

# JDLI

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs N°255 / 25 novembre 2013  
www.jdli.com

## TrueSmart

La montre connectée No Limit!



[www.omatewatch.fr](http://www.omatewatch.fr)

**OMATE**

Distribué par ADMEA





*TrueSmart*

# ELLE VOUS ACCOMPAGNE PARTOUT!

La TrueSmart d'Omate est une montre de dernière génération connectée et waterproof, fonctionnant sous Android 4.2.2 Jelly Bean. Son cadran en acier inoxydable et son look épuré, associés à ses capacités de résistance (verre saphir, boîtier étanche IP67) lui permettent d'être votre compagnon de l'extrême.

La Truesmart peut embarquer une carte SIM, elle s'utilise donc au quotidien comme un simple Smartphone autonome ou en accessoire de votre mobile Android habituel via le bluetooth.

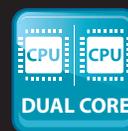
Les usages de cette Smartwatch sont multiples, par exemple :

- Emettre ou répondre aux appels
- Filmer ou prendre des photos
- Se localiser ou trouver son chemin grâce au GPS embarqué
- Ecouter de la musique (stockage interne de 4GB+ extensible micro SD)
- Gérer ses messages ou interagir et communiquer en 3G en toutes circonstances
- Vous assister via ses application dans la pratique de nombreux sports

Véritable concentré de technologie, TRUESMART intègre un processeur DUAL CORE, un écran tactile de 1,54", un récepteur 3G ainsi qu'un objectif photo et vidéo 5MP, le tout dans un design ultra compact.

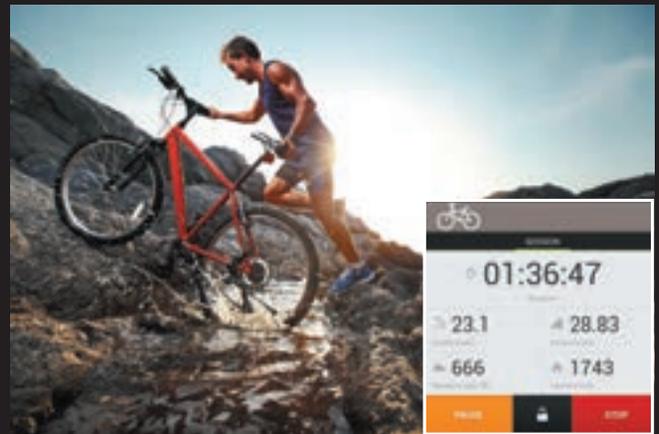
La TRUESMART d'OMATE conjugue avec brio élégance, efficacité, solidité, compacité et polyvalence ! Des caractéristiques qui en font un objet unique !

- Dual Core Cortex A7 – 1.3ghz
- Omate OS 1.0 / Android 4.2.2
- Ecran 1.54" TFT (240 x 240)
- Ecran tactile Multi touch capacitive (verre Saphir)
- Etanche (IP 67)
- 2G GSM : Quad band (850/900/1800/1900)
- GPRS class 12 EDGE multi slot Class 12
- 3G WCDMA : Mono band (1900 or 2100)
- HSPA 7.2 Mbps/5.76 Mbps
- Wifi : IEEE 802.11b/g/n ; Bluetooth 4.0 ; GPS
- Appareil photo 5Mp FF / Enregistrement vidéo 720p
- Memoire : 512 MB + 4GB ou 8 GB (Jusqu'à 32GB)
- Carte micro SIM
- Batterie 600 mAh : jusqu'à 240 min de communication
- Haut-parleur waterproof 1609
- SMS / MMS / Email
- G-Sensor, E-Compass, Gyroscope
- Contrôle vocal / LBS / Google Play
- Un ensemble complet d'applications Android dédiées





Personnalisez et suivez vos séances de running en temps réel.



Améliorez vos performances de VTT sur vos parcours préférés.



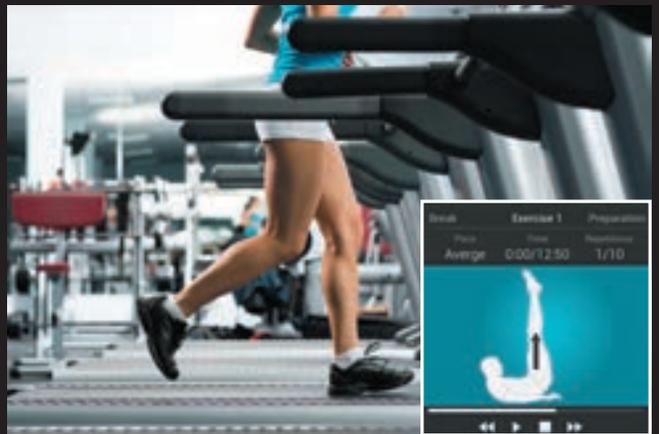
Chronométrez vos temps de parcours en fonction des conditions (Altimètre).



Emportez votre programme d'entraînement sous l'eau.



Ne perdez plus votre chemin et retrouvez vos parcours préférés (GPS intégré).



Construisez vos programmes d'entraînement sur mesure.

## Une nouvelle montre chaque jour.

Avec TrueSmart, vous pouvez changer votre cadran tous les jours à chaque instant!



Distribué par **ADMEA**

[www.omatewatch.fr](http://www.omatewatch.fr)

## PS4 : sur les chapeaux de roues aux USA

Sortie quelques jours aux Etats-Unis avant l'Europe, la PlayStation 4 y a connu un lancement brillant avec pas moins d'un million de consoles vendues en seulement quelques heures aux dire du fabricant. Voilà qui relègue bien loin les souvenirs du lancement plus difficile de la PlayStation 3 fin 2006. Il avait en effet fallu plusieurs mois à la précédente console pour atteindre pareil score de ventes, souffrant à l'époque d'un prix de vente trop élevé. Rappelons que le lancement de la PlayStation 4 est prévu pour le 29 novembre en Europe et début 2014 sur le marché japonais.



## Candy Crush, le jackpot



Le jeu de King.com, né sur Facebook et disponible depuis un an également sur smartphones et tablettes, aurait atteint les 500 millions de téléchargements selon son éditeur. Un chiffre impressionnant, pour ce titre très populaire qui compterait plus de cinq millions d'utilisateurs chaque jour. 70% de ces joueurs quotidiens pratiqueraient ce titre de réflexe via les versions mobiles, signe d'une excellente adaptation du concept sur ces machines en seulement un an. Autre chiffre propre à donner le tournis, King.com évalue à 700 millions le nombre de parties réalisées chaque jour dans le monde.



© Photo x/dr

## Nokia et Microsoft confirmation de la vente de la division mobiles

Le 19 novembre, les actionnaires du groupe finlandais Nokia ont annoncé l'approbation de la vente pour 5,44 milliards d'euros de sa division mobiles à Microsoft. La cession doit avoir lieu concrètement début 2014, Nokia souhaitant alors se recentrer sur l'activité d'équipementier en télécoms. Les actionnaires de Nokia, qui détiennent plus des trois quarts du capital, ont approuvé à la quasi-unanimité (plus de 99%) la transaction entre Microsoft et Nokia. « La décision de vendre la division des téléphones portables est forte en émotion », confie Risto Siilasmaa, Directeur général de Nokia par intérim. « En qualité de membres du

conseil d'administration et de décideurs, nous savions que nous allions être fortement critiqués, et nous sommes persuadés qu'en poursuivant l'ancienne stratégie, nous risquions de mettre en péril Nokia, ses actionnaires et ses employés ». L'annonce de la reprise de l'activité téléphones mobiles de Nokia par le géant Microsoft avait été accueillie avec enthousiasme, cette division accumulant d'inquiétantes pertes depuis plusieurs années. Reste à savoir si Microsoft sera en mesure d'inverser la (mauvaise) tendance, Nokia confirmant déjà une perte de 590 millions d'euros à la rentrée 2013.

## 1,6 million d'abonnés à la



La 4G intéresse les abonnés mobiles. Selon Les Echos, Orange, SFR et Bouygues Telecom ont séduit à eux trois 1,6 million d'utilisateurs. Sur les trois grands opérateurs, SFR a recruté quelques 600 000 clients. Parti plus tard que ses concurrents, Bouygues Telecom compte pas moins de 500 000 souscriptions à son service de très haut débit mobile. Au 1er Octobre dernier, Bouygues Telecom annonçait une capacité de couverture de 63% de la population. La filiale du groupe de construction

s'est, pour mémoire, appuyée sur ses fréquences 2G pour lancer ses offres 4G aux contraire de ses rivaux qui ont exploité les fréquences 4G acquises il y a quelques mois. Orange affiche, quant à lui, 350 000 abonnés 4G. La bataille de la 4G ne fait cependant que débiter. Free Mobile fourbit ses armes. Interrogé par Reuters, Thomas Reynaud, le Directeur financier du groupe Iliad (maison mère de Free) a indiqué que l'opérateur proposera des offres 4G « dans les mois qui viennent ».

**Jeux pour gamers et consoles nextgen font le buzz...**

**...mais les plus gâtés à Noël seront les enfants de moins de 12 ans !**

**Ne vous trompez pas et investissez dans leurs licences préférées**



**L'OFFRE KIDS LA PLUS COMPLETE DE NOEL !**

Les licences enfants du moment

Très peu de concurrence sur le segment petites filles / garçons.

Des licences visibles en TV, Cinéma, Livres, Jouets, Produits scolaires...

Des bases installées (DS, Wii) qui restent fortes et actives

**Barbie  
Dreamhouse  
PARTY**

**Maya**

**TURBO**  
LE JEU DE L'AN

**POWER RANGERS  
MEGAFORCE**

**BEN  
10  
OMNIVERSE  
2**

**MONSTER  
HIGH**  
L3 Bandai

© Little Orbit, LLC. All Rights Reserved. Little Orbit and related logo are either trademarks or registered trademarks of Little Orbit, LLC, in the United States and other countries. All other trademarks and copyrights are the property of their respective holders.

©2013 Mattel. All Rights Reserved

™ and © 2013 SCG Power Rangers LLC., POWER RANGERS and all related logos, characters, names and distinctive likenesses thereof are the exclusive property of SCG Power Rangers LLC.

All Rights Reserved. Used Under Authorization.  
2013 NAMCO BANDAI Games Inc. Nintendo properties are trademarks of Nintendo. © 2013 Nintendo.

DreamWorks Turbo © 2013 DreamWorks Animation L.L.C. © 2013 D3PUBLISHER. Published and Distributed by NAMCO BANDAI Games Europe S.A.S. D3Publisher is a brand of NAMCO BANDAI.

TM & © 2013 Cartoon Network. © 2013 D3PUBLISHER. Published and Distributed by NAMCO BANDAI Games Europe S.A.S. D3Publisher is a brand of NAMCO BANDAI.



## MARCHÉ

8 News

10 **Interview : André Gattolin**  
Un sénateur s'engage pour le jeu vidéo16 **Focus : Square Enix**  
Square Enix France s'est restructuré en vue de faire des économies en dépit de ses résultats positifs depuis 17 ans.

## SOFTWARE

18 News

20 **Interview : Game Paris 2013**  
Emmanuel Forsans, Directeur

## HARDWARE

22 News

28 **Interview : Garmin**  
Fatma Chamakh, Directrice commerciale et Frédéric Saint-Etienne, Responsable communication

## GUIDES

32 Hardware

34 Jeux vidéo



## Jeu vidéo : un sénateur s'engage

10

Via leur rapport d'information, les sénateurs André Gattolin (Europe Ecologie Les Verts) et Bruno Retailleau (UMP) démontrent que le législateur a pris conscience de l'importance du secteur du jeu vidéo et de la chance qu'il représente pour la France en termes économiques, culturels et artistiques. Leur rapport dresse le tableau des nombreuses forces mais aussi faiblesses du secteur en France et propose des pistes pour le soutenir. André Gattolin détaille ce rapport pour le JDLI.



