en sert en plus de sa box ? En revanche, le design est réussi et la finition très qualitative. Pour ceux que cela intéresse, il y a même la 3D passive. Lancement prévu en octobre.



## C'est original, c'est nouveau

# Haier, la cuisine du futur

Spécialiste de l'alimentation électrique par résonance magnétique, Haier va lancer une solution pour que le petit électroménager puisse désormais se passer de câbles. Sous le plan de travail, on place une plaque de quelques centimètres d'épaisseur qui peut varier en longueur et aller jusqu'à plus d'un mètre. Sur le plan de travail, toute la surface couverte permettra



d'alimenter les appareils simplement en les posant dessus. La gamme va comporter dans un premier temps un blender, une machine à café, un toaster, une machine à pain et un rice cooker. C'est une solution absolument géniale qui facilitera beaucoup la vie dans une cuisine peu spacieuse. Plus futuriste encore, Haier présente un concept d'électroménager connecté et piloté par smartphone ou tablette qui centralise toutes les commandes. Ainsi, le réfrigérateur dira à l'application les aliments qu'il faut acheter et vous pourrez aussi suivre les recettes possibles selon les provisions en stock. Le réfrigérateur en lui-même pourra être équipé d'une porte dotée d'un écran LCD tactile transparent qui permet de voir ce qu'il y a dans le réfrigérateur ou là encore de connaître l'état du stock. Il y aura même une zone dans le réfrigérateur qui analyse les molécules des aliments et signalera par l'application quand il faut consommer avant de risquer la péremption. De la même manière, on pilote le lave-linge avec des fonctions inédites. S'il y a une panne, on peut transmettre le problème directement au service technique par l'application. Ou encore, on pourra mettre à jour la machine à laver s'il y a de nouvelles normes qui apparaissent. Enfin, il y aura également un climatiseur connecté et on pourra régler la température à distance, par exemple en la baissant avant d'arriver à la maison.



# Le CES de Las Vegas

## dans les meilleures conditions



Pink Sky Travel vous propose  
ses forfaits voyage tout inclus



Prix par personne Chambre individuelle	Prix par personne Chambre double	NOS FORFAITS VOYAGES*
2185 €	1690 €	<b>CIRCUS CIRCUS 3***</b> Chambre Skyrise Tower Un hôtel mythique sur le thème du cirque à moins de 900 mètres à pied du salon.
2295 €	1895 €	<b>FLAMINGO 3***</b> Supérieur - Chambre « FAB » Chambres de 1ère catégorie entièrement rénovées en 2012. Accès au CES en 5 min. avec le monorail.
2395 €	1925 €	<b>FLAMINGO 3***</b> Supérieur - Chambre « GO » Chambres de catégorie supérieure.
2550 €	1995 €	<b>MGM 4****</b> Supérieur Le plus grand hôtel de la ville, avec + de 25 restaurants, bars et clubs. A 9 min. du salon en monorail.
2650 €	2040 €	<b>TREASURE ISLAND 4****</b> Sur le thème des pirates, adjacent au plus grand shopping center du strip - le fashion show mall.
3095 €	2385 €	<b>VENETIAN - PALAZZO 5*****</b> Luxe Logement en suite - Doté d'une galerie marchande luxueuse, sur le thème de Venise. Suites de 65m² avec coin salon et bureau.
3195 €	2485 €	<b>WYNN RESORT 5*****</b> Luxe Resort hôtel très luxueux, chambres de 60m².
3295 €	2535 €	<b>ENCORE RESORT 5*****</b> Luxe Le dernier caprice « chic » de la folie Vegas   LE TOP. Logement en chambres salon / suite de 65m².

NOTRE SUGGESTION  
AERIEENNE AVEC BRITISH  
AIRWAYS DEPUIS PARIS

VOL DIRECT  
LONDRES / LAS VEGAS...

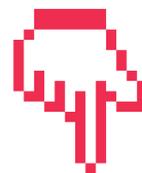
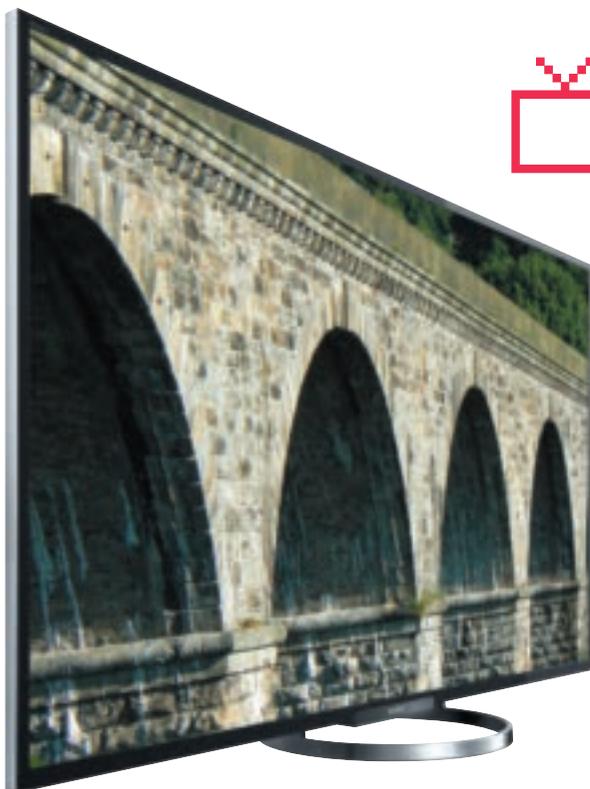
FINI LES FASTIDIEUSES ESCALES  
AUX USA, DOUANES, RECUPERATION  
DE BAGAGES ET CHANGEMENT  
DE TERMINAL ...  
A PARIS, VOUS ENREGISTREZ VOS  
BAGAGES ET UNE UNIQUE CARTE  
D'EMBARQUEMENT VOUS SERA  
DELIVREE. A LONDRES, VOUS  
CHANGEZ SIMPLEMENT D'APPAREIL.

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

\* dates de voyage du 06/01/14 au 10/01/14  
Tarifs connus en date du 28/08/13 et au taux 15 = 0,76 euros

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

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



## TCL en évolution

Le constructeur chinois distingue désormais clairement entre ses marques. Les téléviseurs TCL couvrent l'entrée et le milieu de gamme alors que Thomson se concentre sur les modèles premium du groupe. Sans grande surprise, TCL conserve et renouvelle sa gamme Color Line en ne gardant que trois coloris : vieux rose, vert et bleu. Il semble que ce sont ceux qui se soient le mieux vendus. Les écrans évoluent peu si ce n'est l'apparition d'une connectique MHL pour tablette et smartphone. Le 26 pouces sera vendu 260 euros. Chez Thomson, le W9 risque de marquer les esprits. Il s'agit d'une série de téléviseurs Ultra-HD disponibles dès 50 pouces à 2500 euros ! Un 55 pouces sera également proposé à 3 500 euros. Dans les deux cas, la 3D est une solution active. Les deux modèles seront en vente en octobre chez nous. TCL renouvelle également ses fonctions Smart TV avec désormais une fonction de méta-recherche mais aussi une caméra en option pour Skype. Signalons enfin un très impressionnant 110 pouces Ultra-HD au design industriel qui n'est pas sans rappeler ce que peut faire Samsung en la matière. Contrairement à ce que l'on pourrait penser, ce n'est pas qu'un prototype. Thomson parle d'une commercialisation courant 2014.



## Sony entre désir et frustration

Sony présentait déjà un téléviseur incurvé en technologie LCD classique. C'est un écran Full-HD, il fonctionne et il est même produit en masse mais vous ne l'aurez pas chez vous. En effet selon Sony, ce produit n'a pas d'avenir en Europe de l'Ouest car il est trop épais. Ce 65 pouces sera donc réservé à la Chine et à la Russie. Autre nouveauté intéressante, Sony présentait un écran OLED et Ultra-HD. C'est un prototype pour l'instant mais d'après ce que l'on sait, Panasonic et Sony ont travaillé conjointement sur ce projet via une joint-venture. L'image est absolument magnifique. Signalons aussi la présence sur le stand d'un autre produit que l'on n'aura pas chez nous : le Media Player 4k FMP-X1. Il est livré Outre-Atlantique avec une dizaine de films en Ultra-HD natif mais Sony ne pense pas que cela fasse sens sur le marché français. Tant pis. Bonne nouvelle par contre, Sony a confirmé que le vaisseau amiral de la marque, le X9005 65 pouces Ultra-HD bénéficiera d'une mise à jour pour rendre ses ports HDMI compatibles 2.0. Au-delà des téléviseurs réservés à l'élite financière, Sony annonce l'introduction d'un nouveau modèle plus démocratique, le 50W685. C'est un 50 pouces 3D passif et Full-HD qui sera commercialisé à environ 1 000 euros.

## OLED, oui mais non

L'OLED est devenu l'arlésienne de la télévision. A chaque salon, on nous annonce la sortie imminente mais à chaque fois elle est repoussée. Pour mémoire, l'année dernière LG annonçait l'arrivée avant la fin d'année... 2012. Cela s'explique assez simplement par une production très difficile en grand nombre sur des grandes tailles. En effet, les ratés sont tels que les coûts explosent. Aucun problème pour en fabriquer quelques-uns à exposer lors d'un salon mais en produire que quelques milliers, c'est déjà une toute autre affaire. Pourtant on veut de l'OLED dans notre salon. Car si l'amélioration sur les smartphones est notoire, notamment en termes de lisibilité, elle est spectaculaire sur un téléviseur. Le contraste est abyssal avec un noir parfaitement noir puisqu'il s'agit cette fois-ci d'une technique émissive et non plus d'un filtre posé devant une source de lumière comme en LCD. De plus, les angles de vision sont illimités, les couleurs sont magnifiées et tout apparaît plus net, plus précis. Cette fois-ci c'est la bonne semble-t-il puisque Samsung et LG annoncent fermement une sortie dans les magasins, là maintenant tout de suite, à

partir de 6 000 euros. Sauf qu'à force d'être obligé d'attendre, il n'est plus très raisonnable d'introduire l'OLED tel quel maintenant. Celui qui dépense une petite fortune peut quand même raisonnablement exiger une certaine durée du produit dans le temps. Or le déferlement de l'Ultra-HD semble inexorable dès la fin de l'année. De plus, les normes sont en train d'évoluer comme l'HDMI qui passe en 2.0. Alors même si on pourra changer le boîtier déporté chez Samsung pour la connectique et la Smart TV, la dalle ne deviendra pas Ultra-HD pour autant. On a d'autant plus envie de différer qu'à l'IFA on pouvait voir des OLED Ultra-HD chez plusieurs constructeurs et c'est tellement bluffant que l'on se dit qu'il est urgent d'attendre du contenu et des modèles sur le marché. L'image est ciselée, vivante et il y a une profondeur de champ ressentie qui tient de la 3D mais sans lunettes. Quant au débat de savoir s'il faut préférer le plat ou le courbé, difficile de trancher. Si ce n'est pas pour faire un meeting devant, on aurait tendance à dire que la courbure renforce encore l'immersion comme la profondeur et serait donc à privilégier.

## Ultra-HD, c'est parti

■ L'Ultra-HD devrait s'imposer rapidement sur les téléviseurs. Non pas parce que le contenu va être disponible plus vite que prévu mais simplement en raison d'une baisse des prix spectaculaire en prévision. Si les grandes marques historiques annoncent toutes des 55 pouces aux alentours de 4 000 à 5 000 euros pour la fin de l'année, certains fabricants chinois parlent de tarifs bien plus démocratiques, 2 500 euros chez TCL et même 1 500 chez Haier. Mais c'est Changhong qui décroche la palme avec 1 300 euros pour un 55 pouces en décembre. Cette baisse, sans doute suicidaire pour le marché, s'explique simplement par une concurrence acharnée sur un secteur en forte baisse et convoité par des géants qui ne sont pas encore très présents en Europe. Elle s'explique aussi par un marché chinois qui adopte vite et massivement l'Ultra-HD avec à la clef une baisse des coûts de production. Du bout des lèvres, on nous a avoué qu'une dalle Ultra-HD revenait à taille égale seulement 10% plus cher qu'une Full-HD ! Il est vrai que si dès le début 2014, un téléviseur Ultra-HD en 50 pouces ne coûte plus que 1 000 euros, l'adoption sera rapide en France même sans contenu. Ainsi, on aura un équipement qui durera dans le temps et en attendant, on peut profiter d'une mise à l'échelle et d'un cadre photo parfait. Reste le problème de l'HDMI car pour bénéficier des futurs contenus en très haute qualité et en Ultra-HD, il faudra être équipé en HDMI 2.0. Si Sony annonce une mise à jour logicielle sans changer le matériel, les autres constructeurs ne se prononcent pas pour l'instant. Bonne nouvelle sinon, il semblerait que les spécifications pour le Blu-ray Ultra-HD soient définies et que les disques seront les mêmes. Il sera donc assez simple d'en produire, tout comme les lecteurs ne devraient pas être trop chers non plus. Reste à voir si cela va convaincre un public qui a déjà boudé le Blu-ray en soi.