## Game Paris 2013 : le jeu vidéo à l'honneur dans la capitale

20

Une belle semaine consacrée au jeu vidéo made in France débute le 2 décembre via les différents événements s'inscrivant dans l'initiative Game Paris, orchestrée par Capital Games et comprenant notamment la Game Connection. Rencontre avec Emmanuel Forsans, Directeur de Capital Games, qui nous détaille le programme du dispositif ainsi que ses ambitions pour cette édition 2013.

## Garmin, GPS diversifié

28

Si Garmin continue d'innover en matière de GPS automobile avec notamment l'affichage tête haute et la connexion à vie, le constructeur américain se diversifie aussi de plus en plus avec la montre pour le golf et la caméra d'action par exemple. Fatma Chamakh, Directrice commerciale et Frédéric Saint-Etienne, Responsable communication nous commentent l'actualité de la marque.



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.



**CHANGHONG**

— Creating Easy Life —



# TV UHD B6000 LE CHEF D'ŒUVRE DE **CHANGHONG**

Dès Décembre, Changhong dévoilera les courbes de sa dernière création le B6000 Ultra Haute Définition.  
En plus de son dessin élégant, la résolution 3840x2160 offre un niveau de détail de l'image encore jamais atteint.

Le spectacle s'invite chez vous !

Nous contacter : **Changhong France** - 01 47 74 55 80

Pour plus d'informations : [www.changhongeurope.com](http://www.changhongeurope.com)



# Apple ➔

## suit le mouvement

■ **Apple, comme toutes les grandes entreprises, aime s'entourer des meilleurs. Et c'est ce que vient de faire l'entreprise avec PrimeSense.** Pour le commun des mortels, PrimeSense est un nom qui n'évoque pas grand-chose. Pourtant c'est eux qui sont derrière le Kinect de Microsoft. Le principe de cette petite entreprise est de créer des licences et accessoires pour les revendre à d'autres sociétés. Ainsi PrimeSense est à l'origine de capteurs de mouvement pour téléviseur ou ordinateur par exemple. Jusqu'à présent, le petit poucet avait voulu préserver son indépendance. Mais tout change et un accord semble signé avec Apple pour un montant de 345 millions de dollars. Inévitablement, il faut s'attendre à voir venir sur les prochains appareils d'Apple, des capteurs de mouvement très poussés à même de modifier notre manière d'aborder portables et tablettes.



# Noël

## en 10 produits



**GfK** La fin d'année en général, et Noël en particulier permettront-ils aux ventes de biens technologiques de repartir à la hausse et de compenser pour partie l'atonie de cette année ?

GfK estime que l'engouement qui ne se dément pas pour les appareils connectés devrait permettre de vendre jusqu'à 10 millions de « produits technologiques » en France sur décembre, ce qui devrait représenter une somme de deux milliards d'euros, équivalente à celle dépensée en décembre 2012. Mais les deux familles de produits dont on

attend les plus belles performances sur la fin de l'année sont évidemment les smartphones et les tablettes, qui à eux deux devraient totaliser 4,3 millions de ventes, soit un peu moins que la moitié. Derrière, ce sont d'autres produits de mobilité qui tirent leur épingle du jeu, avec les casques et les téléphones mobiles « classiques ». La photo garde également sa place dans le top 10, avec les APN compacts mais aussi les reflex. Enfin, évidemment le marché des téléviseurs reste important, en valeur encore plus qu'en volume.

Top 10 des produits stars (en volume)	
Produits	Evolution vs 2012
Smartphones	=
Tablettes	+1
Casques audio	+2
Téléphones mobiles classiques	-2
TV LCD et plasma	-2
APN compacts	=
Micro-ordi. Portables	+3
Baladeurs multimédia	=
Consoles de salon	-2
Disques durs externes	+1

Top 10 des produits stars (en valeur)	
Produits	Evolution vs 2012
Smartphones	=
Tablettes	+1
TV LCD et plasma	-1
Micro-ordi. Portables	-1
Consoles de salon	=
APN compacts	+1
Consoles portables	-1
Casques audio	=
APN Reflex	=
Stations d'écoute	+4



# Un Z qui veut dire Xbox One

■ **Zlatan Ibrahimovic, le joueur de football suédois, sera l'égérie de Microsoft pour la sortie de sa nouvelle console Xbox One en France.** L'attaquant du Paris Saint Germain sera donc l'unique ambassadeur de la grande rivale de la PlayStation 4 sur notre territoire. Pourquoi ce choix ? Evidemment le joueur est le phénomène des terrains en France depuis son arrivé au PSG et celui vers lequel toutes les caméras sont braquées. Mais il affirme aussi être un joueur fidèle à la Xbox depuis longtemps.



# Bouygues Bbox

Internet - TV - téléphonie

## étend son offre cloud

■ **L'opérateur télécom et fournisseur d'accès Internet Bouygues Telecom est partenaire de la société israélienne PlayCast pour tout ce qui touche le cloud gaming.**

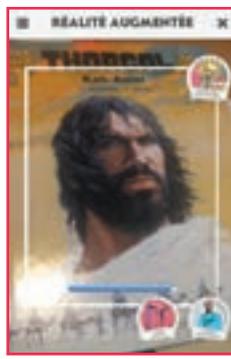
Ils viennent d'annoncer deux nouvelles offres. Un pack Bbox games Premium composé de 10 titres récents, pour 12,90 euros par mois qui, pour son lancement, proposera des jeux gamers et familiaux : NBA 2K13, Mafia 2, Street Fighter vs Tekken, Moto GP 13, Lego - Le Seigneur des Anneaux, The Lapins Crétins - La Grosse Aventure, Sonic and All Stars Racing Transformed. Les nouveaux abonnés auront le droit à un mois gratuit ainsi que la manette Bbox games. La seconde offre permet de louer un jeu pendant 48 heures à partir de 3,90 euros. Mais attention, cette possibilité n'est offerte que pour certains jeux, tels que Assassin's Creed Revelations, Prince of Persia : les Sables Oubliés et Batman, Arkham City. Tom Clancy's Splinter Cell Conviction et Tom Clancy's Ghost Recon Future Soldier devraient rapidement s'ajouter à la liste.



# Thorgal « augmenté » chez Le Lombard

Les éditions Le Lombard organisaient une conférence de presse mi-novembre pour présenter le nouveau volet de la saga Thorgal, le tome 34, en présence du dessinateur Grzegorz Rosinsky et du scénariste Yves Sente.

Un nouveau volet pour cette saga débutée en 1976, qui se double d'un premier pas dans le domaine de l'interactivité numérique (même si Thorgal avait déjà fait l'objet d'un jeu d'aventure signé Cryo il y a une dizaine d'années). Le Lombard lançait en effet début novembre une application gratuite (aujourd'hui tablettes et smartphones iOS, prochainement Android) compatible avec l'ensemble des volumes de la saga Thorgal et des Mondes de Thorgal. Embarquant une impressionnante encyclopédie autour de la saga (portraits de 140 personnages, fiches et résumé de chaque album, présentation du contexte historique à la parution de chaque volume...), ce « Compagnon officiel » exploite ingénieusement la technologie de réalité augmentée puisqu'en filmant l'album dont il tourne les pages, l'utilisateur peut accéder à différents contenus additionnels intégrés au cœur des cases de l'album et activables directement : interviews, crayonnés préparatoires, objets en 3D... 700 contenus sont ainsi proposés via la réalité augmentée dans les différents volumes.



L'éditeur. « Cette série a également la particularité de reposer sur un univers très riche qui se prête particulièrement à ce type de procédé. Les apports de l'application pourront aider à capter un nouveau public mais aussi inciter certains à parcourir à nouveau d'anciens albums ou encore faciliter la transmission à leurs enfants ». Ce n'est pas tout à fait une première pour l'éditeur qui rappelle avoir déjà proposé il y a quelques mois une bande dessinée accompagnée d'une application avec réalité augmentée via l'album Melville de Romain Renard. « Pour le développement de l'application Thorgal, nous avons fait appel à une agence extérieure. La plupart des contenus ont été spécialement produits pour l'occasion » souligne Antoine Ménard. Le lancement de l'application, qui a lieu en même temps que le nouvel album, est soutenu via de l'affichage, des encarts insérés dans les albums et une campagne TV en Belgique. Un partenariat a été signé avec un acteur de la grande distribution pour la diffusion de vidéos en magasins en rayons téléviseurs). Rappelons qu'à date, la saga Thorgal représente 13 millions d'albums vendus.



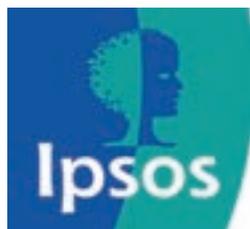
Antoine Ménard,  
Directeur marketing et  
développement commercial

## Lecture augmentée

« Nous avons choisi de développer cette application autour de Thorgal car il s'agit d'une série phare chez Le Lombard », nous situe Antoine Ménard, Directeur marketing et développement commercial chez



# Ipsos voit Noël en demi-teinte



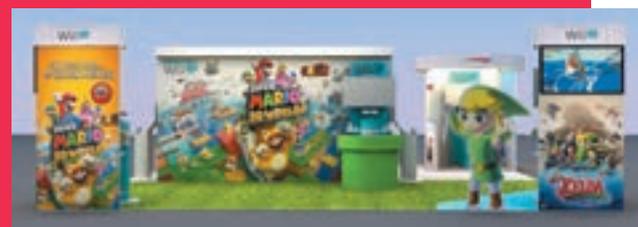
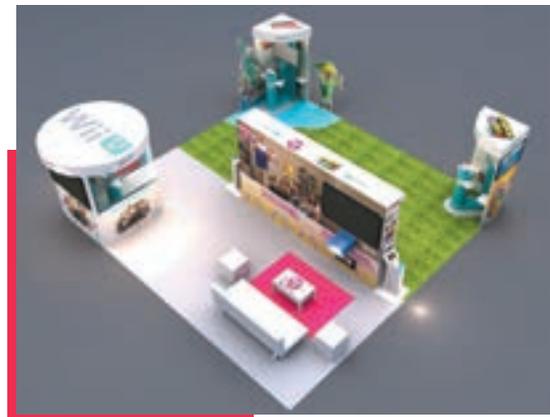
L'institut d'études Ipsos et le site [poulpeo.com](http://poulpeo.com) ont interrogé un total de 10 009 personnes dans 11 pays européens, dont la France, afin de sonder leurs intentions d'avant Noël. Il en ressort que la moitié des Français compte bien faire des dépenses maîtrisées, c'est-à-dire équivalentes à celle de l'année précédente, et un tiers se serra la ceinture et dépensera moins. 14 % des français déclarent tout de même que les courses de Noël ne

leur posent aucun problème. En termes de période d'achat, 10 % des Français achètent tout au long de l'année pour « lisser » les dépenses, 29 % les commencent en novembre et 31 % en décembre. Le web est prisé par 78 % des Français mais évidemment pas pour l'ensemble des achats puisque 17 % seulement effectueront plus de la moitié de leurs achats ainsi ; dans ce domaine, les Allemands et les Britanniques sont de plus importants cyber-acheteurs.



# La Wii U offre sa tournée

La période de fin d'année est toujours stratégique pour Nintendo et le constructeur entend mettre à l'honneur la Wii U dans les prochaines semaines via une tournée dans les grands centres commerciaux. Depuis le 15 novembre et jusqu'au 15 décembre, un espace dédié à la console de salon va permettre au public de prendre en main les jeux du moments sur la plate-forme comme Super Mario 3D World, Wii Party U, The Legend of Zelda : The Wind Waker HD ou encore Wii Karaoke U. La portable Nintendo 3DS et le nouveau modèle 2DS sont également au programme du dispositif qui se rendra dans de grands centres de la région parisienne (Parly 2, Val d'Europe, Les Quatre Temps, Rosny-sous-Bois...) mais aussi à Dijon, Lyon ou Villeneuve d'Ascq.