## Haier, plus grand, plus beau

■ Le stand du constructeur chinois ne donnait pas franchement dans la discrétion, avec d'entrée de jeu un impressionnant 55 pouces OLED ultra-fin que l'on aimerait vraiment avoir chez soi. L'intégration dans un meuble confère toute sa valeur à la technologie. Le cadre affiche quatre millimètres d'épaisseur avec un bord de 1,5 mm. C'est vraiment très beau. Toujours au rayon

nouveautés, Haier travaille sur le Multi-view pour que deux personnes puissent voir deux images différentes grâce aux lunettes passives avec une résolution divisée par deux. Haier présentait aussi une version plus compacte de son système de suivi oculaire qu'il sera possible d'intégrer dans le téléviseur désormais. On fait bouger le curseur en déplaçant son regard et on clique en clignant ostensiblement de l'œil. Plus proche de nous, il y a des téléviseurs Ultra-HD très attractifs. Disponibles du 50 au 84 pouces dès la fin de l'année, le prix de démarrage devrait être à seulement 1 500 euros ! Le design est très classique mais il fait la part belle au métal. La partie TV connectée est une implémentation simple d'Android 4.1. A noter que ceux qui veulent juste avoir Android sur leur TV existante, peuvent opter pour le nouveau boîtier à 150 euros. Il intègre également une entrée HDMI ce qui permet de brancher la box en même temps et de passer de l'un à l'autre.



## Changhong, l'outsider à suivre

■ Changhong (Arc en ciel en Chinois) est une marque récente sur le marché européen mais c'est loin d'être un débutant. La société emploie 98 000 personnes de par le monde et réalise un chiffre d'affaire de 16 milliards d'euros. La marque est numéro un en Chine sur le segment des téléviseurs connectés et 3D. Et les 1 450 ingénieurs du département recherche et développement y sont sans doute pour quelque chose. On retiendra surtout de la présence à l'IFA l'annonce fracassante d'un téléviseur 55 pouces Ultra-HD qui devrait être vendu en France dès décembre à 1 299 euros ! Cet écran est aussi connecté, avec une plate-forme Android 4.2, et intègre la 3D active. La plupart des modèles haut de gamme de la marque disposent aussi d'une caméra pour une reconnaissance des mouvements mais aussi de la voix. Plus proche de nous, la série B4500 à LED sera proposée en livrée

blanche très réussie. Il s'agit d'une série d'écrans LED 3D Smart TV en résolution Full-HD. On sait que le 42 pouces coûtera 500 euros et sera vendu en France. Pour la petite histoire, Changhong a déplacé le logo sur le côté de l'appareil, conscient que la marque n'a pas encore de reconnaissance en Europe. Ainsi, cela s'apparente plus à une griffe. Il faut aussi se souvenir qu'il n'y a pas si longtemps, on prédisait un avenir compliqué à Samsung du fait de son nom, tout comme un certain Lucky Goldstar est devenu LG. Toujours est-il que Changhong est bien décidé à s'implanter durablement en Europe, la preuve un siège social à Prague en République Tchèque et une usine d'assemblage non loin. Selon ses propres dires, le fabricant se distingue par son aptitude à commercialiser rapidement les dernières technologies à un prix abordable et habillées d'un beau design.



## Toujours moins cher



La guerre des prix fait rage dans le hi-tech et la mobilité ne fait pas exception. Même si des produits haut de gamme sont toujours présentés, l'essentiel des nouveautés est à chercher du côté de l'entrée et du milieu de gamme. Le nombre de nouveaux entrants est d'ailleurs incroyable. Du fabricant d'électroménager au spécialiste de la tablette, tout le monde veut sa part du gâteau smartphone. Si les résultats ne sont pas forcément très originaux, avec une infinité de variations sur le thème des Galaxy de Samsung, il faut bien avouer qu'il n'y avait pas d'horreurs comme les précédentes années. L'immense majorité des nouveaux modèles sont bien finis et offrent des performances plus que satisfaisantes pour la

majorité des utilisateurs. Bien entendu, les acteurs historiques continuent à avoir un avantage certain sur le milieu et le haut de gamme mais les incursions des petits nouveaux se font toujours plus pressantes. On trouve par exemple des smartphones quadruple cœur dotés d'un écran cinq pouces Full-HD pour à peine 300 euros. Le phénomène se reproduit à moindre échelle sur les tablettes. Les nouveaux entrants sont moins nombreux mais le rapport performance/prix est encore plus alléchant. Un phénomène d'autant plus visible que l'on constate une certaine stagnation technique sur le haut de gamme. Il n'aura en effet fallu que peu de temps pour que le matériel dépasse les besoins des utilisateurs. La majorité des

processeurs sont ainsi surdimensionnés pour la plupart des usages autres que le jeu et la qualité des écrans a progressé à tel point qu'un mauvais affichage est désormais l'exception. Certains points comme l'autonomie restent certes à améliorer mais dans l'ensemble, la course à l'armement de ces derniers temps ralentit sérieusement. Reste que la destruction de valeur qui accompagne le phénomène ne va pas faciliter la tâche d'une industrie en recherche de marge. L'ordinateur et le convertible sous Windows occupaient une place très secondaire sur cet IFA devant l'avalanche de tablettes et de smartphones. Reste que les acteurs les plus actifs comme Lenovo et Sony proposent de réelles innovations à valeur ajoutée.



IFA  
2013

## Acer met à jour

Acer met à jour ses deux notebooks phares. Le R7 ne change pas de châssis avec toujours l'écran monté sur charnière pivotante pour pouvoir l'utiliser en tactile plus facilement. En revanche, il adopte la nouvelle génération de processeurs Intel, Windows 8.1 et il est désormais livré avec un stylet. Acer a également ajouté des fonctions logicielles pour l'utiliser, par exemple pour faire du scrapbooking. Le S7 est un ultrabook 13 pouces ultra-fin très haut de gamme et très séduisant dans sa livrée blanche. Son lifting est déjà plus marqué, avec en plus des nouveaux processeurs et de l'évolution Windows, l'intégration d'un écran très haute résolution en 2560 x 1440 pixels (WQHD). Point faible de la première version, le clavier a été repensé et propose désormais une course plus profonde et un peu plus de résistance. Un changement apparemment anodin mais qui améliore considérablement l'ergonomie. Plus novateur, Acer lance un ordinateur tout-en-un sous Android : la DA241HL. On peut aussi considérer qu'il s'agit d'une tablette géante de 24 pouces. La chose est livrée avec un clavier et une

souris sans fil. Android 4.2, écran Full-HD et processeur Nvidia Tegra 3, la configuration est conséquente pour un prix assez doux de 429 euros. Il y a cependant deux limitations. L'écran dont le tactile utilise la technologie optique n'autorise que deux points de pression et surtout Android n'est pas vraiment adapté à un usage classique ordinateur. L'Aspire U5-610 est un tout-en-un 23 pouces sous Windows 8. L'écran est Full-HD et la configuration très musclée avec un processeur Intel Core i7, une puce graphique Nvidia DTX760M et 16 Go de mémoire vive. Il

faudra déboursier 1129 euros pour l'acquérir. Du côté des tablettes, Acer a présenté une nouvelle 10 pouces Android : la A3. Avec son écran en 1280 x 800 et son processeur quadruple cœur signé Mediatek, elle ne risque pas de venir titiller les Nexus 10 et autres Sony Xperia Tablet Z. Cependant son prix la rend très attractive car elle est vendue à partir de 249 euros en version 16 Go. Chose rare, Acer ne vend pas le stockage supplémentaire au prix de l'or puisqu'il ne faudra ajouter que 30 euros pour passer à 32 Go. Des versions 3G sont également proposées.



# Acer sort l'artillerie lourde



Le fabricant taïwanais nous avait habitués à des smartphones entrée de gamme au très bon rapport qualité/prix mais cette fois, il a décidé de montrer son savoir-faire sur un smartphone résolument haut de gamme. Le Liquid S2 propose déjà un écran géant de six pouces en Full-HD. A l'intérieur, Acer n'a retenu que ce qui se fait de mieux avec notamment un processeur Qualcomm S800 quadruple cœur et cadencé à 2,2 GHz, soit ce qu'il y a de plus puissant.

Un capteur de 13 Mpixels promet des photos de qualité, et ce même en basse lumière, grâce au flash de 4 LED disposées en cercle autour de l'objectif. Et surtout, le S2 est capable de filmer en Ultra-HD ! Il faudra acheter le téléviseur qui va avec... Enfin, le S2 est très fin et sa finition est de haut niveau. Il sera disponible en deux couleurs, rouge métallisé et noir mat, au tarif très raisonnable de 549 euros, compte tenu du niveau de prestation.



## Bigben, tablette de jeu

Le Français spécialiste du jeu vidéo entre sur le marché de la tablette Android ludique avec la Game Tab One et opte pour une approche originale. Plutôt que d'intégrer les boutons et joysticks directement à la tablette comme les autres fabricants, Bigben les regroupe dans une coque dans laquelle la tablette vient s'encaster. On conserve donc la prise en main de la tablette et on bénéficie d'une meilleure ergonomie pour les commandes. A l'essai, c'est plutôt convaincant et on est effectivement très à l'aise pour jouer. Reste que l'ensemble est handicapé par un écran TN à la résolution trop basse et qui semble manquer cruellement de luminosité. C'est d'autant plus dommage que le reste de la tablette est adaptée au joueur, notamment avec un processeur RK3188 quadruple cœur cadencé à 1,8 GHz. La sortie est prévue pour la mi-novembre à 199 euros.

## Binatone Retour vers le futur

Si la tendance dans la téléphonie est d'aller vers des designs toujours plus fins, Binatone nous prouve que le rétro continue d'avoir sa place de nos jours. Ainsi, la marque spécialisée dans l'électronique grand public et détentrice de la marque AEG a présenté sa toute dernière nouveauté appelée The Brick ! Au premier regard, ce téléphone porte bien son nom et semble clairement venu d'un autre temps. Malgré le côté comique, le téléphone est très bien construit même si on est surpris par la légèreté du fait des progrès en termes de batteries. Il permettra de répondre à des appels simplement en y introduisant sa carte SIM mais peut également servir de combiné en le connectant à son téléphone mobile par le Bluetooth. Dès lors, il peut aussi servir de haut-parleur d'appoint pour profiter de la musique stockée sur son mobile et de chargeur par l'utilisation d'un câble mini-USB. Binatone annonce une autonomie pouvant atteindre les trois mois. Une version résidentielle DECT sera également proposée. Elle se contentera d'une autonomie de 10 heures mais disposera d'une base de recharge. La version mobile à carte SIM coûtera 99 euros et la version DECT 59 euros.



# Haier

## charge sans fil dans l'élégance



Haier a une longue expérience de l'alimentation électrique sans fil par résonnance magnétique. Le fabricant adapte logiquement cette technologie à la recharge des smartphones. Le problème réside comme toujours dans l'intégration du récepteur dans l'appareil mobile. D'autres le font par une coque additionnelle mais ce n'est franchement pas pratique. Haier a trouvé une solution très élégante en utilisant un petit adaptateur qui se branche sur le port micro-USB d'un téléphone Android. Il existe aussi des modèles pour iPhone 4 et 5. Ils sont vraiment très petits et prennent la forme d'un anneau ce qui facilite le placement. Haier va par ailleurs intégrer la technologie dans ses propres smartphones. Les pads de recharge seront de taille variable et permettront ainsi de recharger un ou plusieurs smartphones. Aucun contact réel n'est d'ailleurs nécessaire puisque la résonnance magnétique fonctionne jusqu'à quelques millimètres de distance. Les prix ne sont pas encore déterminés mais Haier promet un tarif très raisonnable et un dongle à une dizaine d'euros au maximum. Le produit qui retenait le plus l'attention dans la gamme est un radioréveil en finition bois absolument magnifique. L'afficheur est intégré dans la matière en façade de manière vraiment très réussie. De plus, c'est une enceinte Bluetooth et bien entendu il suffit de poser le smartphone dessus pour le recharger. Bonne nouvelle, ce magnifique objet de design très pratique pour la table de chevet ne coûtera pas plus de 100 euros. Tout cela devrait être disponible à la fin de l'année.



## A l'attaque

Après avoir commencé à se diversifier dans les tablettes avec plusieurs modèles offrant d'excellents rapports qualité/prix, le constructeur chinois fait son entrée dans le domaine de la téléphonie mobile avec d'office six modèles positionnés dans l'entrée/milieu de gamme. Parmi les plus intéressants, on remarque le W716 doté d'un écran de quatre pouces, d'un processeur double cœur et d'Android 4.2. Il est certes basique mais bien fini et sera vendu moins de 100 euros ! A ce prix, il faudra faire avec une dalle TN. Les Haier Phone W850 et W851 partagent leur châssis et un processeur Qualcomm MSM8225Q quadruple cœur cadencé à 1,2 GHz. La différence est au chercher au niveau de la résolution de

l'écran 4,5 pouces qui est de 845 x 480 pour le W850

et 540 x 960 pour le W851. Le W851 adopte aussi un capteur 8 Mpixels contre 5 Mpixels pour le W850. Côté prix, on reste une nouvelle fois dans l'agressif puisque le W850 sera vendu 129 euros et le W851 150 euros. Le W860 est un peu plus haut de gamme avec une finition un cran au-dessus de ses petits camarades. Surtout, il utilise un écran IPS de bien meilleure qualité, même si on aurait aimé une résolution un peu plus élevée que le 854 x 480 utilisé au vu des cinq pouces de diagonale. Le processeur est un quad-core de chez Mediatek qui devrait être plus que capable de faire fonctionner de manière fluide l'Android 4.2 utilisé. Le prix est intéressant puisqu'il devrait être situé sous les 200 euros. Pour finir, le W919 est le géant de la gamme avec un écran de 5,7 pouces HD en IPS et un capteur 13 Mpixels. Le processeur est un MTK6589 quadruple cœur cadencé à 1,2 GHz et accompagné par 1 Go de mémoire vive. Si le smartphone affiche un certain embonpoint, le prix est particulièrement attractif à 270 euros. Haier investit donc le marché des smartphones avec une gamme complète qui se distingue d'emblée par beaucoup de technologie pour le prix exigé.