# Jeu vidéo : un sénateur s'engage



Si on cherche encore des **signes concrets** montrant qu'en 2012 le **jeu vidéo** a acquis la **respectabilité institutionnelle** que les **pouvoirs publics** et les **médias** de masse lui ont longtemps refusé, quoi de mieux qu'un **rapport d'information sénatorial** ? En s'emparant du sujet, les sénateurs **André Gattolin** (Europe-Ecologie Les Verts) et **Bruno Retailleau** (UMP) démontrent que le **législateur** a pris conscience de l'**importance du secteur** et de la **chance** qu'il représente pour la France en termes **économiques** mais aussi **culturels** et **artistiques**. En dressant le tableau des **nombreuses forces**, mais aussi des **quelques faiblesses du secteur en France**, et en proposant plusieurs **pistes** pour **soutenir l'industrie**, les deux sénateurs apportent une **contribution très qualitative** au débat, notamment en tenant compte avec précision des **particularismes** du secteur. André Gattolin a pris le temps de nous répondre longuement pour parler du **travail accompli** avec Bruno Retailleau. *Par Patrick Hellio*

Entretien avec

**André Gattolin,**  
Sénateur des Hauts-de-Seine

**JDLI : Pourquoi rédiger ce rapport aujourd'hui sur le jeu vidéo en France ?**

**André Gattolin :** Cela fait de nombreuses années que je m'intéresse aux jeux vidéo et à leur développement au sein de notre société. Docteur en sciences de l'information et de la communication, mes travaux portent pour l'essentiel sur l'émergence de nouvelles formes de cultures depuis les années 1960. Elu sénateur à l'automne 2011, j'ai presque immédiatement demandé à être chargé d'un rapport d'études sur la place occupée par les jeux vidéo dans notre économie et notre vie quotidienne. Mais la procédure d'attribution a été relativement longue car la réflexion proposée relevant de deux commissions

parlementaires distinctes (celle de la culture et celle des affaires économiques), il fallait bâtir un binôme de rapporteurs très motivés sur cette question, ce qui a été fait en m'associant avec mon collègue Bruno Retailleau, membre du Conseil national du numérique et fin connaisseur de l'économie digitale. Aux yeux de certains, ce rapport arrive un peu tard tant la filière jeu vidéo rencontre actuellement des difficultés dans notre pays, mais sa réalisation a déjà eu pour effet de sensibiliser les pouvoirs politiques puisqu'une mission interministérielle entre la Culture et l'Économie numérique a dans la foulée été mise en place et que les ministres Aurélie Filippetti et Fleur Pellerin sont désormais très mobilisées sur cette question.

**Combien de temps avez-vous travaillé sur ce rapport ? Quelle a été votre méthodologie**

Le rapport a été présenté en octobre dernier et nos travaux avaient officiellement débuté en février. Toutefois, nous avions dès le printemps 2012 commencé à rencontrer les acteurs de ce secteur et



groupe informel de députés et de sénateurs toutes  
stances politiques confondues s'était ainsi  
stituée et se réunissait périodiquement pour agir  
concert en faveur du jeu vidéo. S'agissant de  
laboration du rapport lui-même, nous avons  
cédé à un grand nombre d'entretiens avec des

« Nous avons tenté d'être  
clairs et synthétiques afin de  
convaincre au mieux nos collègues  
parlementaires de l'urgence d'agir  
en faveur de cette jeune industrie. »

sonnalités du secteur et nous avons effectué  
plusieurs déplacements dans des zones de forte  
plantation de l'industrie des jeux vidéo  
notamment dans le Nord de la France et en région  
de la Seine-Normandie). Nous avons auditionné des entreprises de  
toutes tailles, des écoles de formation, des chercheurs  
universitaires, des responsables des pouvoirs  
publics et des chambres de commerce, les syndicats  
professionnels du secteur, des  
analystes spécialisés, des salariés  
des studios mais aussi les

associations de consommateurs, une société de  
gestion des droits d'auteurs et les avis des joueurs à  
travers certains forums de discussion. J'ai par ailleurs  
profité de plusieurs déplacements à l'étranger sur  
d'autres sujets, notamment au Québec, en Ontario et  
en Inde pour mieux saisir les enjeux globaux de cette

industrie  
extrêmement  
concurrentielle et  
mondialisée. C'est  
sur la base de ces  
auditions d'acteurs  
très diversifiés et  
de la compilation  
de divers études  
spécifiques

récemment réalisées que nous avons tenté de dresser  
un panorama large de l'ensemble de la filière, depuis  
ses écoles de formation jusqu'aux nouveaux modes  
de distribution des jeux. Nous avons tenté d'être clairs  
et synthétiques afin de convaincre au mieux nos  
collègues parlementaires de  
l'urgence d'agir en faveur de cette  
jeune industrie.

**Peut-on classer le jeu vidéo  
parmi les industries**

**culturelles au même titre que la musique ou le  
cinéma ?**

Oui, pour nous le jeu vidéo est une industrie culturelle  
à part entière, même si certains refusent encore de  
reconnaître sa pleine dimension créative et culturelle.  
Le problème est qu'en France nous entretenons une  
vision extrêmement sévère et parfois rébarbative de  
la culture, fondée sur le sérieux, l'élitisme et la  
souffrance pédagogique. Nous avons du mal à  
admettre que le ludique et le divertissement  
participent pleinement à l'expression culturelle de la  
société. La dimension technologique est  
particulièrement forte concernant le monde des jeux  
vidéo. Dans un pays qui valorise à l'envie sa culture  
littéraire, ceci tend à occulter sa portée intuitive et  
artistique. Il faut dire aussi que comme tout art  
nouveau, le jeu vidéo à ses débuts a souvent été très  
rudimentaire et s'est longtemps appuyé sur les  
ressorts les plus convenus et les plus usités du jeu :  
jeux de compétition sportive, jeux de combats, jeux  
d'habileté plutôt que de connaissance... Aujourd'hui,  
le jeu vidéo s'est beaucoup diversifié et sophistiqué,  
mais il reste encore marqué par les stigmates de ses  
premiers temps. Le cinéma à ses débuts a lui aussi  
beaucoup souffert de préjugés... Il aura fallu plus de  
40 ans pour que sa portée véritablement artistique  
commence à être reconnue.

**En quoi le jeu vidéo se distingue-t-il, selon  
vous, des autres industries culturelles ?**

Le jeu vidéo est une culture relativement  
récente et c'est la première industrie  
culturelle qui soit née depuis l'avènement de  
ce qu'on appelle l'ère numérique. Jamais  
dans l'histoire, une industrie culturelle n'a  
connu un développement aussi rapide et  
aussi généralisée sur l'ensemble de la  
planète. C'est devenu aujourd'hui  
la première des pratiques





© SonyMur - Fotolia.com

**Vous émettez un regret au sujet de la non-application du droit d'auteur au jeu vidéo, celui de priver le secteur d'un « attribut symbolique des industries culturelles et la reconnaissance institutionnelle tant attendue ». Selon vous, le secteur du jeu vidéo n'a-t-il donc pas la reconnaissance qu'il mérite ?**

Non, je ne regrette pas la non-application du droit d'auteur au jeu vidéo. Je regrette seulement que les pouvoirs publics en France ne tendent à reconnaître comme culturelle et artistique une activité que si elle se soumet à une logique de gestion collective des droits d'auteur suivant le modèle traditionnel – et à mon sens inadapté dans le cas des jeux vidéo – des sociétés de perception et de répartition des droits (les fameuses SPRD). Les jeux vidéo sont d'ailleurs protégés par un système de copyright propre aux logiciels. Le système français qui gère les droits d'auteur me paraît peu adapté aux jeux vidéo qui dans une très large majorité de cas sont des œuvres collectives où il est presque impossible de distinguer l'apport spécifique de telle ou telle personne, de tel ou tel corps de métier dans le produit final. Par ailleurs, il faut bien avoir conscience que la durée de vie d'une œuvre vidéoludique est extrêmement restreinte... quelques mois ou quelques années. En raison des évolutions technologiques et des changements permanents de

supports, un jeu est très vite dépassé. Dès lors, est-il utile d'instaurer un système de gestion de droits complexe sur plusieurs décennies et qui, au final, rapportera très peu de ressources sur le long terme à ceux qui auront été identifiés comme ses créateurs ? Personnellement, je préfère de loin la mise en place d'un système d'intéressement immédiat des équipes sur la base des bénéfices réalisés dans les mois qui suivent la sortie d'un jeu.

**Quelle politique faudrait-il mener selon vous pour améliorer l'image du jeu vidéo ?**

Par principe, je me méfie toujours d'une institutionnalisation excessive de l'art et de la création... Mais concernant les jeux vidéo, le défi est tel en la matière qu'il n'est pas inutile que ceux-ci fassent l'objet d'une plus grande reconnaissance de la part des institutions culturelles. Je pense que l'actuelle ministre de la Culture l'a bien compris et que c'est une bonne chose que le jeu vidéo fasse l'objet, comme c'est le cas actuellement, d'une grande expo à la Cité des Sciences et de l'Industrie Paris. Je considère également qu'il est très positif qu'une chaîne culturelle comme Arte co-édite et promeuve un jeu tel que Type Rider. Je pense qu'il faudrait aussi développer un système de résidences d'artistes pour les créateurs indépendants les plus innovants. Comme je l'ai déjà dit, la production s'est singulièrement diversifiée au cours des dernières années et de plus en plus de jeux ont une dimension sociale et sociétale indéniable. Il existe déjà de nombreux festivals consacrés aux jeux vidéo, mais il conviendrait que ceux-ci se thématisent davantage pour mettre en avant une partie de la création encore peu connue du grand public. Je pense notamment aux jeux à visée activiste et contestataire comme ceux produits par les Anglais de Watercolors ou les Italiens de Molleindustria...

culturelles dans les pays développés et les nations émergentes. Son chiffre d'affaires supplante désormais celui du cinéma ou de la musique. C'est une industrie en perpétuelle évolution et presque immédiatement impactée par toutes les nouvelles transformations technologiques. Pour les acteurs de ce secteur, l'innovation permanente qui affecte la conception des jeux est à la fois source d'opportunité et de risque. Aucune position n'est durablement acquise et il faut faire preuve de créativité permanente. Le marché du jeu vidéo est mondial et il n'est nul besoin d'être localisé dans un pays en particulier ou dans une grande capitale économique pour développer cette activité. En France, c'est d'ailleurs la seule industrie culturelle qui ne se concentre pas en région parisienne, mais qui au contraire parvient à se développer en région pour peu que les entreprises y trouvent un écosystème favorable.

Je regrette seulement que les pouvoirs publics en France ne tendent à reconnaître comme culturelle et artistique une activité que si elle se soumet à une logique de gestion collective des droits d'auteur suivant le modèle traditionnel – et à mon sens inadapté dans le cas des jeux vidéo – des sociétés de perception et de répartition des droits (les fameuses SPRD). Les jeux vidéo sont d'ailleurs protégés par un système de copyright propre aux logiciels. Le système français qui gère les droits d'auteur me paraît peu adapté aux jeux vidéo qui dans une très large majorité de cas sont des œuvres collectives où il est presque impossible de distinguer l'apport spécifique de telle ou telle personne, de tel ou tel corps de métier dans le produit final. Par ailleurs, il faut bien avoir conscience que la durée de vie d'une œuvre vidéoludique est extrêmement restreinte... quelques mois ou quelques années. En raison des évolutions technologiques et des changements permanents de



Crédits photos CL Sénat



© Crédits photo services du Sénat



© xdr

### « Pourquoi ne devrait-il pas favoriser l'émergence de champions majeurs en aidant au rapprochement des structures de taille modeste ? »

Personnellement, je suis très réticent à l'égard de la stratégie actuelle visant à privilégier les champions nationaux. Je pense que le cœur de ce secteur réside essentiellement dans un tissu dense de TPE et de PME. J'ai beaucoup d'admiration pour ce que des sociétés comme Ubisoft ou Gameloft ont parvenues à réaliser au cours des dernières années, mais je crois que ce cœur ne se développera durablement en France que si des entreprises et des studios de taille moyenne peuvent pleinement se propager sur tout le territoire. Dans un univers mouvant et en perpétuelle transformation, ce sont plus souvent ces entreprises modestes, qui innove pour peu qu'elles trouvent les capitaux pour les financer. Aux obsessionnels du « champion français », nombreux au sein de ce

gouvernement, je réponds que ces fameux champions sont certes indispensables, mais que ce sont souvent aussi des colosses aux pieds d'argiles - l'effondrement d'Infogrames il y a quelques années en témoigne - et que nous ne devons pas faire reposer l'avenir de toute une filière sur ces seules grandes entreprises...