## C'est original, c'est nouveau

# Car Zapp, la location du futur

La société allemande Car Zapp va lancer une solution de location pour les voitures de particulier à particulier entièrement virtuelle ! Partant du constat qu'une voiture est inutilisée 95% du temps, le système propose de la louer lorsque l'on ne s'en sert pas. Pour cela, il faut faire installer un module par un garage agréé pour un coût unique de 179 euros. La seule condition est que la voiture dispose du verrouillage centralisé. Ensuite, on propose son véhicule à la location sur l'application Android et iOS. De son côté, celui qui cherche à louer va voir votre offre s'il est à proximité. Il va alors vous contacter et vous allez définir le prix de location ensemble selon la catégorie du véhicule, la durée et le nombre de kilomètres à parcourir, Car Zapp ne faisant que

suggérer un prix. Celui qui loue va ensuite être guidé par l'application jusqu'au véhicule dans lequel vous aurez préalablement laissé les clés dans la boîte à gants. Son smartphone va déverrouiller la voiture, il s'installe au volant, prend la clef et c'est parti ! Le système sert aussi de protection car s'il y a une intrusion non validée, la centrale appelle d'abord le propriétaire puis la police. 70% de la transaction revient au loueur et 30% est utilisé pour l'assurance tous risques et la commission de Car Zapp. Ce système révolutionnaire est en cours d'expérimentation à Berlin et pourra être exporté en cas de succès. On se dit quand même qu'en France avec le peu de respect pour la carrosserie des voitures, il y aura beaucoup de litiges...





## Luxe abordable

Haier a fait une entrée remarquée sur le marché des tablettes et montrait sur le salon la seconde génération qui se caractérise par une montée en gamme et un grand soin apporté à la finition. La tablette sept pouces en double cœur évolue pour devenir la 722. Elle gagne un écran HD (1280 x 800) et une sortie HDMI tandis que le reste de la configuration reste identique. Le prix demeure inchangé aussi à 139 euros. La Haier Pad D85 lorgne clairement du côté de l'iPad mini. Le châssis est en aluminium et entoure un écran de 7,85 pouces en IPS. On note surtout une finesse des bords remarquable. Le processeur est un quadruple cœur Mediatek cadencé à 1,2 GHz et le stockage propose 8 Go mais qu'il est aisé d'étendre grâce au lecteur de cartes. A 170 euros, cette tablette en offre vraiment beaucoup. Haier se lance aussi dans la tablette 10 pouces avec deux modèles : la 1021 et la 1041. Il sont très proches en termes de design mais se différencient au niveau du processeur, la 1041 étant équipée d'un processeur quadruple cœur alors que la 1021 doit se contenter d'un double cœur. Le prix reste lui aussi très agressif puisque la Haier Pad 1021 devrait coûter 220 euros. A signaler que là encore, la finition est soignée avec un design avenant et l'utilisation du métal. Un troisième modèle en 10,1 pouces vient compléter la gamme. La Haier Pad 1028 est entièrement construite en aluminium et en magnésium avec un design plus angulaire très réussi qui n'est pas sans rappeler la Surface de Microsoft. Si elle fonctionne sous Android 4.2, elle est équipée d'un processeur Intel Atom dernière génération apparemment très vélocité. Autre particularité, elle s'interface avec le réfrigérateur intelligent de la marque pour gérer les stocks et proposer des recettes par une application dédiée. Le prix n'est pas encore déterminé.

## Asus, le Transformer 3 en 1



Asus présentait sur son stand une nouvelle série de tablettes Transformer. Commençons par la sobrement nommée Transformer Pad. Cette nouvelle tablette Android 10,1 pouces offre une résolution hallucinante de 2 560 x 1 600 pixels. L'écran est en technologie IPS avec de très larges angles de vision. Le processeur est un Nvidia Tegra 4 quadruple cœur, le plus rapide pour le jeu actuellement avec une partie graphique à 72 cœur six fois plus rapide que celle du Tegra 3. A noter que l'appareil pourra lire des vidéos Ultra-HD mais rien ne dit que la sortie HDMI soit compatible. Toujours est-il qu'avec le dock associé et sa batterie intégrée, Asus annonce une autonomie de 17 heures. La commercialisation est prévue pour décembre à un prix de 500 euros. Le Transformer Book Trio est à la fois un ultrabook, une tablette et un PC. En tant qu'ordinateur, il embarque un processeur Core i et un disque dur jusqu'à 1 To. L'écran de 11,6 pouces Full-HD se détache et devient alors une tablette indépendante sous Android 4.2 animée par un processeur Intel Atom. Pendant ce temps, le châssis/clavier restant peut être utilisé comme un ordinateur de bureau en le reliant à un moniteur. L'ultrabook pèse 1,7 kg et affiche une autonomie de cinq heures, la tablette pèse 700 grammes pour 13 heures d'autonomie et le PC châssis seul pèse 1 kg. Enfin, le Transformer Book T300 est un ultrabook convertible plus classique sous Windows 8 avec le processeur embarqué dans l'écran qui se transforme en tablette une fois le clavier détaché. L'écran/tablette affiche une diagonale de 13 pouces et le processeur embarqué est un Intel Core i. Le T300 sera disponible à partir de 800 euros dès octobre.

## Philips, moniteurs brillants

Philips présentait sur son stand une série de moniteurs innovants. On le sait, le secteur est sinistré mais s'il y a bien une chose à ne pas abandonner, c'est le jeu vidéo car c'est un domaine où un bon écran fait toute la différence. Aussi, Philips sort le 242G5. C'est un moniteur Full-HD 24 pouces construit autour d'une dalle TN 1 ms ce qui lui permet de monter la fréquence de rafraîchissement à 144 Hz. On voit d'ici les yeux des joueurs qui brillent. Le look noir et rouge est vraiment réussi aussi. Le moniteur est réglable en hauteur et en inclinaison. La connectique est étoffée, avec un hub USB 3.0 quatre ports, le DVI dual-link et le Display port. On retrouve aussi une petite télécommande filaire permettant de créer des préréglages selon les jeux. L'écran n'est pas certifié Nvidia 3D Vision (donc pas 3D), ce qui permet d'abaisser le prix à 400 euros. Autre nouveauté, Philips sort un moniteur 278G4 utilisant la technologie Ambilight. Il s'agit d'un éclairage d'ambiance similaire à l'Ambilight des téléviseurs Philips. Une série de LED est disposée au dos de l'appareil. Le prix de ce 27 pouces Full-HD est aussi de 400 euros. Le Philips 231P4U est un moniteur un peu particulier puisqu'il ne dispose que d'entrées USB. Ce n'est pas nouveau et on a déjà vu plusieurs écrans de ce type qui peinaient tous à afficher une image fluide. Sauf que là il s'agit d'USB 3 au débit largement suffisant. Cet écran se vend 300 euros.





## Lenovo, la gamme Yoga

Fort du succès de son Yoga, Lenovo décline une gamme complète autour de l'écran inclinable pour des ordinateurs convertibles en tablettes. Lenovo a également rappelé qu'il est numéro un mondial sur le marché des PC avec 16,7 % de parts de marché. Le Yoga premier du nom évolue et devient le Yoga 2. Si le concept reste le même avec les quatre modes et un écran qui s'incline à 360 degrés, il y a eu de nombreuses améliorations. Disponible dans un premier temps en 13,3 pouces, le Yoga 2 Pro intègre un écran en très haute résolution de 3600 x 1800 pixels, ou Quad HD. Cette finesse exceptionnelle sera particulièrement bénéfique à l'affichage des photos dont on pourra enfin apprécier tous les détails. Autre nouveauté, le clavier est désormais rétro-éclairé. Le Yoga 2 a également subi une cure d'amaigrissement, son poids a été réduit à 1,39 kilo et l'épaisseur à seulement 15,4 mm, soit un gain de 10% dans les deux cas. Le design est magnifique et ces nouvelles mensurations facilitent l'usage en mode tablette. Bien entendu, les modes tente et chevalet sont toujours au programme aussi. Le Yoga 2 Pro sera disponible en octobre à partir de 1299 euros avec des processeurs Intel Core i3, 5 et 7 ainsi qu'un disque SSD en 128, 256 ou 512 Go. Lenovo propose aussi une version plus démocratique du convertible avec le Flex. Il s'agit d'un ultrabook en 14 ou 15 pouces fin et léger (2,5 kg pour le 15 pouces). L'écran tactile se contente d'une résolution en 1366 x 768 pixels mais il a la particularité de s'incliner comme sur le Yoga jusqu'à la position chevalet, soit le châssis avec le clavier vers le bas et l'écran devant. Cela permet de l'utiliser confortablement en mode tactile, notamment dans un espace restreint ou sur les genoux. Equipé d'un



processeur Intel Pentium, le premier prix est de 499 euros et le Flex 15 pouces avec un processeur Intel Core i3 sera vendu à 599 euros. Le design est également très réussi avec un liseré orange ou argent qui rehausse l'ensemble. Le Flex 20 est un ordinateur tout-en-un qui se présente sous la forme d'une tablette géante de 20 pouces. Grâce à son pied réglable, il peut s'utiliser comme un ordinateur de bureau standard et il est d'ailleurs livré avec un clavier et une souris sans fil. En rabattant le pied, on peut l'incliner jusqu'à le poser à plat. Il se transforme alors en tablette ou en table tactile. Pour cet usage, Lenovo propose le logiciel Aura qui permet de partager du contenu à plusieurs. Ainsi, on peut manipuler en même temps des photos, des musiques et des vidéos. Plusieurs jeux et applications éducatives sont fournis ainsi que des manettes de jeux, des dés et même des palets pour jouer au Air Hockey. Le Flex 20 inclut également une batterie pour s'utiliser quatre heures loin d'une prise de courant. Les composants sont ceux d'un ordinateur portable avec des processeurs Intel Core i. Le Flex 20 sera disponible en novembre à partir de 999 euros.



## Lenovo, tablette top model

En plus de sa gamme convertible, Lenovo a présenté une tablette sept pouces ultra-fine et ultra-légère. La S5000 sous Android 4.2 ne pèse que 280 grammes et son épaisseur n'est que de 7,6 mm ! De plus, le design et la finition sont de tout premier ordre. L'écran IPS est alimenté par un processeur quadruple cœur Mediatek avec donc également des performances de bon niveau. La tablette S5000 sera vendue au prix de 199 euros avec 16 Go de mémoire.



IFA  
2013

## Samsung, des notes et une montre



Cela devient une habitude, Samsung a présenté la nouvelle version de son Note sur le salon allemand. Le Note 3 ne révolutionne pas la recette que ses ancêtres ont établie. Sans surprise, l'écran grandit encore un peu plus pour atteindre les 5,7 pouces et passe au Full-HD. Malgré cet écran plus grand, le smartphone réussit le tour de force d'être encore plus petit que son prédécesseur ce qui se sert évidemment l'ergonomie. Cette dernière est d'ailleurs très bonne au vu de la taille de l'écran, même si le format ne conviendra pas à tout le monde. Le design nous laisse dubitatif. D'un côté, on est heureux que Samsung ait abandonné le glissant plastique glossy mais de l'autre le plastique dur imitation cuir n'est pas des plus séduisants. Évidemment, le Note 3 embarque ce qui se fait de mieux en ce moment. On y trouve donc un processeur Qualcomm S800 (quad-core, 2,3 GHz) accompagné par 3 Go de mémoire vive et 32 Go. Détail intéressant, le connecteur micro-USB est à la norme USB 3.0, ce qui outre des débits revus à la hausse, devrait permettre de recharger plus rapidement. La prise évolue physiquement mais reste toutefois compatible avec les anciens connecteurs micro-USB. Le capteur photo de 13 Mpixels sera capable de filmer en Ultra-HD. Comme de coutume, Samsung met l'accent sur l'usage du stylet avec cette fois-ci des fonctions de partage d'écran très poussées mais qui demanderont un apprentissage qui l'est tout

autant. Le Note est aussi accompagné de la première montre connectée de Samsung : la Galaxy Gear. Pour ceux qui s'attendaient à une révolution dans ce domaine très nouveau, il seront déçus. Le design laisse indifférent car très proche des montres sportives. C'est bien fini mais encore un peu trop plastique pour des amateurs de montres. Au moins, les composants embarqués sont puissants avec un processeur 800 MHz, 4 Go de stockage et un écran Super AMOLED de 1,6 pouce (320 x 320). Ce dernier est très lisible même sous les brillants projecteurs du stand Samsung. Par la montre, on pourra appeler, recevoir des notifications d'emails/SMS mais aussi prendre des photos ou utiliser près de 70 applications développées pour. L'autonomie ne dépassera pas les 24 heures mais c'est surtout la compatibilité qui est limitée au Note 3 et à la tablette Note 10.1 2014 pour le moment. Les S4, S3 et Note 2 seront mis à jour pour être compatibles nous annonce-t-on. Le prix proche de 300 euros est aussi très conséquent.



## Samsung, tablette de course



La nouvelle tablette Note 10.1 version 2014 vient enfin occuper la place de haut de gamme dans l'offre de Samsung. Pour cela, elle reprend des éléments de l'excellente Nexus 10, notamment son écran 10.1 pouces très haute résolution (2560 x 1600). L'affichage est logiquement exceptionnel. Coté design, cette Note 10.1 reprend la finition « faux cuir en plastique dur » du Note 3. C'est donc discutable mais la finesse est au rendez-vous. Grâce aux boutons physiques et au poids contenu (535 grammes), l'ergonomie est vraiment bonne. On conserve aussi les fonctions traditionnelles des Galaxy Note avec le stylet et le port infrarouge. Le processeur est un incroyable octuple cœur fabriqué par Samsung. Pour des raisons techniques, la version 4G de la tablette devra utiliser un Qualcomm S800 cadencé à 2,3 GHz. Une belle tablette donc qui devrait aller rivaliser avec l'iPad jusque dans le prix puisque la version 16 Go WiFi est plus chère que le produit d'Apple à 549 euros.

## LG, tablette borderless

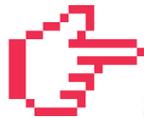


Absent du marché des tablettes, LG vient chercher sa part du gâteau avec un modèle très intéressant. La Gpad 8.3, c'est son petit nom, est clairement issue du même moule que le smartphone G2. Comme son nom l'indique, elle utilise une dalle IPS de 8,3 pouces qui adopte une résolution Full-HD ce qui est rare dans ce format. Le reste de l'appareil n'est pas en reste puisque l'on trouve un processeur S600 de Qualcomm (quad-core, 1,7 GHz) sous le capot ainsi que 16 Go de stockage qui pourront être complétés par l'ajout d'une carte micro-SD. Le design est très réussi avec notamment une grande finesse et des bords ultra-fins mais la matière reste sur le plastique. LG semble conscient qu'il arrive sur un terrain très compétitif et a positionné sa tablette en conséquence, elle sera vendue 300 euros ! A ce prix et si elle tient ces promesses, ce sera une des bonnes affaires de cette fin d'année !



## Sony, smartphone stellaire

■ L'Xperia Z1 est une petite surprise, on n'imaginait pas que Sony renouvelle sa gamme aussi vite (le Z est disponible depuis neuf mois seulement). Le Z1 est relativement proche de son ancêtre. Il en conserve la même taille d'écran (cinq pouces) et le même design général. Une prise en main rapide permet toutefois de voir quelques changements. Tout d'abord, le cadre est désormais composé d'une seule pièce d'aluminium en lieu et place du verre qui reste toutefois présent au dos. On remarque aussi que l'appareil est un peu plus épais et plus lourd que son grand frère sans toutefois que ce soit handicapant. Le passage à l'aluminium contribue à rendre l'appareil plus rigide et sans doute plus solide. L'étanchéité a été renforcée et l'ennuyeux cache de la prise casque a disparu. En interne, le Z1 reprend l'essentiel des caractéristiques du Z Ultra, à savoir un processeur quadruple cœur S800 de Qualcomm cadencé à 2,2 GHz, 2 Go de mémoire vive et une batterie de 3000 mAh. Sony insiste aussi particulièrement sur le capteur photo de 20 Mpixels au format 1/2,3 pouces habituellement utilisé sur les appareils photos compacts. D'une manière générale, Sony semble avoir exploité pleinement les synergies entre ses différents départements pour produire un téléphone d'exception. Reste la question du prix qui est logiquement élevé puisqu'annoncé à 700 euros.



## Sony, tablette de compétition

■ La Vaio Tap 11 est la tablette Windows 8 la plus impressionnante du moment. Imaginez en effet une tablette à l'encombrement comparable à celle d'un modèle Android dans laquelle on a fait tenir des composants d'ultrabook. Avec seulement 9 mm d'épaisseur (19 avec clavier) et 1,2 Kg sur la balance, la Tap 11 ridiculise la Surface Pro ! Le concept associant la tablette avec un pied au dos à un clavier détachable n'est d'ailleurs pas sans rappeler celui de Microsoft. A l'intérieur, pas d'Atom faiblard mais bel et bien un processeur d'ordinateur classique, allant du Intel Pentium au Core i5 avec 8 Go de mémoire vive et un SSD de 128 Go. L'autonomie annoncée est de six heures, donnée que l'on prendra avec les pincettes d'usage au vu de la finesse. Une seconde batterie est d'ailleurs présente dans le clavier. La connectique est complète (USB, HDMI ...) compte tenu des contraintes d'espace. La dalle IPS de 11,6 pouces Full-HD semble de bonne facture et pourra être utilisée avec un stylet fourni. Le prix ne semble pas exagéré, puisque le Vaio Tap 11 sera vendue de 899 à 1 399 euros selon les configurations. L'autre Vaio de cet IFA s'appelle Fit, un ultrabook de 13,3 et 15 pouces à l'écran pivotant. Le mécanisme rappelle celui du R7 d'Acer en plus réussi, le notebook pouvant être utilisé dans de multiples positions. Si l'on le compare à la référence du domaine qu'est le Yoga de Lenovo, il ne manque que le mode tente. On a toutefois quelques inquiétudes quant à la solidité de l'ensemble, le mécanisme semblant particulièrement fin. Ce point mis à part, la finition est impressionnante, l'aluminium remplaçant agréablement les plastiques favorisés par la marque ces dernières années. Pour ne rien gâcher, le Fit est plutôt abordable pour un produit haut de gammes, la version 15 pouces étant prévue à 999 euros et 1299 euros pour la version 13,3 pouces. La différence de prix s'explique par la présence dans le 13 pouces d'un SSD et d'un stylet en option sur le 15 pouces.



## Toshiba, tablette et PC



■ Si les nouveautés TV se font rares chez Toshiba, on ne peut pas en dire autant de l'IT. L'Encore est la première tablette Windows 8 abordable qui peut rivaliser avec un modèle classiques sous Android. Légère (450 grammes) et fine, elle offre une bonne prise en main et ne coûte que 329 euros. L'écran est un huit pouces avec une résolution de 1280 x 800 pixels. Le processeur est logiquement un modèle Intel Atom de dernière génération. La connectique est relativement complète et si elle n'est pas luxueuse, la finition est de très bonne facture. Sortie prévue mi-novembre. Le Satellite W30T est un hybride d'une diagonale de 13,3 pouces. Comme sur nombre d'autres modèles, c'est l'écran qui est détachable. La base n'offre que le clavier et des packs de batterie supplémentaires pour porter l'autonomie à 10 heures. Si l'appareil présente un design séduisant et une bonne finition, son poids est un peu élevé. La tablette seule pèse 1,3 kilo tandis qu'avec le clavier, le poids monte à 2,3 kg. Le prix est en revanche très attractif avec 699 euros pour la version AMD et 899 euros pour la version Intel.





La touche japonaise qui fait grandir l'expérience tactile >>>

## Satellite S70t

Grand écran tactile pour un confort d'utilisation unique

- Windows 8
- Ecran tactile 17.3" (43,9 cm) : jusqu'à 10 points de contact
- Haut-parleurs Stéréo Onkyo et DTS® Sound™
- Clavier rétro-éclairé

Certaines applications sont vendues séparément; variable selon les pays.



Travail, loisir. À vous de choisir.  Windows 8

**TOSHIBA**  
Leading Innovation\* >>>

\*TOSHIBA, à la pointe de l'innovation



## IFA Thomson Mobile, plus de finesse

Le fabricant français a lancé sa gamme de smartphones l'an passé et la complète sur l'IFA. Deux modèles ressortent particulièrement. Le premier est le Tlink 475, un smartphone de 4,7 pouces double cœur plutôt bien fini et doté d'un écran de qualité correcte. C'est surtout son prix qui fait son intérêt puisqu'il est vendu seulement 150 euros. La bonne surprise était le Tlink 410 qui est avec 5,6 mm d'épaisseur le smartphone le plus fin du moment. Pour arriver à ce résultat, Thomson a dû sacrifier la fonction double SIM. La petite taille de son écran (quatre pouces) intéressera ceux qui cherchent un smartphone compact. Sortie prévue au mois de novembre pour 199 euros.



## MyKronoz

### Montre agnostique

Il n'y avait pas que les géants de l'électronique qui montraient des montres connectées. Le suisse MyKronoz présentait même plusieurs modèles sur son stand. Contrairement à la plupart des acteurs, le fabricant ne croit pas au modèle unique et pense qu'il devrait y avoir autant de choix que pour des montres plus traditionnelles. Zewatch est une montre connectée qui adopte un écran LCD 240 x 240 pixels très lisible. La finition est correcte et le port plutôt confortable. Sa taille risque toutefois de lui donner un air saugrenu sur les petits poignets. Côté fonctions, rien que du très classique avec les SMS, l'accès au répertoire, la possibilité de composer ou de recevoir des appels ou encore d'accéder à sa musique (un port jack étant présent). On apprécie que l'appareil soit agnostique d'un point de vue OS, fonctionnant aussi bien sous iOS que sous Android. Et surtout le prix est en relation avec les fonctions à 129 euros.

## Archos



### Tablettes en hausse

Après un début d'année compliqué marqué par un changement de direction, Archos semble remonter la pente. On commence par les tablettes et plus précisément la 101 XS 2. Si le design est globalement le même que l'an passé, il évolue dans le bon sens avec une dalle en verre sur toute la surface de la tablette et surtout une finition revue à la hausse. On a par exemple pu remarquer que les plastiques étaient de meilleure qualité. Côté affichage, on reste sur de l'IPS en WXGA (1280 x 800) mais l'ajout d'un second haut-parleur permet d'améliorer l'audio. Le reste des changements se passe en interne avec un processeur Rockchip 3188 (quadri-cœur à 1,6 GHz) et 2 Go de mémoire vive. Le prix devrait être de 250 euros et la sortie est prévue courant octobre. La gamme Platinite connaît également une grosse mise à jour, avec la 97B Platinium HD qui vient chasser sur les terres de l'iPad. Le châssis est en aluminium d'une pièce et l'écran de 9,7 pouces est en très haute résolution (2048 x 1536 pixels). Le tout pour seulement 300 euros. Une version 10 pouces seulement HD est également prévue pour 229 euros. Pour les plus petits, il y aura la 101 Childpad 2. Cette tablette de 10 pouces est plus solide que la moyenne mais il est dommage que la housse antichoc soit vendue à part. Enfants oblige, une application de contrôle parental est préinstallée mais exigera un abonnement une fois les six mois offerts passés. Il faudra déboursier 149 euros pour que les bambins puissent jouer !

### Des smartphones aussi

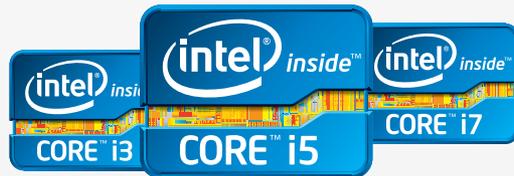


Archos s'est lancé récemment dans les smartphones et complète sa gamme. La ligne Titanium est dédiée à l'entrée de gamme avec quatre modèles dotés de processeurs double cœur (Mediatek à 1,3 GHz) et d'un capteur de 5 Mpixels. La double SIM est également en standard. Il s'agit de 4 / 4,5 / 5 / 5,5 pouces pour respectivement 99, 123 et 149 euros. La finition est bonne mais le design peu inspiré. On retient particulièrement le modèle de cinq pouces car plutôt fin et léger alors qu'il est doté d'un écran IPS. La bonne surprise est venue du 50 Oxygen. Proposé à 299 euros, c'est le haut de gamme de la marque. On a donc droit à un écran de cinq pouces Full-HD et à un capteur photo de 13 Mpixels. Bien entendu à ce prix, il faut faire des compromis : pas de 4G ni de NFC et un processeur quadruple cœur MKT tournant à 1,5 GHz. La prise en main est bonne et le design rompt un peu avec les multiples clones de Galaxy S3 que l'on voit trop souvent. Rien que le choix d'un plastique caoutchouté en lieu et place de l'omniprésent glossy est vraiment appréciable !

Acer recommande Windows 8.