#### **Au cours de l'inauguration de l'exposition**

**Jeu vidéo à la Cité des Sciences, Fleur Pellerin et Aurélie Filippetti ont souligné : « il faut lancer la grande bataille du jeu vidéo made in France ». Qu'en pensez-vous ?**

Je suis évidemment partisan du développement d'une

forte industrie du jeu vidéo en France. Tant mieux si nous pouvons le faire avec des entreprises françaises. Notre pays dispose de toutes les compétences humaines pour voir ce secteur prendre toute son ampleur et développer de nombreux emplois qualifiés sur notre territoire. Pour autant, il ne faut pas se leurrer. La compétition fiscale est rude à l'échelle internationale pour tenter d'attirer les entreprises de ce secteur et les règles européennes en matière de crédits d'impôts limitent nos marges de manœuvre, ce qui incite nombre des sociétés françaises à se développer hors de nos frontières. Nous devons donc réviser nos systèmes d'aide et de financement en faveur du jeu vidéo dans les directions indiquées par notre rapport. L'avenir du jeu vidéo en France passe aussi par l'implantation d'entreprises étrangères. Nous sommes face à un marché profondément mondialisé et pour faire face à ce défi, je ne crois pas à un développement franco-centré. Il faut des équipes mixtes et des entreprises suffisamment aguerries pour pénétrer les marchés américains et asiatiques. On parle beaucoup – et sans doute exagérément – de l'existence d'une « French touch » en matière de jeu vidéo. Je crois qu'il s'agit aujourd'hui de prendre conscience de nos qualités, de nous donner les moyens de les développer, mais sans s'enfermer dans une vision trop étriquée du « Made in France » qui rappellerait une forme de « Produisons et consommons 100 % Français ». Ce serait totalement irréaliste et proprement inopérant... La seule vraie bataille si nous souhaitons le développement de l'industrie du jeu vidéo en France, c'est celle de son financement qui passe par une simplification du système d'aide au secteur et un investissement public conséquent avant que l'investissement privé prenne le relai.

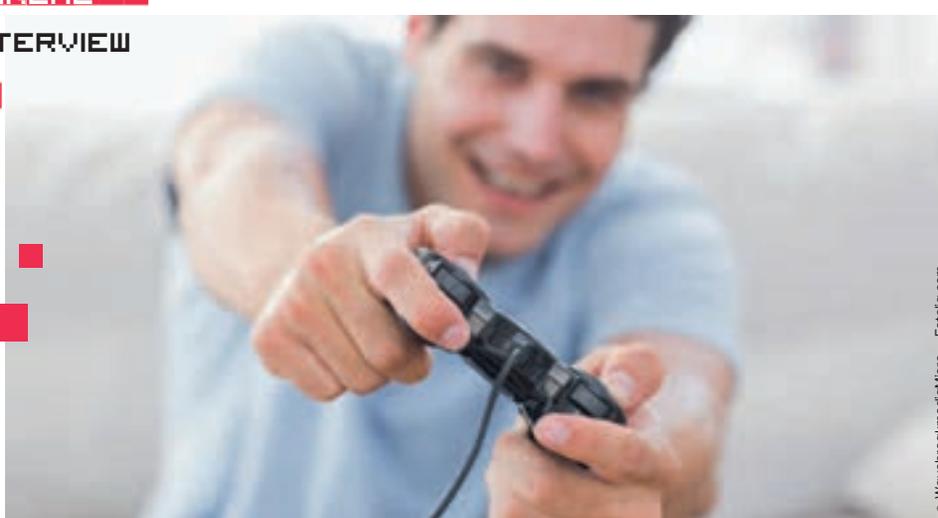
#### **Considérez-vous que la France dispose des moyens nécessaires pour permettre aux sociétés du secteur d'être compétitives au plan mondial ?**

Notre compétitivité en la matière passe dans l'immédiat par des crédits d'impôts plus développés

en faveur de ce secteur et des avantages fiscaux aux particuliers qui osent investir dans des projets innovants sur le modèle de ce qui a été développé en faveur du cinéma à travers les SOFICA. Pour le reste, nous disposons des talents nécessaires dans presque tous les métiers de cette industrie, à l'exception peut-être du management. Il est indispensable que nos écoles, dont la réputation dépasse largement les frontières, apprennent aussi à former les futurs chefs d'entreprise de ce secteur.

#### **Montréal est souvent cité dans le rapport. L'engagement du Canada dans le jeu vidéo représente-t-il un danger pour l'industrie française ou plutôt un exemple à suivre ?**

C'est à la fois un danger, une opportunité et dans une certaine mesure un exemple à suivre. Un danger d'abord parce que nombre de nos talents et de nos entreprises les plus performantes choisissent de partir se développer au Canada plutôt qu'en France, tant les facilités offertes par les villes comme Montréal, Toronto ou Vancouver sont importantes, notamment en termes de crédits d'impôt et de prêts non remboursables. Après avoir largement fait appel aux étudiants issus de nos écoles spécialisées, ces villes ont développé leurs propres cursus de formation et tendent à rechercher chez nous des professionnels disposant d'une expérience de plus de cinq ans dans le secteur. Cet exode des cadres fragilise évidemment les studios implantés sur notre territoire. Les aides fiscales et financières consenties au Canada ne sont pas les seules raisons qui expliquent le succès du jeu vidéo dans ce pays. La proximité géographique et culturelle avec les États-Unis - le premier marché du jeu vidéo - contribue également à l'attractivité exercée par des villes comme Montréal ou Toronto. Pour beaucoup de sociétés françaises, le Québec représente une belle opportunité pour s'internationaliser et pour consolider les acquis sur un marché très mondialisé. Pour tous ceux qui travaillent dans ce secteur, la cohabitation des plus grands éditeurs sur un même



territoire est aussi une chance de voir leur carrière progresser rapidement et d'obtenir des salaires plus élevés en raison de la compétition que se livrent les entreprises pour recruter les meilleurs éléments. Si le modèle canadien n'est pas reproductible à l'identique en France, il est cependant bon de s'en inspirer dans certains domaines, en particulier dans la manière dont certaines villes comme Montréal parviennent aujourd'hui à intégrer verticalement et horizontalement le secteur du jeu vidéo dans leur stratégie globale de développement. Elles le font de manière verticale en créant des synergies fortes entre les différents acteurs de la filière (les grandes comme les petites entreprises, le repérage et le soutien aux nouveaux talents, la formation in situ des futurs managers...). Elles le font aussi de façon horizontale en favorisant l'installation de sociétés développant les logiciels utilisés par ces entreprises et en drainant de plus en plus de studios spécialisés dans l'image numérique animée pour le cinéma et la télévision.

**Vous pointez ce qu'apporterait une plate-forme de distribution digitale pour les productions françaises. N'est-ce pas à contre-courant sur un marché mondialisé ?**

Les studios français et les filières de formation installées sur notre territoire jouissent d'une excellente réputation. Nous aurions tort de nous priver de cette image, même si, je l'admets, la notion de « French touch » souvent mise en avant dans les discours est bien difficile à définir avec précision. Notre proposition de la création d'une plate-forme de distribution digitale de la production française répond à notre sens à quatre objectifs. Avec tout d'abord la prise en compte de la dématérialisation croissante de la production et de la distribution des jeux vidéo mais aussi la nécessité de faciliter l'accès à ce type de distribution aux petites structures et aux créateurs indépendants qui se heurtent de plus en plus à une sélection par l'argent opérée par les grandes plate-formes américaines ou internationales (commissions de distribution d'environ de 30% du prix de vente du jeu, exigence d'un budget promotionnel et marketing élevé pour l'obtention du référencement, priorité souvent accordée aux potentiels blockbusters au détriment des petits budgets et des créations plus audacieuses). Vient ensuite l'impératif d'une plus grande transparence de gestion de ce type de plate-forme : nombre de grands opérateurs internationaux du secteur de la distribution dématérialisée ne produisent pas d'état détaillé des ventes par zone géographique... Ainsi, un jeu produit en France et vendu hors Union Européenne se voit actuellement chargé systématiquement d'une TVA à

19,6 % sans possibilité de détaxe à l'exportation. Enfin, la valorisation de la création et de la production française. Certes, nous sommes dans un marché mondialisé, mais l'offre de jeux est devenue tellement riche qu'il est de plus en plus probable qu'il se segmente et que sa distribution, comme dans d'autres secteurs culturels, voit cohabiter de gros généralistes et des spécialisés. Je crois que si nous laissons la distribution du jeu vidéo se structurer uniquement autour de gros mastodontes comme Steam, la production française sera noyée, sans visibilité, et qu'il deviendra de plus en plus difficile pour les indépendants et les nouveaux talents d'émerger. Cette proposition de lancement d'une plate-forme France a été souvent raillée au moment de la publication de notre rapport, mais je note que le succès commercial récemment enregistré par l'offre « Games from Paris » initiée par Capital Games sur Steam montre qu'il existe bel et bien un attrait pour une certaine production française, dès lors qu'une visibilité et une accessibilité renforcée est mise en place.

**Vous estimez dans le rapport que le jeu vidéo d'occasion « paraît essentiel » pour l'industrie du jeu vidéo. Pourquoi ?**

Le jeu d'occasion occupe une place d'importance dans l'économie globale du jeu vidéo. D'abord parce

que les produits sont éphémères et que les changements réguliers de consoles et les développements technologiques n'incitent guère à conserver les jeux dans la longue durée. Une part importante du public finance l'achat de nouveautés vendues à des prix souvent élevés – par la revente des jeux déjà consommés. Vouloir restreindre le marché de l'occasion, comme le souhaitent certains éditeurs, serait suicidaire. Par ailleurs, la quasi absence d'interopérabilité des jeux achetés en ligne – et la volonté de certains fabricants d'obliger les utilisateurs à rester connecté en permanence pour pouvoir accéder à un jeu – offre encore un grand avenir aux jeux physiques.

**Vous émettez la possibilité d'une taxe sur les ventes de jeux physiques en vue de financer un fond de soutien aux productions françaises. Pourquoi ne taxer également les jeux dématérialisés et cela n'est-ce pas de pénaliser un jeu physique qui est déjà en perte de vitesse ?**

Je rappelle qu'il ne s'agit là que d'une ébauche de réflexion afin de financer un plan d'aide audacieux en faveur de l'industrie du jeu vidéo en France. C'est une proposition qui s'inspire de ce qui est fait pour financer le cinéma français en taxant l'ensemble des entrées en salles effectuées sur le territoire national. Nous avons restreint l'idée de cette taxe tant en volume qu'en termes d'assiette. Elle ne représenterait que quelques centimes sur des produits généralement vendus entre 40 et 70 euros, ce qui devrait rendre relativement insensible en termes de ventes, voire être prise à la charge des seuls éditeurs de jeux... Elle ne concernerait que les jeux physiques neufs pour ne pas affecter le marché d'occasion. Elle ne peut en l'état pas concerner les jeux dématérialisés car leur vente étant actuellement totalement déterritorialisée il est impossible techniquement de leur appliquer ce type de fiscalité. C'est bien sûr une demi-mesure dont l'étude mériterait d'être approfondie, voire retravaillée. Certes les jeux physiques sont en recul relatif dans le chiffre d'affaires global du jeu vidéo, mais leurs ventes demeurent en absolu très élevées et nous pensons pour des raisons déjà évoquées que ce marché est loin de s'éteindre.