**acer**  
explore beyond limits™\*\*

# Designed for touch.\*



Processeurs Intel® Core™

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

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

# Tuer la poule

Depuis quelque temps déjà, l'audio est devenu un des derniers eldorados du hi-tech. Le consommateur a adhéré

massivement au concept du bon son et les appareils sont devenus un style de vie. Mais dès qu'un secteur devient porteur, des centaines de marques le plus souvent opportunistes s'y engouffrent et ne font que copier l'existant. Pour l'aspect design et mode, c'est une catastrophe car ce qui était tendance et original devient has-been. De plus, la qualité du son ne suit pas ce qui dévalorise l'ensemble du marché. L'exemple le plus frappant est le secteur du casque. Il n'a cessé de croître et le produit est devenu un objet de mode dont on change régulièrement. Il était logique qu'un jour ou l'autre, cette croissance s'arrête pour se stabiliser à un niveau qui est déjà exceptionnellement haut. Et c'est ce qui s'est passé. Le problème c'est qu'entre temps, les fabricants sont si nombreux qu'une bataille insensée fait rage et qu'il y a de nombreux produits qui ne sont pas à la hauteur du prix exigé. Logiquement, la valeur du marché baisse et on finit par lasser le consommateur qui veut bien investir dans la qualité et dans l'originalité. Il faudrait revenir à un peu de raison si on ne veut pas tuer la poule aux œufs d'or. Heureusement que les constructeurs historiques comme Sennheiser n'ont pas perdu la

tête et continue à proposer de la valeur. Il y a aussi des marques, certes tendances, mais qui développent une réelle originalité pour une qualité adéquate aussi. Cette situation se retrouve aussi chez les généralistes de l'électronique grand public, avec du bon et du nettement moins bon. Il faut donc vraiment faire le tri et

le magasin devrait le faire en amont. C'est encore pire sur le segment de l'enceinte nomade. Avant même que le marché n'existe vraiment, il y a déjà des centaines de modèles tous similaires qui se côtoient. Sauf que là encore, on peut faire autrement comme le prouvent des marques qui sont réellement attachées à l'audio et vous en trouverez dans ce compte-rendu. Reste la Hi-Fi stéréo qui, malgré la dématérialisation, continue à remporter les suffrages car elle demeure une affaire de spécialistes. Il y a aussi de nouvelles pistes qui prennent la musique dématérialisée comme point

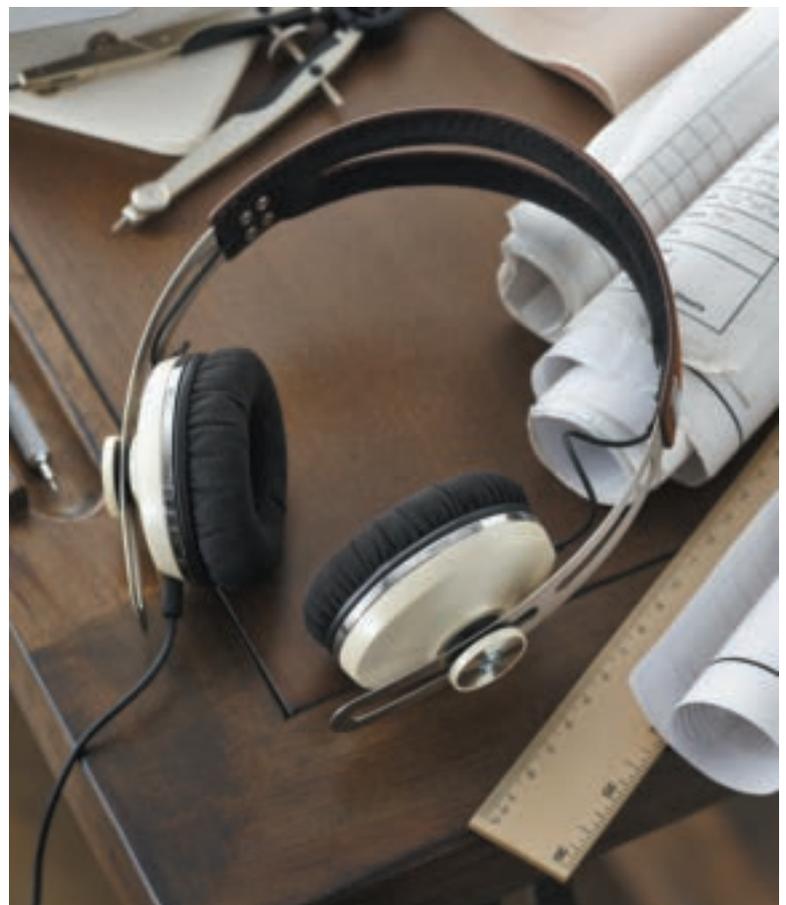
de départ pour aller vers le multi room et l'association à la lumière. Du côté audio/vidéo, la chaîne intégrée avec lecteur optique Blu-ray ne fait plus recette et désormais tout se joue sur la barre de son. Il faut reconnaître que certains arrivent à créer une salle de concert avec une barre ! Et puis, il y a le support à placer sous le téléviseur qui évite les problèmes de la barre de son qui cache la partie basse de l'écran. L'idée nous vient de petits constructeurs chinois et elle est si pertinente que tous les grands de l'audio l'ont adoptée sur l'IFA. Comme quoi...



IFA  
2013

## Sennheiser, Momentum nomade

Sennheiser décline son casque Momentum en version nomade. Le modèle On Ear reprend le même design très réussi et le principe des matières nobles. L'arceau en métal est cette-fois-ci accompagné d'un bandeau et de coussinets en Alcantara. Cette matière garantit une douceur extrême pour le contact avec la peau et permet aussi de décliner le casque en plusieurs couleurs même si la version marron originale reste au programme. Le port est extrêmement confortable, notamment grâce aux coussinets très épais et très moelleux. Comme sur le modèle original, le son est légèrement orienté basses pour une écoute récréative mais sans affecter le reste du spectre sonore. Difficile de juger réellement sur un salon mais la restitution nous a semblé très enthousiasmante. Le prix devient presque démocratique à 200 euros.



# Onkyo n'y échappe pas

Onkyo se lance à son tour dans les casques avec une idée directrice assez curieuse qui est de faire la montée en gamme sur le câble. Ainsi, les deux modèles peuvent être acquis avec un câble plat ou avec un câble gainé transparent premium pour lequel il faudra payer plus cher. En l'occurrence 50 euros sur le modèle ES-HF 300 à 199 euros par rapport au FC pour Flat Cable à 149 euros. Cela paraît énorme comme différence et pas vraiment justifié. Le son est assez décevant aussi, manquant de relief et de rondeur. En revanche, les modèles IE intraauriculaires sont bien plus convaincants avec beaucoup de punch. De plus, la différence de prix sur le câble entre les deux versions est ramenée à 30 euros pour un premier prix de 99 euros sur le modèle IE-FC300. Onkyo présentait aussi une microchaîne rigolote appelée Colibrino et qui comme son nom le suggère, elle se décline en couleurs acidulées. Autre particularité, celle-ci est dotée d'un dock physique pour iPhone 5, le tout pour 299 euros. La barre de son LS-B50 à 549 euros est très enthousiasmante, pas tellement par son look mais plutôt par le son produit en conjonction avec le caisson de basse sans fil fourni. Déjà, le niveau possible est vraiment élevé mais surtout il y a de la présence et un effet surround saisissant. Comme la plupart des fabricants audio, Onkyo se lance à son tour dans le support sonore sur lequel on pose le téléviseur. De conception assez sophistiquée avec un subwoofer qui émet vers le bas, deux haut-parleurs frontaux et deux sur le côté, le son produit est assez punchy et enveloppant mais manque tout de même de basses. Le support LS-T10 coûte 449 euros.



# Pioneer se dématérialise



Pioneer a présenté une chaîne home cinéma compacte, originale et connectée. La MCS-FS232 se pilote par une application sous iOS ou Android. Elle diffuse également sans fil le contenu vidéo d'un smartphone. Branchée sur le téléviseur en HDMI, elle est en mesure de transférer le contenu vidéo d'un smartphone Android sans aucun jumelage préalable. Les satellites ont la particularité de pouvoir s'attacher pour se transformer en barre de son. Le prix annoncé est de 450 euros. Après être devenus de plus en plus obèses, les amplificateurs audio vidéo changent de tendance et la mode du slim revient. Ainsi le VSX-S510 est certes compact mais il pèse son poids, preuve que la qualité des composants n'a pas souffert de l'amincissement. Cet ampli est également ouvert sur le monde avec L'Airplay et le DLNA. Il se pilote par une application et il traite les signaux vidéo en Ultra-HD.



# Marshall Enceinte vintage

Le premier casque commercialisé sous la marque Marshall a connu un immense succès et pour cause. La qualité était en ligne avec le prix mais surtout le look vintage avait fait mouche. Marshall est célèbre pour ses fameux amplis guitare au look incomparable et logiquement la marque a lancé une enceinte qui reprend le même design. Mais le prix de 800 euros réservait l'objet aux plus fortunés. Marshall décline cette enceinte en modèle plus compact et surtout compatible Bluetooth aptx. Le prix de la Stanmore Wireless n'est certes pas démocratique du haut de ses 400 euros mais le rendu sonore est très impressionnant et surtout l'objet est vraiment magnifique. Tout a été soigné jusqu'aux moindres détails, comme le panneau de contrôle du dessus qui reprend les interrupteurs à bascule des anciens amplis guitare.



## Yamaha toujours surprenant

La Hi-Fi stéréo a le vent en poupe et Yamaha montre que la qualité n'est plus réservée à l'élite. Ainsi, l'amplificateur stéréo AS200 affiche une finition identique aux modèles haut de gamme mais ne vaut que 200 euros pour 2 x 100 Watts. Le 201 coûte 30 euros de plus mais bénéficie d'une entrée pour platine vinyle et d'un mode Pure Direct. La MCR-N560 est une microchaîne très séduisante composée d'une électronique magnifique en métal et de deux enceintes bibliothèques. Certes, elle intègre un lecteur de CD et le tuner FM mais elle se connecte aussi au réseau avec une compatibilité DLNA, Airplay et web-radios. De plus, elle est Bluetooth, le tout pour 550 euros. Pour les 10 ans de sa technologie YSP, Yamaha démocratise le concept qui demeure le seul à rendre une barre de son vraiment surround. La YSP1400 coûte 450 euros et intègre six haut-parleurs ainsi qu'une sortie caisson de bases. Elle est également

compatible Bluetooth, se pilote par une application et dispose d'un procédé de calibrage simple mais efficace. La restitution est très dynamique et vraiment enveloppante, surtout au regard du prix. Yamaha vient aussi au slim avec un amplificateur A/V RX-S600 qui en offre beaucoup pour 600 euros. Il est certes fin mais les composants sont de premier ordre avec un châssis dont chaque millimètre carré est exploité. L'ampli est également connecté avec un accès à l'Airplay et à Spotify. Il délivre 95 Watts par canal. La LSX-700 est une enceinte colonne amplifiée qui se connecte à la source en Bluetooth aptx. Les haut-parleurs sont orientés de manière à réfléchir le son aux murs quand on la place dans un coin, ce qui crée un son enveloppant. Mais la principale nouveauté réside dans un éclairage d'ambiance par une rampe à LED qui projette à l'arrière. Le prix annoncé est de 600 euros.



## Pure muscle le multiroom

La gamme Jongo de Pure place le multi room à la portée de toutes les bourses et se pilote simplement par un smartphone qui sert aussi de source musicale. Rappelons que la connexion se fait en WiFi et que l'on peut multiplier les enceintes tant que la couverture réseau est assurée. Déjà, Pure annonce le lancement imminent de son service de musique illimitée par abonnement à 4,99 euros par mois. Et le fabricant anglais renforce la gamme par des modèles T qui se branchent sur le secteur pour plus de puissance mais moins de mobilité. La T6 à 399 euros offre une puissance de 100 Watts et deux gros haut-parleurs large bande bass reflex orientés de manière à créer un son enveloppant. Ils sont d'ailleurs fournis par Onkyo, une bonne caution. Comme les autres modèles de la série, l'enceinte peut se placer à l'horizontale et à la verticale. Il est d'ailleurs possible d'en combiner deux pour obtenir un effet stéréo à partir d'une seule source. Le modèle T4 se contente de 50 Watts pour un prix de 299 euros et la T2 offre 25 W pour 179 euros, ce qui en fait le modèle le plus accessible du système Jongo.

## AWOX : lumineux

Awox est un fabricant français, inventeur de l'ampoule sonore qui intègre un haut-parleur pour diffuser une source musicale en Bluetooth. Awox propose désormais une véritable gamme. La Stream Light Mini est une version de petite taille dotée d'un culot E14 qui permet de l'utiliser pour une lampe de chevet ou de bureau. La puissance lumineuse est équivalente à 20 W en traditionnel. Le son est transmis en Bluetooth pour une puissance de 3 watts. Son prix est de 59 euros. La Stream Light WiFi se connecte comme son nom l'indique au réseau sans fil de la maison. Cela permet de la piloter par une application iOS et Android à la fois pour le son et pour la lumière qui est variable. On pourra y diffuser une source du réseau mais la lampe intègre aussi un serveur web-radios. On peut aussi utiliser deux ampoules en mode stéréo. Le culot est un classique E27 et la puissance lumineuse équivaut à 40 W. Plus tard, la famille sera rejointe par une ampoule Bluetooth qui permettra de faire varier l'intensité et proposera plusieurs couleurs d'éclairage. Awox lance aussi une enceinte WiFi et Bluetooth sans compromis en aluminium à 299 euros. La partie sonore a été réalisée par Cabasse et l'enceinte délivre 80 Watts RMS. Enfin, le Stream Stick est une clef qui se connecte sur le téléviseur pour en faire une Android TV. L'appareil est aussi doté d'une fonction serveur média pour diffuser des vidéos à partir d'un ordinateur connecté au réseau. La télécommande livrée se paie même le luxe d'être gyroscopique pour piloter au mieux l'interface et des jeux comme Angry Birds. Le tout ne coûte que 99 euros.



## LG, du son sous la TV

LG suit la mode du support sonore pour le téléviseur qui se pose dessus. Il faut bien avouer que caler une barre de son au bas d'un écran posé sur un meuble n'est pas toujours chose facile et peut cacher le récepteur infrarouge pour la télécommande. Le LAP340 de LG ne fait que 3,5 cm de haut mais il y a des basses grâce à des subwoofers qui émettent vers le bas. Le téléviseur se relie

en analogique ou en numérique optique et le prix est de 400 euros pour une puissance de 120 Watts RMS. LG lance aussi une nouvelle barre sonore très fine et très discrète accompagnée d'un caisson de basses sans fil. Elle est aussi compatible Bluetooth et se connecte au téléviseur en HDMI. La version NB4530A à 400 euros se destine aux téléviseurs jusqu'à 46 pouces et la 5530 à 500 euros aux 50 et 55 pouces.





## Tout le contenu de vos tablettes, smartphones Android® ou PC sur votre télé, grâce aux technologies Miracast et Intel WiDi

**Visualisez vos films et vos photos, écoutez votre musique, consultez vos applications sur votre téléviseur.**

- Visualisez le contenu de votre smartphone, de votre tablette et de votre PC portable sur votre téléviseur en Wi-Fi
- Fonctionne avec la technologie Intel WiDi et les périphériques sans fil compatibles Miracast™\*
- Affichez vos contenus vidéo en Wi-Fi jusqu'en Full HD (1080p) et écoutez vos contenus audio
- Option d'alimentation pratique grâce au port USB connecté au téléviseur
- Petite taille pour un placement facile et une excellente portabilité
- Jouez à tous vos jeux android, utilisez skype, regardez vos photos, vidéos, toutes vos applications android sont compatibles !



PTV3000

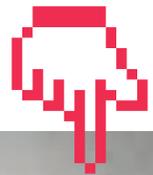


## Klipsch Le vrai son

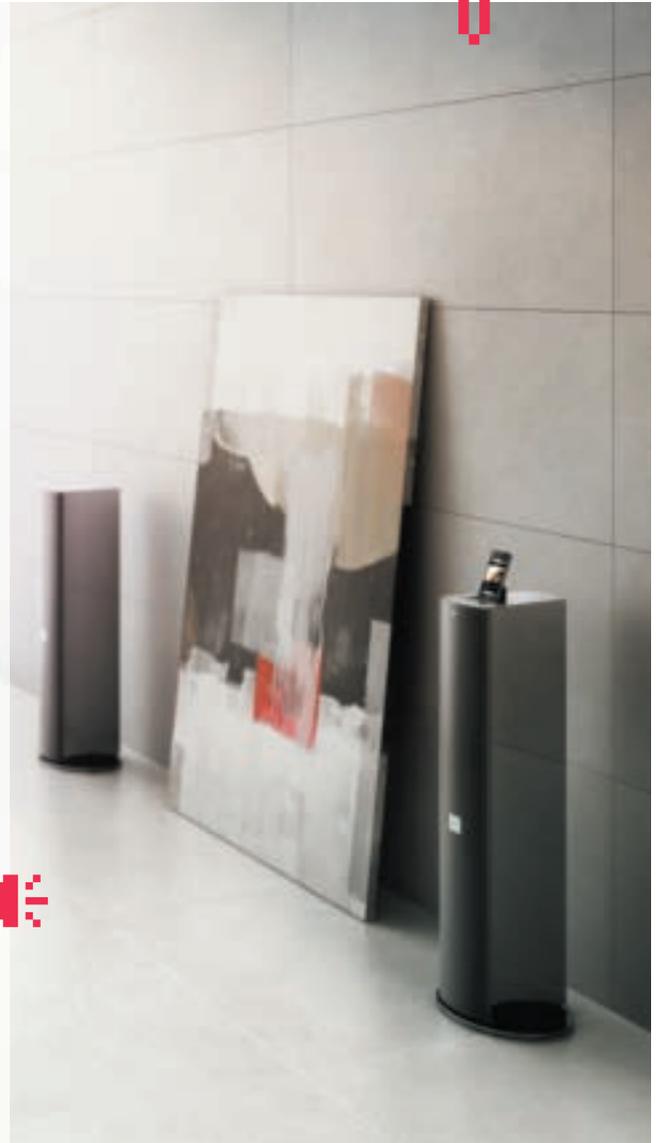


■ L'enceinte Bluetooth Gig est très compacte mais offre néanmoins 10 Watts en puissance. Outre une finition d'excellente qualité, elle produit l'un des meilleurs sons que nous ayons entendu dans cette catégorie de produits. L'autonomie annoncée est de 12 heures, tandis que l'appairage se fait facilement via le NFC. Il est possible de personnaliser l'enceinte, la bande de couleur présente pour limiter les vibrations et la faire tenir debout étant amovible. La sortie est prévue pour novembre à un prix de 199 euros. Plus grande mais aussi plus puissante, la KMC 1 One sera le disponible courant octobre dans huit coloris pour 299 euros. Transportable et sur batterie, elle délivre 20 Watts pour un son ahurissant au regard de la taille. Klipsch montre qu'il est possible de se différencier sur le segment de l'enceinte nomade, simplement en produisant du vrai son. La barre de son Torsten commercialisée par Jamo, qui fait partie du groupe, est un autre exemple de ce qu'il est possible de faire si on s'en donne la peine. Accompagnée d'un caisson de basses, le son produit est tout simplement exceptionnel, à la fois très puissant mais aussi très dynamique avec un rendu live que nous avons particulièrement apprécié sur l'extrait d'un concert de U2. Le prix exigé de 699 euros est vraiment très raisonnable au regard de l'écoute. Klipsch lance aussi un nouveau casque audio : le Status. Bien qu'un peu plastique à notre goût, il est bien fini et semble très solide. Il offre aussi une isolation phonique impressionnante pour un modèle non actif, réussissant à couper totalement les conversations et les bruits ambiants. Sortie prévue en octobre pour 200 euros.

## Philips, le smart audio



■ Les stations d'accueil en forme de colonne se vendent bien, mais généralement le son ne suit pas, alors qu'il y a la surface suffisante et surtout on revient au mono ! Comme leur nom l'indique, les Twin Towers sont deux colonnes dans lesquelles Philips a mis de vrais haut-parleurs de qualité. Dans celle de droite, il a ajouté un amplificateur, un lecteur CD, un tuner radio, le Bluetooth et un double dock iPhone 4 et 5. Les deux colonnes communiquent entre elles sans fil. Elles coûtent certes 800 euros mais la qualité sonore impressionne vraiment et surtout on bénéficie d'une vraie image stéréo. A signaler que le Bluetooth est compatible aptx et AAC pour une qualité compatible avec les prétentions audiophiles de cette chaîne du futur. Plus novatrices encore, les enceintes Fidelio E5 semblent a priori banales. Elles se présentent sous la forme de deux enceintes bibliothèque déjà de bonne taille et accompagnées d'un caisson de basses sans fil. En y regardant de plus près, on voit qu'au sommet de chaque enceinte il y a une poignée et en tirant dessus, on s'aperçoit que la partie haute se détache. Il s'agit alors de deux satellites qu'il suffit de placer à l'arrière de la position d'écoute pour transformer l'ensemble en home cinéma 4.1. La transmission se fait sans fil et une batterie alimente les satellites qui se rechargent une fois reposés sur les enceintes à l'avant. Pour les films, difficile d'imaginer du vrai surround plus simple et plus convivial. La finition est très luxueuse avec du bois, du cuir et du tissu façon laine. Les enceintes disposent de leur propre amplification et se relient au téléviseur en HDMI ou en numérique. Elles sont aussi NFC et Bluetooth aptx. Les Fidelio E5 ne seront pas disponibles avant 2014 à un prix non encore fixé. Philips lance également un support audio à placer sous le téléviseur, c'est à la mode. Celui-ci a la particularité d'être en bois ce qui permet de supporter des écrans jusqu'à 23 kilos et d'offrir de la résonance pour les basses. Le support sonore comprend deux subwoofers qui émettent vers le bas, deux tweeters et deux médiums en face avant. La connexion au téléviseur se fait en HDMI et le Bluetooth comme le NFC sont aussi de la partie. Lancement prévu en octobre à 250 euros.





## Panasonic, l'audio élégance

Comme la plupart des autres généralistes de l'électronique grand public, Panasonic se lance dans l'enceinte nomade sans fil Bluetooth mais cherche à se placer sur un créneau à plus forte valeur ajoutée, comme un certain Bose. La SC-NA30 est assez imposante mais encore transportable et n'est pas sans rappeler la Soundlink. Son design rétro en argent ou en noir est très réussi. Comble du raffinement, les boutons du dessus se rétractent dans le châssis électriquement à l'arrêt pour ne pas être saillants en transport. La puissance est conséquente et on aperçoit trois haut-parleurs derrière la grille. L'appareil est également NFC et permet de recharger un appareil mobile en USB. Son prix est de 279 euros. La BT-NA10 en est une déclinaison plus nomade qui offre une autonomie de 20 heures et se dote de housses disponibles dans de nombreux coloris. Son prix est de 199 euros. Enfin, Panasonic propose une enceinte plate qui fait office de pied surélevé pour le téléviseur à poser dessus. C'est une solution très élégante et qui évite les problèmes de placement d'une barre son. Le SC-HTE89 se dote de deux subwoofers sous le châssis et d'une bande de tweeters sur le devant. De quoi proposer un son déjà musclé. L'enceinte est également Bluetooth et NFC pour un prix de 299 euros.



## Loewe, identité audio

Fort du succès de sa gamme audio distribuée via les canaux habituels, Loewe lance trois nouvelles stations d'accueil dénommées SoundPort ID. Il s'agit d'une gamme d'enceintes Bluetooth / NFC équipées d'un dock iPhone 5 rétractable. On apprécie d'ailleurs de pouvoir cacher la prise derrière une plaque métallique quand on ne s'en sert pas, contrairement à bien d'autres modèles. La montée en gamme se fait uniquement selon la puissance de l'appareil. Le modèle mini est à 40 W, le compact à 60 W et le plus gros culmine à 80 W. Les prix annoncés sont de 400, 600 et 800 euros.



## Philips pour d'jeuns



Philips lance une enceinte Bluetooth nomade qui a la particularité de résister aux chocs et à l'eau. Le haut-parleur émet vers le haut et la finition est en caoutchouc. La bouille est sympa pour un prix assez doux à 80 euros. Les S5X sont deux enceintes amplifiées au look studio monitor qui peuvent à la fois se connecter à un téléviseur et à un ordinateur ou recevoir de la musique en Bluetooth. D'une puissance 100 Watts, elles coûtent 250 euros. Autre innovation marquante, Philips a placé une table de mixage DJ sur une enceinte qui crache le feu. La Mix-DJ est imposante mais produit du Watt. La platine de mixage dispose de deux jogs et surtout d'un emplacement pour iPad qui se relie en filaire. Il affiche le logiciel de mixage et sert de source. Le tout est même transportable par une sangle et fonctionne sur secteur ou sur batterie. Le must du DJ en herbe ! Lancement prévu en novembre à 400 euros.

## Sony, l'audio sans compromis



Sony lance deux nouvelles barres de son, toutes deux innovantes. La HT-ST7 est assez imposante et accompagnée d'un caisson sans fil. Elle est surpuissante et dotée de neuf haut-parleurs large bande en façade. La finition est en aluminium et elle est compatible Bluetooth comme NFC. Le prix est l'avenant à 1 100 euros. La HT-ST3 est en revanche la barre de son la plus fine au monde avec seulement trois centimètres d'épaisseur. Livrée avec un caisson, elle intègre tout de même 11 haut-parleurs. Compatible NFC et Bluetooth, elle coûtera 700 euros. Sony s'intéresse aussi à la musique dématérialisée pour la Hi-Fi et c'est une initiative très intéressante. Ainsi, l'amplificateur HAP-51 au format mini-chaîne intègre un disque dur de 500 Go. Il dispose d'un écran LCD en façade pour trouver facilement les musiques stockées. Il se connecte au réseau en WiFi et peut être piloté à distance par une tablette ou un smartphone grâce à l'application dédiée pour iOS et Android. Sa puissance est de 2 x 40 Watts et il sera idéalement associé à deux enceintes acoustiques au format bibliothèque. Encore plus audiophile, Sony lance aussi un préamplificateur HAP-Z1ES doté d'un disque dur de 1 To, d'un écran LCD couleur, d'une connexion WiFi et surtout de convertisseurs haut de gamme pour la modique somme de 2 000 euros.



## Action

**Ces familles ne sont pas au cœur de l'IFA mais il y a toujours des annonces de ci, de là, surtout chez les généralistes.** En photo, Sony a pris tout le monde de court avec un appareil photo d'un genre nouveau qui utilise le smartphone et pourrait bien faire de l'ombre au compact. En vidéo, c'est clairement la caméra d'action qui a le vent en

poupe, il y en avait des dizaines sur l'IFA. La tendance est à l'intégration d'un mode GPS qui permet d'incruster les données recueillies sur la vidéo. Le GPS innove aussi par l'affichage HUD et là encore, l'utilisation du smartphone déjà existant. En matière de réseau, il s'agit surtout d'optimiser le réseau WiFi domestique et d'améliorer les débits en CPL.

## Sony QX, la fin du compact



Ces derniers temps, beaucoup de constructeurs ont tenté de fusionner un appareil photo et un smartphone mais c'est Sony qui a trouvé la solution ultime sous la forme d'appareils aux formes bien étranges, les QX10 et QX100. Concrètement, il s'agit d'appareils photos autonomes, sans écrans mais dotés d'une batterie et d'une carte mémoire. Ils prennent tout leur sens en se connectant en NFC / Bluetooth à un smartphone compatible. L'écran du smartphone devient alors celui de contrôle de l'appareil pour la prise de vue. Grâce au WiFi, on n'est même pas obligé de garder les deux appareils l'un près de l'autre. On peut alors choisir de stocker les photos sur la carte mémoire de l'appareil ou sur le smartphone. Bonne nouvelle,

ce n'est pas limité uniquement aux téléphones Sony ! Il faut juste au minimum une version 2.3 d'Android ou iOS 4.3 pour que cela fonctionne. Le QX10 intègre un zoom 10x et un capteur 18 Mpixels. Il sera vendu 200 euros. Plus extrême, le QX100 reprend carrément la partie optique des RX100 II. On retrouve donc, dans un format très compact, l'excellence d'un appareil expert, soit son zoom 3,6x, son ouverture à 1.8 et son capteur 20 Mpixels. Le prix est logiquement plus élevé à 450 euros. Alors faut-il jeter son appareil photo ? Pas vraiment, ces deux modèles restent limités en vidéo. Ils ne filment pas en Full-HD et vous ne pouvez pas photographier en RAW.