L'intégralité du rapport de MM. Gattolin et Retailleau est disponible sur le site du Sénat, à l'adresse <http://www.senat.fr/notice-rapport/2012/r12-852-notice>.



# 拳霸



# QANBA

## Sticks Arcade Professionnels

### STICKS MULTI-PLATEFORMES

Q4 3in1 RAF Ice Red  
(PS3®/XBOX360®/PC)



Q4 3in1 RAF  
(PS3®/XBOX360®/PC)



Q4 3in1 RAF Ice Blue  
(PS3®/XBOX360®/PC)

Système de  
fixation



Composants  
Sanwa

Rétro-éclairé



QanBa Q1 Noir  
(PS3® / PC)



QanBa Q1 Blanc  
(XBOX360® / PC)



Q2 Pro Vewlix  
(PS3®/PC)



Q2 Pro LED Noir  
(PS3®/PC)



Q2 Pro LED Silver  
(PS3®/PC ou XBOX360®/PC)



YouTube



Les Sticks Arcade Professionnels de QanBa sont très reconnus sur le marché asiatique. Leur qualité, leurs performances, leur ergonomie, leur design et leur simplicité d'utilisation en font des produits exceptionnels.

Distribution officielle

 **concept**  
distribution

www.ecdist.com  
+ (33) 4 79 25 83 18  
contact@ecdist.com

# Square Enix sur des bases solides



Albatroz est une des prochaines figurines distribuées par Square Enix dans le cadre de son catalogue de produits dérivés.

Dans les temps perturbés que traverse le jeu vidéo, l'éditeur japonais Square Enix n'est pas passé entre les gouttes et a dû opérer, comme presque tous les autres éditeurs, une restructuration à tous les échelons de la société. En France, cela se traduit par des réductions d'effectifs entraînant une réorganisation de l'encadrement. Profitable depuis sa création il y a 17 ans sous la direction de Patrick Melchior, la filiale enregistre cette année encore d'excellents résultats.

Par Sébastien Anxolabéhère



**Patrick Melchior** occupe les fonctions de Directeur général de Square Enix France et Benelux. Il dirige la structure (nommée Eidos France jusqu'au rachat par Square Enix en 2009) depuis 17 ans, assurant son développement et sa rentabilité constante. Il a également dirigé Eidos Europe en 2008 et 2009.



Présent auprès de Patrick Melchior comme Directeur marketing depuis 17 ans, **Florent Moreau** cumule désormais les fonctions de directeur marketing et de directeur commercial. Il peut s'appuyer sur le catalogue Square Enix, mais aussi sur l'activité de distribution d'éditeurs tiers et de produits dérivés pour développer le business.

**Les difficultés que rencontre le marché des jeux vidéo depuis trois ans ont trop souvent eu pour conséquence des restructurations entraînant au mieux des réductions d'effectif, mais malheureusement également des fermetures de filiales, voire des disparitions de sociétés.** Codemasters, Koei, Sega, entre autres, ont fait le choix de fermer nombre de leurs filiales dont celles en France, THQ a mis la clé sous la porte, comme Tradewest. Heureusement tout le monde n'est pas logé à la même enseigne et certains éditeurs dont les plus importants conservent une vraie filiale, capable de travailler en direct avec la distribution. Square Enix, avec une part de marché située entre 3 et 5 % en France appartient à cette dernière catégorie. Après quelques mois de flottement durant lesquels toutes les options furent étudiées quant au devenir de la filiale française, la décision a donc été prise de la

conserver. Une décision tout à fait logique au regard de sa bonne santé, mais loin d'être évidente étant donnée la politique engagée par le groupe en 2012.

## Le groupe redevient bénéficiaire

En effet, c'est l'an dernier que la restructuration a commencé au Japon avant de concerner, cette année, les Etats-Unis et l'Europe. Et elle a touché toutes les strates de la société, des structures administratives aux studios. Le groupe au global était en perte et la chasse aux économies a touché tout le monde. Une politique qui a vite porté ses fruits, le groupe redevenant bénéficiaire dès le premier semestre fiscal 2014 d'avril à fin septembre 2013. Aux premiers effets des économies engagées sont venues s'ajouter les belles performances de Final Fantasy XIV et de Kingdom Hearts et une excellente tenue du marché

# x France



« Le jeu phare de Square Enix, Tomb Raider restait à fin octobre le titre le plus vendu en France depuis le début de l'année. »



américain. Seule filiale à part entière en Europe, Square Enix France a dû participer à l'effort de redressement en passant de 18 à 10 salariés.

Le Directeur commercial, Antoine Bailly a ainsi quitté la structure et c'est désormais Florent Moreau qui assure cette fonction en plus de son poste de directeur marketing. Il pourra s'appuyer sur les très bonnes ventes des principaux titres de la société depuis le début de l'année sur le territoire français. Ainsi, le jeu phare de Square Enix, Tomb Raider restait à fin octobre le jeu le plus vendu en France depuis le début de l'année. Square Enix France a fini l'année 2012 avec une part de marché de près de 3 %, et un chiffre d'affaires en nette hausse par rapport à 2011. La même tendance devrait être observée cette année. A fin octobre, le CA de la filiale française équivalait déjà à celui de l'ensemble de 2012. Aux très bonnes ventes de Tomb Raider se sont ajoutées la très bonne

tenue de Final Fantasy XIV et les fins de carrières honorables de deux titres phares, Sleeping Dogs et Hitman, le premier se vendant au total à 210 000 pièces et le second à 235 000. Par ailleurs, la société s'appuie sur sa force commerciale pour mener une activité de distribution d'éditeurs tiers ainsi que de figurines, de produits dérivés et de guides de soluces Pokemon, en plus des jeux de la maison-mère. Cette diversification peut représenter jusqu'à 30 % de son chiffre d'affaires selon les années.

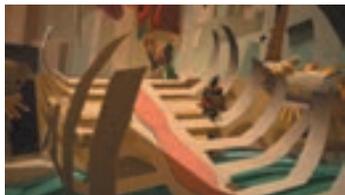
## Un line-up prometteur

L'année 2014 sera marquée par la sortie de trois opus de l'univers Final Fantasy. Final Fantasy Lightning Returns, troisième et ultime épisode de la saga Final Fantasy XIII et un portage HD (sur PS Vita et PS3) de Final Fantasy X et X-2 viendront

## SQUARE ENIX®

comblent les fans, nombreux en France. Enfin, Final Fantasy XIV est attendu au cours de l'année, sur PS4. Mais le défi pour Square Enix sera évidemment le lancement de Thief (aussi connu en France sous le nom de Dark Project), ancienne franchise d'Eidos qui renaît sur consoles next-gen et actuelles ainsi que sur PC. Produit par le studio montréalais du groupe, ce jeu d'infiltration sera commercialisé fin février. Le premier semestre 2014 sera également l'occasion du lancement de plusieurs productions digitales. Square Enix a développé une stratégie autour d'un nouveau département appelé « Live Team » qui produit de nombreux jeux dont les business model seront variés, certains seront des Free-to-play, d'autres des premiums, d'autres encore pourront s'appuyer sur des mécaniques de monétisation très différentes. De sources internes au groupe, Square Enix proposera un line-up particulièrement puissant en 2015.





## Tearaway, carton assuré ?

La nouvelle production du studio Media Melocule, à qui l'on doit la fameuse série LittleBigPlanet qui a fait les belles heures de la PS3 et des consoles portables Sony, arrive le 22 novembre sur PS Vita. Tearaway, spécialement développé pour la console portable de Sony, reste dans le domaine du jeu de plateau et arbore également un look original, comme LittleBigPlanet, basé sur des matières reproduites à l'écran. C'est ici le papier qui est mis à l'honneur, avec des univers et personnages constitués de feuilles de couleurs et de pliages. Le scénario du jeu met en scène un héros chargé de délivrer un message au joueur. Deux personnages sont disponibles, le héros Iota et l'héroïne Atoi, pour parcourir les multiples niveaux de ce titre dont l'une des particularités est d'exploiter les différentes fonctionnalités de la console portable comme l'appareil photo pour intégrer des textures, le pavé tactile arrière pour interagir avec les ennemis et l'environnement... Attendu pour le 22 novembre, le titre pourrait bien s'imposer comme un nouveau standard de la console, ne serait-ce qu'en se basant sur le pedigree du studio anglais, propriété de Sony Computer depuis 2010.



## Lara Croft plus accessible

Un peu plus de six mois après sa sortie, Square Enix baisse le prix de Tomb Raider, le dernier opus en date mettant en scène la fameuse aventurière. Le jeu est désormais positionné au prix conseillé de 29,99 euros en versions consoles (PlayStation 3 et Xbox 360) et de 19,99 euros sur PC. Reboot de la saga mettant en scène la jeune aventurière dans un périple cauchemardesque flirtant avec l'ambiance d'un film d'horreur, Tomb Raider a reçu un excellent accueil critique à sa sortie.



# Gran Turismo

## Ultime tour de piste sur PS3

Si bon nombre de projecteurs sont braqués en cette fin d'année sur la sortie de la PlayStation 4, la PS3 poursuit imperturbablement son chemin et accueillera le 6 décembre Gran Turismo 6.

Un titre hautement stratégique pour son éditeur Sony Computer et qui devrait avoir un impact bénéfique non négligeable sur la durée de vie de la console de salon qui affiche bientôt sept ans d'âge en Europe. Étrange de ne pas trouver le nouveau GT sur la PS4 flambant neuve ? « Les



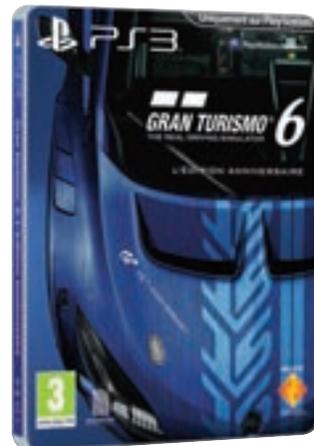
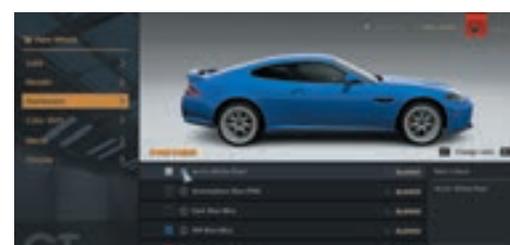
Gran Turismo ne paraissent jamais en même temps qu'une nouvelle console», rappelle Antoine Mendel, Chef de produits software. « C'est bien sûr une question de niveau de base installée de consoles mais aussi de maîtrise de la machine, on sait combien le studio Polyphony Digital aime tirer le meilleur de chaque PlayStation à la sortie d'un nouveau Gran Turismo ». Lorgnant vers toujours plus de réalisme, Gran Turismo 6 donne dans la surenchère avec pas moins de 1 200 véhicules présents dans le jeu (dont 200 nouveaux modèles), 37 circuits (avec de multiples tracés différents), de nouvelles fonctionnalités en ligne (créer et rejoindre des écuries de joueurs notamment) ou encore un éditeur de circuits amélioré par rapport au précédent opus (via par exemple une application GPS logger pour smartphone permettant de reproduire d'authentiques tracés enregistrés par le mobile). Des heures et des heures de jeu en vue pour les amoureux de belles carrosseries et autres maniaques de la simulation réaliste.