# GPS

## Panasonic à fond de zoom



On a déjà eu l'occasion de vous parler du Panasonic GX7. Il s'agit du nouvel hybride micro 4/3 haut de gamme. Il dispose d'un capteur CMOS 16 Mpx et sera disponible dès 1 100 euros avec un 14-42 mm ou à 1200 euros avec une focale fixe 20 mm. Le capteur a été retouché et devrait être plus sensible. On parle d'une réduction du bruit de l'ordre de 25%. C'est surtout la prise en main qui change avec un viseur OLED inclinable à 90 degrés en plus de l'écran tactile de trois pouces, inclinable aussi. L'appareil sera aussi connecté, avec l'intégration du WiFi et du NFC. Pour les amateurs de petites bestioles, Panasonic a sorti un FZ72 absolument démentiel. Il intègre un objectif 60x, soit l'équivalent d'un 20-1200 mm. On pourrait penser que la mise au point et la stabilisation à cette distance seraient problématiques. Pourtant la prise de vue à fond de téléobjectif d'un petit objet à l'autre bout du stand pharaonique de Panasonic n'a pas posé problème. Sur un sujet en mouvement, ce sera sans doute une autre histoire. Ce bridge embarque un capteur 16 Mpx. Le mode rafale est conçu pour la photo animalière, avec neuf images par seconde en pleine résolution. Dernière bonne surprise, le prix ! Le FZ72 ne coûte que 400 euros et sera disponible dès la fin septembre.



## Sony, du NEX et de l'Alpha

Sony présentait sur le salon une série de nouveautés au rayon photo. Commençons sans doute par la moins spectaculaire. Le NEX5 évolue dans une déclinaison NEX5T. La partie optique reste inchangée avec un capteur 16,1 Mpx au format APS. On note juste l'arrivée du NFC. Pas de quoi en faire un plat. En revanche, signalons l'annonce très remarquée du Sony Alpha 3000. Il s'agit d'un reflex entrée de gamme à viseur électronique utilisant la monture des hybrides NEX. Cela permet à Sony de proposer son boîtier à 400 euros avec le



zoom de base. Le capteur est un 20.2 Mpx au format APS-C. Voilà qui permettra aux amateurs de faire leurs premiers pas sur un reflex qui n'en est pas un. Car en y regardant de plus près, c'est un hybride aux mensurations plus généreuse, c'est tout. La gamme d'objectifs compatibles NEX s'étend aussi, mais par le haut cette fois-ci. Pour la vidéo, Sony présente un 18-105 mm motorisé à 1 500 euros tout de même. Plus photo, le 16-70 mm à f/4 constant est signé Zeiss et se négocie tout de même à 1000 euros environ.

## Ricoh en mode panorama

Ricoh présentait sur son stand un petit appareil prenant des photos à 360 degrés pour des panoramas vraiment originaux. Concrètement, il s'agit d'un petit bâtonnet comportant deux capteurs et des optiques fish-eye. Il est possible d'enregistrer ses photos sur la mémoire interne de l'appareil mais c'est surtout en conjonction avec d'autres appareils que le Theta prend tout son sens. En particulier, l'appareil ne dispose pas d'écran. Une application iOS permet de visualiser les images et de zoomer dedans. On peut ensuite les poster sur Facebook, Twitter et Tumblr. Une appli pour PC et Mac existe aussi. L'appareil coûtera 400 euros environ.





## Sony, l'action localisée



■ Sony lance une évolution de sa caméra d'action, l'AS30. Si les caractéristiques restent inchangées, elle se dote du NFC et surtout du GPS. Il est donc possible d'enregistrer des données comme la distance et la vitesse, et même de les incruster dans la vidéo. Nul doute que cela suscitera des vocations de record et sans doute Sony va contribuer à encombrer encore davantage les urgences des hôpitaux.

Cette nouvelle version sort sous peu au prix de 300 euros. Une montre bracelet Live View Remote dotée d'un large écran LCD permettra de piloter la caméra durant l'action. Elle sortira en novembre à 150 euros. A signaler que les accessoires de fixation de la caméra vont s'enrichir d'un harnais pour chien, si si ! Et mon chat alors.

## Toshiba dans l'action

■ Fort de sa position de leader sur le marché du caméscope, Toshiba se lance à son tour dans la caméra d'action mais avec la particularité de vouloir adresser une cible familiale plus large et pas seulement adepte des sports extrêmes. Toshiba pourra s'appuyer sur son réseau de distribution très large. La X Sports est compacte mais intègre un petit écran LCD couleur de deux pouces. Elle se commande aussi par une télécommande brassard livrée ainsi que par une application smartphone disponible sur iOS et sur Android. Elle est donc aussi WiFi et sa batterie assure une autonomie de 60 à 90 minutes selon l'usage de l'écran LCD. La vraie bonne idée est d'avoir intégré une fixation photo standard ce qui permet d'utiliser tous les pieds existants sans adaptateur. La X Sports est également livrée avec une fixation casque, poitrine et vélo. Le caisson étanche est utilisable en plongée et permet une immersion de 40 mètres. Le capteur est un 12 Mpixels et la caméra filme en Full-HD à 60 images par seconde. Elle sera disponible en novembre à 249 euros.



## Sony, Music Recorder

■ Pour ceux qui cherchent toujours une bonne solution pour filmer un concert, Sony a conçu le HDR MV1 également dénommé Music Recorder. Il s'agit d'un caméscope compact et robuste doté de deux micros avec un angle de capture à 120 degrés. Il en va de même pour la vidéo, avec un angle de vue à 120 degrés aussi grâce à une optique Carl Zeiss. L'appareil enregistre les vidéos en 1080p 30 i/s et la sensibilité du capteur est adaptée pour le concert grâce à un capteur rétroéclairé Exmor R. Le son est enregistré en AAC ou en PCM non compressé. Pour la visée en revanche, c'est une autre histoire. Elle se fera à main levée dans la mesure où l'écran sur le côté de 2,7 pouces de diagonale n'est pas orientable. On peut enregistrer deux heures de concert sur la mémoire interne. L'appareil pèse 170 grammes et sera commercialisé au prix de 300 euros à partir de la fin novembre.

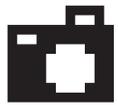


## C'est original, c'est nouveau

### Dessiner en 3D

La petite marque américaine 3doodler a fait forte impression malgré une présence discrète sur le salon. Comme quoi, une bonne idée peut suffire. Ce projet démarré sur Kickstarter a connu un succès phénoménal avec plus de 26 000 souscriptions. Il s'agit tout simplement d'un stylo qui dessine en relief. Pas besoin d'imprimante, de PC ou de modèle 3D, tout se fait à main levée. Il suffit d'un peu de patience et d'arrêter le café. Techniquement, le stylo

chauffant extrude un fil de plastique (ABS ou PLA) qui durcit instantanément à l'air libre. Le stylo coûte 90 euros environ, et il vous en coûtera 10 euros par pack de 25 recharges de stylo. Mais si vous commandez quatre couleurs, le port est offert. Vraie ou fausse bonne idée ? L'appareil est disponible à la vente de par le monde et la marque annonce tout de même près de 300 000 précommandes, pas mal comme chiffre d'affaires au démarrage.



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



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

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.

DOSSIER SPECIAL



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](http://www.devolo.fr/wi-fi)

**devolo**  
The Network Innovation

## Netgear accélère le courant



■ Le répéteur WiFi se vend de mieux en mieux car avec la multiplication des appareils mobiles, on veut pouvoir capter partout dans le foyer. Or on le sait, les murs, les étages et souvent le placement de la box à une extrémité du logement font que même dans es appartement de petite taille, tout n'est pas couvert. Mais le répéteur doit aussi être placé idéalement, de manière à ce que la réception soit encore bonne et que la zone à couvrir l'est réellement. Netgear propose donc sur son nouveau modèle WN3100RP en 300 Mbits deux petites LED qui signalent la force suffisante du signal par rapport à la box et par rapport à l'appareil mobile dans la zone non couverte. C'est une petite astuce intelligente qui permettra de placer le répéteur idéalement. A signaler que la prise électrique est répétée pour ne pas avoir à sacrifier celle du mur. Le prix est de 59 euros.

Netgear se lance aussi dans le 600 Mbits avec une prise Powerline 600 XAV 6504 qui intègre quatre ports réseau Ethernet dont un en Gigabit. Cela permet de brancher quatre appareils en même temps, dont un en échange très rapide. L'avantage du 600 ne réside pas tant dans l'augmentation du débit maximal mais plutôt dans l'utilisation de la terre pour améliorer le signal quand la ligne est perturbée, par exemple par des chargeurs d'appareils mobiles. On peut alors gagner jusqu'à 50% de débit. La paire de prises Powerline 600 vaudra 119 euros et devrait être disponible en octobre. Netgear a également présenté un premier routeur mobile 4G. Le minuscule boîtier reçoit une carte SIM 4G et il est alimenté sur batterie. A partir de la connexion 4G, l'AirCard crée un réseau WiFi pour distribuer sans perte. On pourra ainsi connecter plusieurs appareils mobiles en même temps. Le prix est de 149 euros et la disponibilité est annoncée pour novembre.



## Garmin dans l'action

■ Le géant du GPS innove avec un module HUD pour smartphones. Il communique avec le téléphone en Bluetooth et projette les informations sur le pare-brise en y collant un petit film si on l'utilise dans un seul véhicule ou par un petit écran en plastique transparent sur le boîtier. Cela permet au conducteur de suivre le bon chemin sans quitter la route des yeux et surtout sans avoir à fixer le smartphone dans la voiture. En revanche, le HUD fonctionne exclusivement avec l'application Navigon qui est de toute manière la meilleure du moment. Le prix est de 149 euros. Le Sumo 390 est un GPS dédié à la moto qui a la particularité de proposer un itinéraire Curvy avec un maximum de virages pour faire plaisir au motard. Par ailleurs, on peut lui adjoindre optionnellement des capteurs de pression pour les pneus qui valent 50 euros pièce. Garmin se lance aussi dans la caméra d'action avec deux modèles : le Virb et le Virb Elite. On retrouve l'expérience du constructeur en matière d'outdoor car ces caméras en caoutchouc semblent très robustes. Elles se mettent en marche par un gros bouton poussoir sur le côté, ce qui permet de savoir aisément si on filme ou non. La batterie offre une autonomie très longue de trois heures et la caméra filme en Full-HD. Un caisson de plongée optionnel est disponible et les caméras sont compatibles ANT+ afin de notamment de les piloter avec des montres GPS de la marque comme la Fenix. La Virb vaut 299 euros et l'Elite 399 car elle ajoute le GPS et un accéléromètre. Les données recueillies pourront d'ailleurs être incrustées dans la vidéo.

## T'nB, l'action en Full-HD



■ T'nB lance une deuxième caméra d'action qui filme cette-fois ci en Full-HD. L'Adrenalin Expert est livrée avec de nombreux accessoires de montage et dispose d'une fixation pied photo standard, ce qui permet d'utiliser des accessoires déjà existants. La caméra peut aussi se placer dans un caisson étanche à cinq mètres et intègre un écran LCD tactile. Et le tout ne coûte que 129 euros.



## Devolvo, les urgences du réseau

■ Devolo a essayé de répondre au problème récurrent des réseaux WiFi qui ne couvrent que très partiellement la maison avec toujours des problèmes de réception. Certes, il est possible d'étendre par un répéteur mais ce n'est qu'une solution partielle et l'installer au bon endroit n'est pas toujours aisé. Devolo règle définitivement le problème par le CPL. Il suffit de brancher une prise CPL sur le routeur ou la box puis de répartir des petites prises partout dans la maison. En fonction de la superficie à couvrir, on peut en mettre jusqu'à huit. La première connectée va créer un réseau WiFi et toutes les autres vont s'y connecter simplement en pressant un bouton. Quel que soit l'endroit, l'utilisateur ne verra qu'un seul réseau et surtout la couverture sera optimale avec un relais d'une prise à l'autre qui est transparent pour l'utilisateur. Devolo propose un pack avec la prise à connecter sur le routeur et deux autres pour le réseau WiFi à 149 euros, ensuite chaque prise d'extension supplémentaire coûte 69 euros. Devolo annonce aussi ses premières prises 650 Mbits. Les prises CPL Devolo dLan 650 existent en deux versions avec un connecteur réseau Gigabit ou avec trois, ce qui est utile, notamment à proximité du téléviseur où les appareils se multiplient. La paire de prises à un port coûtera 129 euros, 69 euros à l'unité. La paire avec trois ports vaudra 149 euros et 79 euros l'unité. La sortie est prévue pour novembre.



Présente le Système

# Géotalker

« Géotalker » apporte des services  
Talkie Walkie & Géolocalisation aux Mobiles 3G  
pour optimiser le travail de vos équipes sur le terrain.