### Vitrine ruilante

« Gran Turismo est la plus importante licence chez Sony

Computer », situe Antoine Mendel, Chef de produits chez l'éditeur. « La série, qui fête cette année ses 15 ans d'existence, s'est vendue à plus de cinq millions

d'exemplaires en France ». Une sacrée santé pour la série développée par l'émblématique studio japonais, d'autant que le dernier opus en date, sorti fin 2010, a rencontré un joli succès : « A lui seul, Gran Turismo 5 s'est vendu à un million d'exemplaires sur le marché français ! ». Véritable vitrine pour la gamme PlayStation, Gran Turismo profite traditionnellement de puissants soutiens marketing et ce sixième opus ne fera pas exception (voir guide jeux). Proposé au sein d'un bundle réunissant console et jeu, le titre sera disponible en édition standard ou 15ème Anniversaire. Livrée dans un boîtier métallique, celle-ci embarquera différents bonus dont une vingtaine de modèles réservés aux précommandes du jeu ainsi qu'un million de crédits à dépenser dans le jeu. De quoi fêter dignement l'anniversaire d'une série mythique et sa (très probable) dernière apparition sur PS3 avant de migrer vers la PlayStation 4.





## Next-gen : Rayman sera là

■ **A l'occasion de l'annonce de son chiffre d'affaires réalisé au premier semestre 2013/2014 qui s'élevait à 293 millions d'euros (soit une progression de 5% par rapport au chiffre de 279 millions d'euros réalisés sur dans le même temps en 2012/2013), Ubisoft a créé la surprise en révélant que Rayman Legends serait publié sur PlayStation 4 et Xbox One en février 2014.** Le dernier jeu en date sur consoles à mettre en vedette la mascotte maison était sorti fin août sur Wii U, PS3, Xbox 360, PC puis PS Vita quelques semaines après. Une sortie plutôt compliquée puisqu'un temps annoncé comme une exclusivité sur la console de Nintendo, le titre était finalement paru avec quelques mois de retard sur les différentes machines du

marché. Mais ce grand retour de Rayman s'est finalement avéré payant puisque l'éditeur annonce que le titre développé par Michel Ancel et son équipe s'est d'ores et déjà écoulé à plus d'un million d'exemplaires à travers le monde. Un succès mérité pour l'un des meilleurs jeux de plate-forme sur cette génération de machines... et qui verra donc le jour très prochainement sur les nouvelles consoles. A noter que Rayman tient également la vedette d'un nouveau jeu sur mobiles et tablettes, Rayman Fiesta Run, qui est sorti il y a quelques jours. Son prédécesseur, Rayman Jungle Run, a fréquemment trusté les tops des ventes sur ces machines depuis sa sortie à la rentrée 2012 et a dépassé les deux millions de téléchargements.

## Mise à jour sur 3DS

■ **A l'occasion d'une conférence Nintendo Direct, le fabricant japonais a annoncé plusieurs nouveaux titres à paraître durant les premières semaines de 2014. On a ainsi appris que Mario Party Island Tour, embarquant 80 mini-jeux différents, sera publié le 17 janvier sur la console portable de la**

**marque.** Nouveau volet d'une série à grand succès, Inazuma Eleven 3 : Team Ogre Attacks est pour sa part prévu pour le 14 février. Cette série de jeux de football mêlant action et tactique permettra ici de suivre les pérégrinations de Canon Evans, l'arrière-petit-fils de Marks Evans en provenance directe du futur... Plus proche dans le calendrier, Bravely Default voit sa parution confirmée pour le

6 décembre. Ce jeu de rôle publié par Square Enix profitera d'ailleurs d'une jolie édition collector à sa sortie comprenant divers bonus comme le CD de la bande originale, une figurine, un artbook et des cartes de réalité augmentée. Si les jeux étaient mis en avant au cours de la conférence, Nintendo a par ailleurs annoncé la création d'un Nintendo Network ID, permettant aux possesseurs d'une 3DS et d'une Wii U de faire les emplettes sur eShop avec un portefeuille commun. Cela passera par une mise à jour de la 3DS, qui en profitera pour accueillir le réseau social Miiiverse né avec la Wii U. Le service YouTube sera également désormais disponible sur la console portable.



## Uncharted L'aventure continue

■ **A quelques jours du lancement de la PlayStation 4, Sony Computer annonce que la série Uncharted reviendra prochainement, cette fois sur la nouvelle console de salon.** C'est toujours le studio Naughty Dog (Uncharted, The Last of Us) qui est aux commandes. Si l'on en croit la première bande annonce diffusée par Sony Computer, le prochain Uncharted pourrait prendre place du moins en partie sur l'île de Sainte-Marie, près de Madagascar dans l'Océan Indien. Une affaire à suivre de près, quand on sait combien la saga a compté parmi les plus marquantes exclusivités de la PlayStation 3.

## Le Seigneur des Anneaux, nouvelle entrée

■ **Warner Bros vient d'annoncer la production en cours d'un nouveau jeu vidéo basé sur l'univers du Seigneur des Anneaux avec La Terre du Milieu : L'Ombre du Mordor.** Prévu pour PC, PS4, PS3, Xbox One et Xbox 360, ce titre se présentera comme un jeu d'action à la troisième personne dans lequel le joueur incarnera « un garde courageux qui voit sa famille massacrée sous ses yeux la nuit du retour de Sauron et de son armée au Mordor, quelques instants à peine avant de mourir lui-même », situe l'éditeur dans un communiqué.

C'est donc un revenant doté

de pouvoirs spéciaux que l'on va incarner dans cette quête de vengeance, basée sur une histoire originale au sein de l'univers des films de Peter Jackson. C'est le studio américain Monolith Productions (Gardiens de la Terre du Milieu, FEAR) qui est en charge du développement du titre.



# Game Paris 2013

## Le jeu vidéo à l'honneur dans la capitale



Entretien avec

**Emmanuel Forsans,**  
Directeur de Capital  
Games & Directeur  
général de l'Agence  
Française pour le  
Jeu Vidéo

Une belle semaine consacrée au **jeu vidéo made in France** débute le 2 décembre via les différents **événements** s'inscrivant dans l'initiative **Game Paris**, orchestré par **Capital Games**. Un événement parisien principalement **B to B** organisé autour des **studios** mais qui entend faire rayonner la **création française** également auprès du public. **Emmanuel Forsans**, Directeur de Capital Games mais aussi Directeur général de l'Agence Française pour le Jeu Vidéo, nous détaille le **programme** de l'événement et ses **ambitions**.

Par Patrick Hellio - Photos © AFJV

**JDLI : Quel est l'objectif de Game Paris ?**

**Emmanuel Forsans :** Du 2 au 12 décembre, le jeu vidéo français va être mis en avant par le biais de quatre grandes manifestations s'inscrivant au sein de cet événement qui est organisé par Capital Games. La Game Connection, du 3 au 5 décembre, est un rendez-vous international B to B devenu incontournable, dédié aux rencontres entre studios et développeurs, ponctué de conférences et Master Class et dont cette édition 2013 prendra place aux Docks de Paris. Orienté en direction des prestataires, Le Business Tour, que nous voulons très pragmatique cette année, va se présenter le 2 décembre sous la forme d'un bus aménagé accueillant les agences digitales et web marketing, qui vont rencontrer des studios de développement spécialisés en advergaming et serious gaming. Ces rencontres vont se faire sous forme de « speed dating » facilitant les prises de contact. Les 11 et 12 décembre, la formation va être à l'honneur avec Game Paris Talents qui propose des rencontres entre collégiens, lycéens, écoles renommées et professionnels du secteur. Game Paris Awards sera pour sa part une cérémonie organisée la soirée du 4 décembre visant à récompenser les



Game Paris Talents à la Gaité Lyrique en 2012



meilleurs jeux vidéo français de l'année 2013. C'est un événement auquel nous souhaitons donner un rayonnement plus important cette année.

**Cette remise de prix tient donc une place particulière dans le dispositif Game Paris ?**

Tout à fait, nous aimerions idéalement en faire une sorte de vitrine auprès du grand public à la fois de l'événement Game Paris bien sûr, mais aussi plus généralement de la scène française des développeurs de jeux. Nous allons inviter 300 personnes environ dans le Grand Auditorium de la Cité des Sciences et de l'Industrie à la Villette (Paris XIX) à une cérémonie au cours de laquelle vont être désignés les jeux produits majoritairement en France se distinguant dans divers domaines comme les graphismes, la musique, le scénario, le meilleur jeu sur consoles de salon, sur console portable, sur mobile... Une dizaine de prix seront remis au cours de l'événement qui sera retransmis en direct sur le site Jeuxvideo.com. Plus que les éditeurs ou les sociétés, ce sont des auteurs et créateurs qui vont être récompensés ce soir-là. Il est vraiment important aujourd'hui de valoriser la notion d'auteur dans le jeu vidéo, ce qui est encore trop peu fait. Si Game Paris est fondamentalement un dispositif B to B, Game Paris Awards constitue un événement dont l'ambition est de promouvoir la créativité des talents français auprès du public mais aussi à l'international.

**Sur quels critères les jeux en lice sont-ils pré-sélectionnés ?**

Le premier critère est que les jeux doivent avoir été développés à plus de 50% en France. Les titres, tous supports confondus, doivent paraître entre début octobre 2012 et fin 2013 ce qui doit représenter environ 70



Photos de l'édition 2012 des Game Paris Awards



consommateurs. Dans l'esprit de ce que les Césars peuvent apporter à l'industrie du cinéma hexagonal. Cette édition des Paris Game Awards est principalement portée par le cluster francilien Capital Games mais nous espérons que les clusters des autres régions participeront aux prochaines éditions.

#### Quel est aujourd'hui le rôle de Capital Games ?

Il s'agit d'une association, un « cluster » d'entreprises du secteur jeu vidéo qui existe depuis une dizaine d'années. Elle regroupe une soixantaine de membres domiciliés dans la région Ile-de-France, principalement des studios de développement, des éditeurs, des écoles, des prestataires dans tous les segments du marché depuis les jeux AAA jusqu'aux jeux casual en passant par le serious gaming. Son activité est assez complémentaire avec ce que je propose via l'AFJV car il s'agit dans les deux cas d'apporter du service et d'aider les entreprises du secteur. Si AFJV est un outil B to B à 100% dématérialisé dédié au partage d'informations, Capital Games est complètement tourné vers les actions concrètes réalisées par et pour les entreprises du secteur. Ce réseau motive les échanges entre les membres et Capital Games organise diverses manifestations pour valoriser le savoir-faire des acteurs franciliens comme Game Paris. Nous avons aussi mis au

point l'espace Jeux Made in France sur le Paris Games Week, sur lequel 14 studios indépendants sont venus présenter leurs créations. Le rôle de Capital Games est aussi d'identifier ces événements sur lesquels ses adhérents peuvent intervenir. Nous organisons également des ateliers pratiques comme un prochain sur le thème du financement avec l'aide du Ministère de la Finance.

#### Comment Capital Games est-il financé ?

D'une part par les adhérents qui s'affranchissent d'une cotisation et d'autre part via des subventions apportées par la Région Ile de France, la Mairie de Paris et d'autres organismes publics qui vont participer à différents aspects comme la formation, l'aide à l'export, etc. Sur Game Paris, plusieurs partenaires interviennent dont le SNJV, le SELL, La Cité des Sciences et de l'Industrie...

#### Quelle place occupe l'Ile de France sur la scène du développement en France ?

C'est la première région du secteur en France, on estime qu'elle concentre environ 72% selon les derniers recensements de l'activité jeu vidéo en France. Mais il existe d'autres régions fortement investies dans le secteur sur le territoire comme la région Nord-Pas de Calais qui est la deuxième en France après la région

productions. Capital Games a opéré une première sélection, ramenant à 18 titres sélectionnés pour les récompenses. Les prix vont être désignés par un jury d'une dizaine de professionnels incluant des auteurs, des créateurs, des journalistes...