- Gestion d'équipes
  - Réseau privé
  - Facile d'utilisation
  - Connexion instantanée
  - Groupes de communications
- Large gamme de Mobile M.T.T. G&T

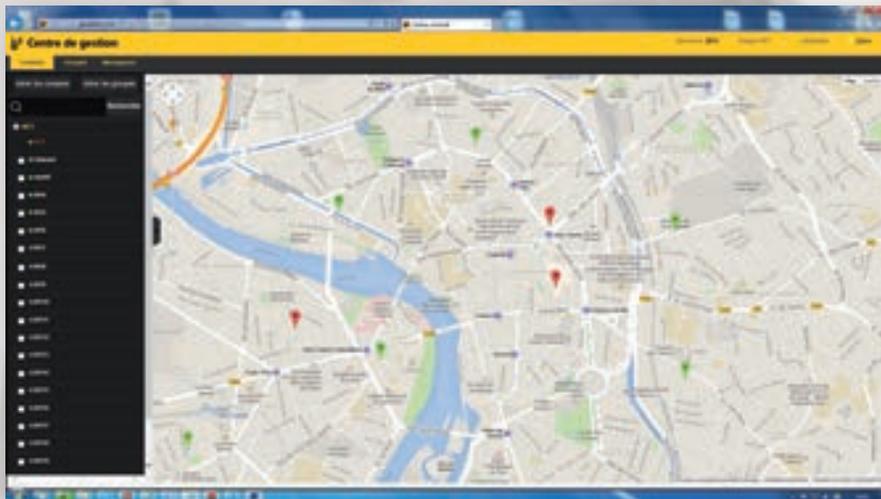
Geotalker.com fournit hardware et accès au serveur.  
Support Technique personnalisé.



*Pompiers*



*Logistique*



*Sauveteurs*



*Taxis*



*Transport ferroviaire*



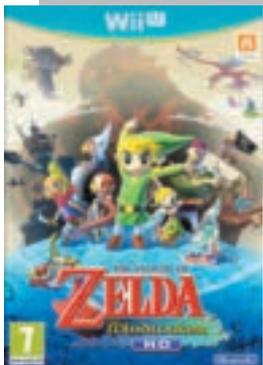
*Industrie*



*Ambulances*



*Construction*



## Beyond : Two Souls

### ■ Aventure

#### ■ Le 9 octobre

Après le succès de Heavy Rain (2010), le studio Quantic Dream signe un nouveau jeu d'aventure exclusif à la PS3. Toujours très proche des techniques cinématographiques, le titre propose au joueur d'intervenir directement sur le déroulement du scénario en dirigeant les héros, en prenant part à des scènes d'action, en dirigeant les dialogues... L'histoire suit ici le chemin d'une jeune fille qui a la particularité de communiquer avec une mystérieuse entité paranormale. Des acteurs hollywoodiens tiennent les rôles clés (Ellen Page, William Dafoe).

### ■ PLAN MARKETING

Lancement très orienté septième art pour ce titre, Sony Computer organisant soirée d'avant-première au Grand Rex à Paris, diffusion de bande-annonces dans le réseau UGC ou encore partenariats de circonstances (gobelets décorés, Ben and Jerry's...). Un plan média massif est prévu avec de la TV (chaînes hertziennes, cbsat), de Web et de la presse. Des partenariats ont été signés avec Orange, Allociné et Fun Radio.

### ■ MISE EN PLACE

150 000 exemplaires

### ■ DÉVELOPPEUR

Quantic Dream

### ■ EDITEUR

Sony Computer

### ■ DISTRIBUTEUR

Sony Computer

### ■ NOMBRE DE JOUEURS

1 à 2

### ■ JEU EN LIGNE

Non

### ■ PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

70€ environ (version standard)



## Fifa 14

### ■ Simulation sportive

#### ■ Le 26 Septembre

En attendant les versions next-gen, Fifa 14 débarque sur presque toutes les plateformes actuelles avec lui aussi son lot de nouveautés. Intelligence artificielle peaufinée, physique de balle plus réaliste, nouvelles équipes (championnats argentin et brésilien), mode Fifa Ultimate Team bonifié sont notamment au programme des réjouissances. C'est à nouveau Lionel Messi (le joueur du FC Barcelone) qui orne cette année la jaquette du titre d'Electronic Arts.

### ■ PLAN MARKETING

La campagne marketing sera en deux temps. D'abord au moment de la sortie du jeu sur les consoles actuelles puis lors des commercialisations de la Xbox One et de la PlayStation 4 fin novembre.

### ■ MISE EN PLACE

Non communiquée

### ■ DÉVELOPPEUR

EA Sports

### ■ EDITEUR

Electronic Arts

### ■ DISTRIBUTEUR

Electronic Arts

### ■ NOMBRE DE JOUEURS

NC

### ■ JEU EN LIGNE

Oui

### ■ PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

NC



## Just Dance 2014

### ■ Jeu de danse

#### ■ Le 1<sup>er</sup> octobre (Next-gen à leur sortie)

En quelques années, la franchise Just Dance s'est imposée comme la nouvelle référence dans le domaine du jeu de danse. Cette nouvelle édition embarque, comme toujours, plusieurs dizaines de chansons pop sur lesquelles danser. Il s'agit aussi d'un opus plus connecté avec des modes multijoueurs en ligne (World Dance Floor) mais aussi On Stage qui propose de recréer les conditions d'un spectacle live. Le partage de chorégraphies est aussi au menu avec Just Dance TV ou encore Autodance (qui prend aussi la forme d'une application à télécharger).

### ■ PLAN MARKETING

Non communiquée

### ■ MISE EN PLACE

Non communiquée

### ■ DÉVELOPPEUR

Ubisoft

### ■ EDITEUR

Ubisoft

### ■ DISTRIBUTEUR

Ubisoft

### ■ NOMBRE DE JOUEURS

NC

### ■ JEU EN LIGNE

Oui

### ■ PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

Entre 40€ et 50€ environ



## The Legend of Zelda : Wind Waker HD

### ■ Action/aventure

#### ■ Le 4 octobre

Parue en 2003 sur GameCube, cette aventure de la saga Legend of Zelda profite d'un lifting à l'occasion de son adaptation sur Wii U. Méorable pour son approche visuelle différente lorgnant vers le dessin animé, le titre s'était aussi distingué de par la sensation de liberté offerte au joueur qui peut explorer les mers en bateau. Outre l'affichage de l'inventaire et des cartes sur le Gamepad, cette version Wii U affiche des graphismes revus en HD, un aspect connecté via les messages Miiiverse ou encore un nouveau niveau de difficulté.

### ■ PLAN MARKETING

Non communiqué. Le jeu sort en version standard, collector et en bundle avec une édition limitée de la console.

### ■ MISE EN PLACE

Non communiquée

### ■ DÉVELOPPEUR

Nintendo

### ■ EDITEUR

Nintendo

### ■ DISTRIBUTEUR

Nintendo

### ■ NOMBRE DE JOUEURS

1

### ■ JEU EN LIGNE

Non

### ■ PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

50€ environ (version standard)

19/20/21 NOVEMBRE

# DIGIWORLD summit

## The digital gold mines

2013

# GameSummit

by DIGIWORLD



Depuis 2002, le Game Summit est organisé par l'IDATE dans le cadre du DigiWorld Summit ([www.digiworldsummit.com](http://www.digiworldsummit.com)), l'évènement qui réunit plus de 1500 professionnels des Telecoms, de l'Internet et des Médias.

Le Game Summit intègre une conférence industrielle internationale dont la 12<sup>ème</sup> édition se tiendra le 21 novembre au Corum de Montpellier.

Elle rassemble des intervenants représentant les différents segments de marché et métiers du jeu vidéo. Ce rendez-vous s'adresse à un public de professionnels et de chercheurs dans ce secteur, mais aussi au-delà : Internet, médias, télécommunications.

Autour du thème «2014: Transition ou Rupture», les intervenants enchaîneront keynotes et tables-rondes pour éclairer d'un point de vue autant technologique et industriel que créatif et artistique, les nouveaux défis proposés aux acteurs du jeu vidéo le long de sa chaîne de valeur.

LES SUJETS SERONT DISCUTÉS PAR DES PROFESSIONNELS RENOMMÉS DU SECTEUR :



Guha BALA, President, Co-founder, Vicarious Visions, Inc.

Ian BAVERSTOCK, Chairman at Smarter Learn Limited

Artem BOCHAROV, Publishing Director, Game Insight

Gael BONNAFOUS, CEO, Scimob

Luc BOURCIER, Video Game and Media Consultant,

Prodeo Consulting, Mentor at Game Founders

Davy CHADWICK, WW Development Director, EA Mobile

Eric CHAHI, Game Designer

Dino DINI, Lecturer, NHTV University and creator of 'Kick Off'

Frédérique DOUMIC, CEO and Founder, OUAT Entertainment

Christian DUSSART, Professor HEC Montréal

Christophe ERBES, CEO, Media Consulting

Bill FLETCHER, Animation Director, Valve

Scott FOE, Chief Creative Officer, Big Head Mode

Dean FOX, CEO, ScreenAngels

Megan GAISER, Chief Creative Strategy Officer, Her Interactive

Susan GOLD, Associate Director of the Game Design Program at Northeastern University

Alexis JOLIS DESAUTELS, Senior Game Designer, Ubisoft Academia

Kaermack POLEWSKA, Game Designer, Ubisoft

James PORTNOW, CEO, Divide by Zero Games

Frederick RAYNAL, CEO, Ludoid

Vincent VERGONJEANNE, CEO, EveryDayIPlay

Julien VILLEDIEU, General Delegate, SNJV

IN ASSOCIATION WITH MONTPELLIER IN GAME



SPONSORS



PARTNERS



Laurent MICHAUD, Head of Consumer Electronics & Digital Entertainment Practice, IDATE

Contact : Laurent MICHAUD +33(0)467 144 439 - [l.michaud@idate.org](mailto:l.michaud@idate.org)

Contact press : [press@gamesummit.pro](mailto:press@gamesummit.pro)

Pour toute information sur le DigiWorld Summit : [www.digiworldsummit.com](http://www.digiworldsummit.com)

Pour en savoir plus sur le séminaire Game Summit : [www.gamesummit.pro](http://www.gamesummit.pro)





## PES 2014

### ■ Simulation sportive

#### ■ Le 19 Septembre

Désormais outsider sur son segment, la simulation footballistique du studio PES Productions fait peau neuve cette année. Nouveau moteur de jeu (Fox Engine), licences inédites (et assez exotiques) et gameplay amélioré, PES 2014 s'annonce ambitieux. La jaquette du titre met en avant la prestigieuse Ligue des Champions, licence exclusive que détient Konami.

■ **PLAN MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Konami

■ **ÉDITEUR** Konami

■ **DISTRIBUTEUR** Konami

■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

**50€ environ**



## Pokémon X / Pokémon Y

### ■ Jeu de rôle

#### ■ Le 12 octobre

L'incontournable saga Pokémon revient, comme le veut la tradition depuis les premiers jeux sur GameBoy, avec deux cartouches sortant simultanément sur 3DS. Après avoir choisi l'un des trois Pokémon lui étant proposés, le joueur part à l'exploration de la nouvelle région de Kalos où il pourra développer sa collection de créatures inédites. A noter qu'un système de stockage en ligne payant, l'application Pokémon Banque, permettra de stocker des milliers de créatures. Le jeu sera évidemment compatible avec la nouvelle 2DS, qui sort au même moment.

■ **PLAN MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Nintendo

■ **ÉDITEUR** Nintendo

■ **DISTRIBUTEUR** Nintendo

■ **NOMBRE DE JOUEURS** Oui

■ **JEU EN LIGNE** Non

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

**45€ environ**



## F1 2013

### ■ Simulation sportive

#### ■ Le 4 octobre

Simulation de référence dans le domaine de la Formule Un, le titre signé Codemasters permet cette année de retrouver toutes les écuries, bolides et pilotes de la saison 2013 de F1. Intelligence artificielle et maniabilité ont notamment été optimisés. Les amateurs de la disciplines seront ravis de profiter de contenus « vintage » avec le mode F1 Classics, dans lequel il sera possible de retrouver voitures, pilotes et circuits des années 80. L'édition Premium du jeu abordera également les années 90...

■ **PLAN MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Codemasters

■ **ÉDITEUR** Codemasters

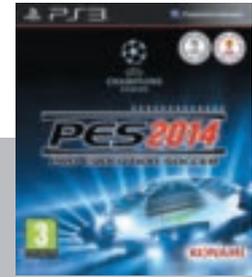
■ **DISTRIBUTEUR** Namco Bandai

■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

**50€ environ (version standard, console)**



visuel non définitif



## Inazuma Eleven 3 : Foudre Céleste / Feu explosif

### ■ Jeu de rôle

#### ■ Le 27 septembre

La série Inazuma Eleven, qui mêle simulation de football et jeu de rôle, revient dans un troisième volet sur la console portable de Nintendo. Deux versions différentes du titre sortent simultanément, avec quelques différences de contenu. Le joueur aura ici accès à 2 000 personnages différents pour constituer son équipe et à 350 capacités spéciales différentes. Combinant règles du football et système de jeu type RPG, cette série est déjà bien connue des possesseurs de DS et de Wii.

■ **PLAN MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Level 5

■ **ÉDITEUR** Nintendo

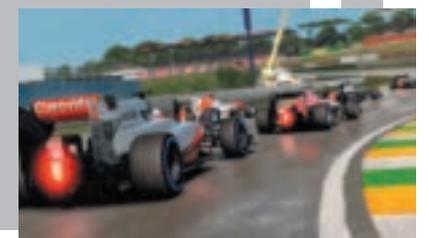
■ **DISTRIBUTEUR** Nintendo

■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** NC

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

**35€ environ**





*Final*

final audio design  
since 1974



### Adagio III

La réputation et le savoir faire  
d'une marque d'exception concentrés  
dans des écouteurs grand public.

// [www.xtrium.com](http://www.xtrium.com)

AUDIOFLY | EDIFIER | *Final* | JAYS | Innergie | GEARWARE | yeah! | RAZER

**XTRIUM**



a-JAYS Five

# Haier

Découvrez les nouveaux téléviseurs LED - LCD



**Vivez l'expérience Haier**

Découvrez la gamme complète de  
Haier sur le site [www.haier.fr](http://www.haier.fr)

**Haier**