#### Comment comptez-vous développer l'aspect événementiel de cette remise ?

Le créateur de jeux Philippe Ulrich (Fondateur de Cryo, ndlr) et le producteur Patrick Giordano (également journaliste, scénariste de BD et musicien, ndlr) participent activement à l'élaboration de la soirée, pour la remise des prix mais aussi la scénographie de l'événement. Tout en misant sur l'aspect « people » mais uniquement jeu vidéo de la soirée, nous souhaitons aussi lui donner un ton « rock » et il y aura d'ailleurs sûrement quelques surprises sur place... Game Paris Awards est organisé par l'AFJV, sachant que nous avons une certaine expérience dans le domaine puisque nous avons mis en place la remise des prix du jeu vidéo sur le Festival du Jeu Vidéo qui étaient par la suite devenus les Milton il y a quelques années ou encore le Prix de la Création Française remis il y a deux ans par le ministre de la Culture. L'objectif est vraiment que l'industrie s'approprie cette soirée et en fasse une vitrine annuelle pour le rayonnement du jeu vidéo développé en France. Idéalement, cette remise de prix devrait être valorisée auprès des médias spécialisés, grand public mais aussi auprès de la distribution et des



L'édition 2012 de la Game Connection



parisienne. Lyon, Montpellier, Marseille mais aussi la Bretagne sont également des pôles importants où l'on trouve des studios de développement et des prestataires.

#### Pourquoi ne pas rapprocher Game Paris à un événement grand public comme Paris Games Week ?

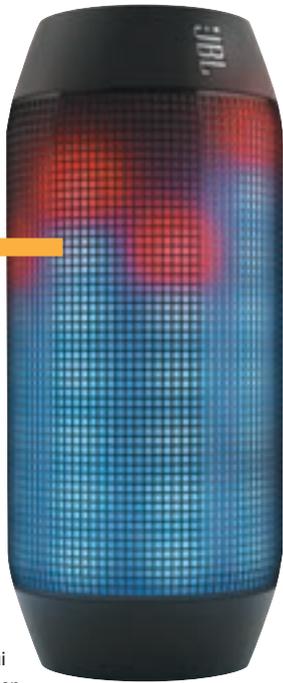
Ce serait en effet une piste de travail très intéressante, d'autant que cela nous permettrait d'avoir en France une proposition dans la lignée de ce que l'Allemagne propose avec la Gamescom qui marie justement événement grand public et rencontres B to B.

# JBL

## Son et lumière

Le spécialiste de l'audio présente une enceinte nomade originale, la Pulse.

Non contente de diffuser la musique en stéréo à l'aide de deux haut-parleurs et d'un event intégré (2 x 6 watts RMS), elle est recouverte de 64 LED qui « pulsent » des motifs lumineux en fonction de la musique ou des thèmes préprogrammés. D'autres thèmes sont d'ailleurs téléchargeables et l'utilisateur peut également créer les siens. Son et lumière, une combinaison que propose l'enceinte via une connexion Bluetooth ou NFC avec n'importe quel appareil compatible. L'autonomie annoncée est de 10 heures en mode musique et de cinq heures en mode son & lumière. Elle est disponible à partir de **199 euros**.



## ZTE Fine lame

Bien que relativement discret en France, ZTE continue d'introduire de nouveaux smartphones, trois précisément. On découvre donc un Blade Q accompagné des versions Mini et Maxi. Au niveau de la fiche technique, aucune différence ce qui résume le choix du modèle à la taille de l'écran et à son autonomie. Le Blade Q arbore un écran de 4,5 pouces WVGA (854 x 480), animé par un processeur double cœur et doté d'un APN de 5 Mpxels, le tout sous Android 4.2. La version Maxi pousse la diagonale à cinq pouces (854 x 480) tandis que la version Mini tombe à quatre pouces (800 x 480) et perd au passage sa caméra frontale. Les prix et dates de sorties sont encore inconnus.

# Nikon Reflex rétro

Il semble que le rétro soit la tendance de cette année dans le domaine de la photographie.

Ainsi, Nikon revient à ses premiers amours en dévoilant son reflex Df. Empruntant le design des appareils photo argentiques 24x36 de la marque, le Df est destiné aux passionnés de la photo. Pour répondre à cette attente, l'appareil est équipé du même capteur plein format de 16,2 Mpxels que le modèle phare de Nikon, le D4. On retrouve une plage dynamique élevée et une plage de sensibilité allant de 100 à 12 800 ISO qui peut être étendue à 204 800 ISO. Par ailleurs, le Nikon Df dispose d'un autofocus ultra-sensible et d'un viseur offrant une couverture de l'image à 100 %. A noter que l'appareil est équipé d'un levier de couplage photométrique repliable qui permet de fixer des objectifs Nikkor non-AI. Le Nikon Df en kit avec l'objectif 50 mm f/1.8G sera disponible en argent ou noir dans le courant du mois au prix public de **2 899 euros**.



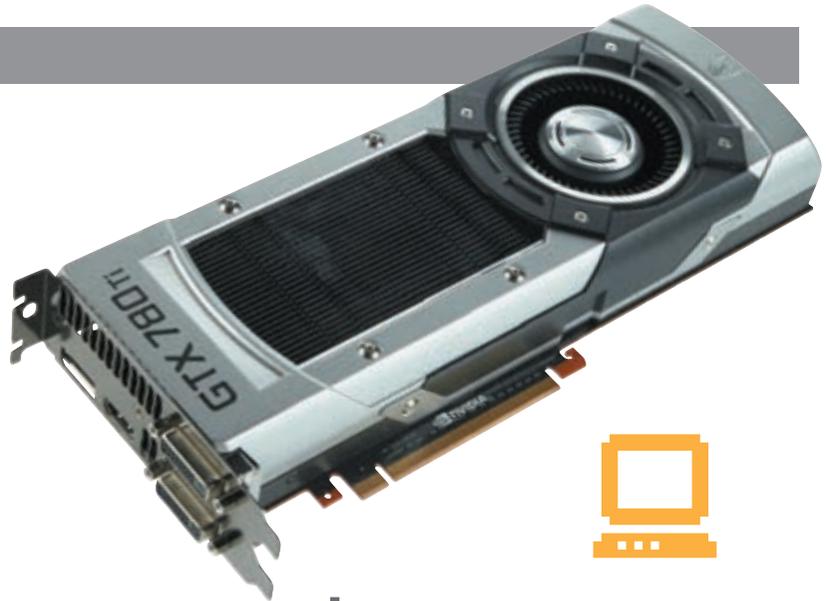
# Nvidia

## Concours de puces

Nvidia vient d'annoncer sa nouvelle puce graphique haut de gamme, la GeForce GTX 780 Ti. C'est la réponse à AMD qui, avec sa

Radeon R9 290X, affichait les meilleures performances dans les jeux depuis sa sortie il y a tout juste trois semaines. La carte graphique à base de GTX 780 Ti est certes plus onéreuse (**649 euros** contre **500** pour la R9 290X) mais aussi plus performante. Autre atout et pas des moindres, les premiers tests montrent que la carte de référence de Nvidia affiche une nuisance sonore bien moindre que sa concurrente, ce qui n'est pas négligeable surtout lorsque l'on joue

beaucoup. Pour atteindre de telles performances, Nvidia a augmenté le nombre d'unités de calcul de sa puce qui passe à 2 880 contre 2 304 pour la GTX 780 et 2 688 pour la Titan. De même, le nombre d'unités de traitement des textures a été augmenté toute comme la fréquence du processeur graphique ce qui permet même à la GeForce GTX 780 Ti d'être plus vélocité que la GeForce GTX Titan qui était jusque-là la référence en la matière. De fait, la GeForce GTX 780 Ti devient donc le nouveau fer de lance chez Nvidia mais elle reste toutefois réservée aux joueurs très fortunés.



# Denon

## Cocon sans fil



Le constructeur japonais lance une évolution de ses enceintes Cocoon qui proposent désormais la possibilité de streamer la musique issue du réseau domestique ou depuis un smartphone, tablette ou ordinateur via le WiFi. En outre, les Cocoon Stream sont compatibles avec la technologie AirPlay d'Apple pour se connecter aux iPod, iPhone et iPad. Denon propose également l'application Cocoon App (disponible sur iOS, Android et Windows Phone). Elle permettra à l'utilisateur d'accéder au contenu situé sur le réseau mais aussi aux milliers de radios Internet dont trois pourront être mémorisées. Les enceintes Cocoon arborent un design stylé constitué d'une base en aluminium et d'une coque en plastique moulé, le tout formant un ensemble assez classique. Denon propose également un support mural en aluminium renforcé (disponible en option au prix de 49 euros) et un pied en aluminium anodisé (disponible au prix de 99 euros). Les Cocoon Stream sont disponibles à partir de **150 euros** et jusqu'à **299 euros** suivant le modèle.



# Hercules

## Au rythme du mix

Hercules complète sa gamme de casques DJ avec le HDP DJ Light-Show Adv. Sous ce nom quelque peu étrange se cache un casque dont les écouteurs s'illuminent au rythme du mix. Ainsi, les logos blancs situés sur les deux écouteurs s'éclairent et battent au rythme de la musique diffusée, soit à l'intérieur du casque lors de la pré-écoute, soit à l'extérieur lors du mix (ce qu'entend le public). Le Light-Show arbore un design proche des casques professionnels de la marque avec une courbe continue d'un écouteur à l'autre. Les écouteurs sont équipés d'haut-parleurs de 50 mm recouverts de coussinets larges et souples qui pivotent pour faciliter les divers types d'écoutes. De plus, le casque se replie pour faciliter son transport. Le HDP DJ Light-Show Adv. est disponible au prix de **89,99 euros**.

# Lenovo

## Tablette polyvalente



Le constructeur étend sa gamme Yoga avec cette fois-ci une tablette Android. La Yoga Tablet offre trois modes d'utilisation : livre, mains libres et chevalet. Des configurations rendues possible par une poignée cylindrique contenant également un pied. Le pied permet aussi de loger une batterie supplémentaire pour une autonomie annoncée de 18 heures. Deux formats, 8 et 10 pouces, seront disponibles. La résolution utilisée est basse (1280x800 pixels) mais cela permet de proposer l'ensemble à un tarif attractif : **229 euros** pour la 8 pouces et **299 euros** pour la 10 pouces. Des accessoires (clavier Bluetooth, étuis) seront aussi proposés au lancement qui devrait avoir lieu sous peu.

# Google

## Le nouvel Android



C'est un peu en catimini que Google a annoncé puis commercialisé son nouveau smartphone Nexus 5. La présentation ne renfermait aucune surprise puisque la plupart des informations étaient déjà connues depuis quelques semaines. Toujours fabriqué par LG, le Nexus 5 est équipé d'un écran de 4,95 pouces et d'un processeur Qualcomm S800. Le Nexus 5 est aussi le premier à proposer Android 4.4 « Kit-Kat ». Des caractéristiques très haut de gamme donc qui seront toujours proposées à un tarif très agressif de **349 euros** pour la version 16 Go avec une disponibilité immédiate.





# Thomson se met aux tablettes

■ **Aperçues lors du salon IFA qui s'est déroulé début septembre à Berlin, les tablettes Thomson Primo 8 sont désormais disponibles.** Au format 8 pouces, ces tablettes sont animées par Android 4.1 et équipées d'un processeur Amlogic cadencé à 1,5 GHz. Le stockage étant de 4, 8 ou 16 Go suivant le modèle. Des tablettes simples donc mais dont le prix agressif pourra intéresser si la qualité est au rendez-vous. Les Primo 8 sont disponibles en noir et blanc à des prix allant de **139 à 159 euros** selon la quantité de stockage embarquée.



# Wiko Sombre

■ **Très en forme en ce moment la marque française annonce un nouveau smartphone sous Android baptisé Darkfull.**

Ce modèle est doté d'un écran cinq pouces Full-HD avec une protection Gorilla Glass 2 (comme l'iPhone) pour une résistance améliorée aux rayures et aux chocs. Côté technique, le Darkfull est animé par un processeur quadruple cœur cadencé à 1,5 GHz et secondé par 16 Go pour le stockage, le tout fonctionnant sous Android 4.2.1. En outre, le smartphone est doté d'un capteur 13 Mpixels à l'arrière et un capteur 5 Mpixels en frontal. Des prestations d'autant plus séduisantes que le Wiko Darkfull est disponible au prix de **269 euros**. De quoi en faire sur le papier l'un des modèles milieu de gamme les plus intéressants de cette fin d'année.

# SteelSeries

## Plus rapide que toi

■ **SteelSeries présente une nouvelle souris optique, la SteelSeries Rival, qui intègre un capteur capable d'atteindre les 6 500 CPI avec un temps de réponse inférieur à une milliseconde, donc sans temps de latence détectable.** Le capteur supporte les fortes accélérations jusque 200 pouces par seconde et 50 G, tandis que les boutons supporteront plus de 30 millions de clics. Destinée aux droitiers, la forme ergonomique et son revêtement spécifique limitent les problèmes liés à la transpiration et offrent un maximum de confort. La Rival permet aussi de multiples niveaux de personnalisation allant du choix de la couleur d'illumination sur 16,8 millions de teintes, aux réglages via le SteelSeries ExactTech en passant par le logiciel SteelSeries Engine 3. La SteelSeries Rival est disponible au prix de **59,99 euros**.



# Yamaha

## Oreille musicale

■ **Yamaha présente son tout dernier casque, le HPH-M82. Arborant un design original avec des oreillettes de forme carrée rehaussées du logo Yamaha, ce modèle est décliné dans six couleurs.** En outre, le câble et la télécommande sont assortis aux couleurs du casque. Les oreillettes sont recouvertes de coussinets en fibre de nylon qui épousent la forme des oreilles pour un plus grand confort. L'arceau, quant à lui, est réglable et ajustable pour s'adapter à toutes les morphologies. Côté technique, le HPH-M82 intègre des drivers de 40 mm employant une membrane Tangential Edge développée par Yamaha assurant une rigidité et une flexibilité élevées pour un rendu sonore plus naturel. Enfin, la télécommande équipée d'un microphone est optimisée pour une utilisation avec les appareils de la marque à la pomme (iPod, iPhone et iPad). Le casque Yamaha HPH-M82 est disponible au prix de **80 euros**.



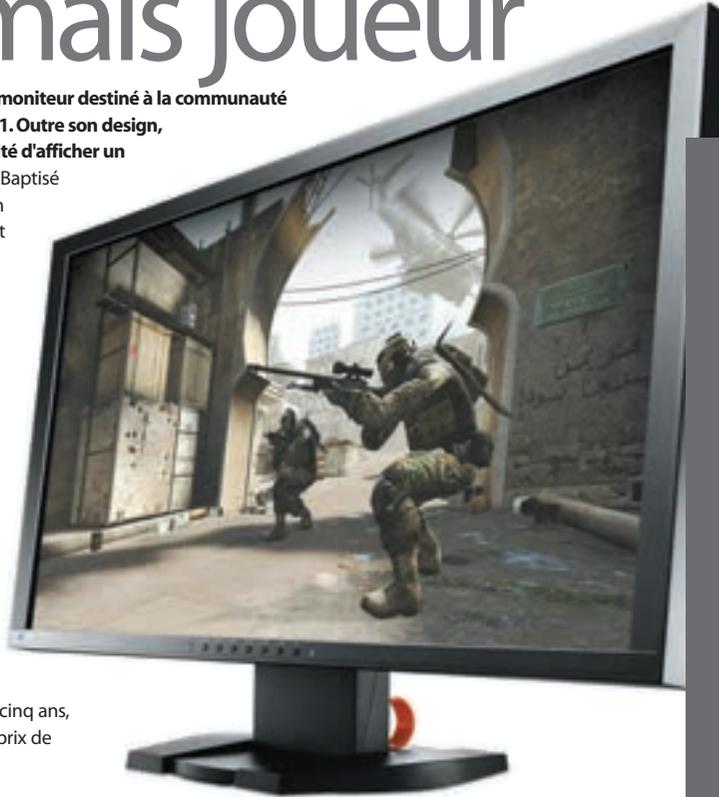
# Eizo

## Pro mais joueur

**Eizo annonce un nouveau moniteur destiné à la communauté des joueurs, le Foris FG2421. Outre son design, ce moniteur a la particularité d'afficher un**

**taux de rafraîchissement de 240 Hz.** Baptisé

« Turbo 240 », ce mode transforme un signal 120 Hz en 240 Hz en contrôlant le scintillement du rétro-éclairage LED. De plus, le temps de réponse de l'écran est de 1 ms. Eizo indique avoir travaillé avec des joueurs professionnels pour développer des modes de jeux adaptés aux FPS, courses, combats, RTS, etc. Le Foris FG2421 est doté d'une dalle VA Full-HD de 23,5 pouces offrant des angles de vision larges et un taux de contraste élevé. Un capteur de luminosité ambiante est présent en façade, ce qui permet d'adapter automatiquement la luminosité de l'écran. Côté connectique, le moniteur est doté d'un port HDMI, DVI-D, DisplayPort et d'un hub USB. Garanti cinq ans, l'Eizo Foris FG2421 est disponible au prix de **499 euros**.



# LG Flex

## Tout en souplesse

**Les écrans courbés sont à la mode ces derniers temps, que ce soit sur les téléviseurs ou les smartphones. Après Samsung, c'est au tour de LG d'introduire son téléphone courbé, le LG G Flex.** Ce dernier prend une approche différente des autres modèles dans le sens où l'appareil est flexible à un certain degré. Il est ainsi possible d'appuyer dessus pour le mettre « à plat ». C'est techniquement très impressionnant mais l'utilité est encore un peu floue. La démonstration est cependant intéressante quand on songe à l'application d'une telle technologie sur des appareils comme les montres connectées. Flexibilité mise à part, le LG Flex est doté d'un écran de six pouces et d'un processeur quadri-cœur haut de gamme. Il devrait être en vente en février 2014 pour un prix encore inconnu.



# Nokia

## Un Lumia de plus

**Malgré un rachat récent par Microsoft, Nokia continue de présenter de nouveaux modèles. Dernier annoncé, le Lumia 929 est un nouveau smartphone haut de gamme.**

Contrairement à ce que son nom indique, le 923 n'est pas une mise à jour du Lumia 920 mais bel et bien une nouvelle modèle, doté d'un écran Full-HD et d'un processeur quadri-cœur Qualcomm S800. De quoi revenir techniquement au niveau des androphones les plus avancés. On n'a toutefois aucune date de sortie ni de prix pour l'Europe, seuls les USA étant pour le moment confirmés.



# Orange

## Se projette

**Au milieu de sa grand messe annuelle, Orange a présenté un produit très original. Le Bloc, c'est son nom, est un combiné de vidéoprojecteur et d'enceinte,** le tout étant capable de fonctionner de manière autonome grâce à une batterie intégrée. Orange a collaboré avec les français AwoX (pour la partie streaming) et Cabasse (pour l'audio). Un appareil à part qui devrait être disponible en février 2014. Le prix n'est pas encore confirmé, mais il devrait se situer autour des **400 euros** nu et moins de **200 euros** avec un abonnement Orange Triple Play.



## Mad Catz Clavier mobile

Partant du constat que le jeu sur PC ne représente plus le seul espace d'expression et que la multiplication des supports mobiles entraîne un marché plus ouvert, Mad Catz présente le Strike M, un clavier sans fil Bluetooth à destination des tablettes et des micro-console. Le Strike M reprend tous les codes du clavier de jeu PC mais adaptés aux supports mobiles : dimensions contenues, pavé alphabétique complet, touches multimédia et jeu, pavé optique faisant office de souris avec boutons dédiés. Ajoutons des touches rétro-éclairées, une batterie assurant une belle autonomie et trois coloris au choix (rouge, blanc ou noir). Le Strike M devrait être disponible à la fin de l'année à un prix non encore communiqué.



## Huawei Windows en approche

Evoqué depuis maintenant plusieurs mois, l'Ascend W2 devrait être bientôt disponible. Ce Windows Phone d'entrée de gamme est en effet très intéressant. Son prix est estimé autour des **150 euros**, pour une fiche technique qui rassemble un écran 4.3 pouces WVGA (800 x 480), un processeur double cœur à 1,4 GHz, 8 Go pour le stockage et un objectif de 5 Mpx. De quoi délivrer un téléphone abordable offrant des performances tout à fait correctes. Il sera aussi décliné en divers coloris.

## Kazam Encore un



Fondée par des anciens de HTC, cette jeune société anglaise vient d'annoncer pas moins de sept smartphones pour sa première gamme. Au vu de leurs caractéristiques, ils sont résolument orientés entrée de gamme. Deux séries cohabitent, la série Trooper est peu puissante et disponible en 3,5, 4, 4,5, 5 et 5,5 pouces. La série Thunder plus musclée avec un processeur quadri-cœur sera disponible en 4,5 et cinq pouces. Au-delà du matériel très classique, Kazam semble vouloir se distinguer avec un support après-vente soigné. Le remplacement d'une vitre brisée est ainsi annoncée comme gratuite et l'entreprise propose une aide à distance dans laquelle un technicien peut prendre le contrôle du téléphone. On n'a pas encore de date d'arrivée ni de prix pour ces smartphones.

## Sony Avec ou sans

Sony présente deux nouveaux casques audio. Le MDR-10RBT fonctionne sans fil et le MDR-10RC est un modèle filaire.

Avec son design sobre et classique, le premier est un modèle Bluetooth compatible NFC. Il s'apparie ainsi par simple contact avec les appareils compatibles tels que les smartphones et les tablettes pour diffuser de la musique. Il affiche une autonomie d'environ 18 heures et une bonne isolation aux bruits extérieurs selon Sony. Il dispose également d'un microphone intégré qui autorise la fonction mains-libres pour répondre facilement aux appels. Le MDR-10RBT est disponible au prix de **200 euros**. Quant au MDR-10RC, il s'agit d'un casque compact, léger et pliable. Il dispose de coussinets confortables et d'un cordon intégrant un microphone et une télécommande qui permettent de répondre aux appels et naviguer dans la liste de lecture avec bien entendu la possibilité d'ajuster le volume. Le MDR-10RC est disponible au prix de **150 euros**.



# RYGHT™

www.ryght-audio.com

## LE SON QUI BOUGE !



Party Rock



NFC



Bluetooth



Jack 3,5mm



Rechargeable



Jack



Bluetooth Headphones



Crystal Speaker



Entretien avec

**Fatma Chamakh,**  
Directrice commerciale



Entretien avec

**Frédéric Saint-Étienne,**  
Responsable communication

# Garmin GPS

Si Garmin continue à innover en matière de GPS automobile avec notamment l'affichage tête haute et la connexion à vie, le constructeur américain se diversifie aussi de plus en plus avec la montre pour le golf et la caméra d'action par exemple. Par Stéphane Kauffmann

## JDLI : Comment se porte le GPS pour voitures, quelle est votre position sur le marché ?

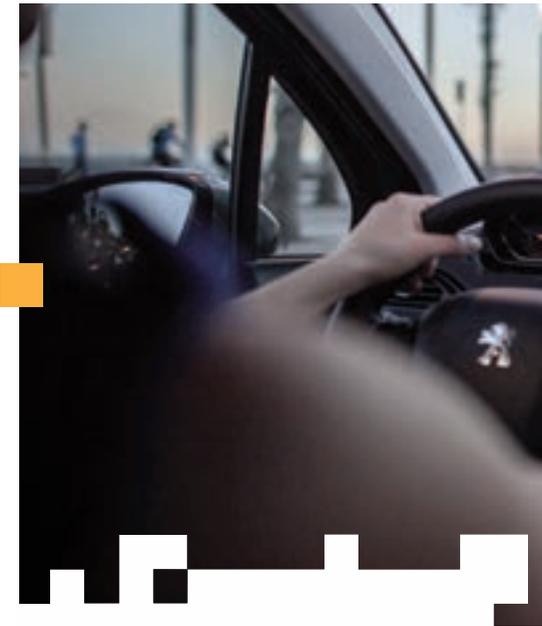
Nous sommes plutôt satisfaits. Au moment des vacances, nous avons lancé la cartographie et la connexion offertes à vie. Après quatre mois de commercialisation, le taux d'attachement au Live est de 55% ce qui nous conforte dans notre stratégie. Le consommateur veut un produit clef en main qu'il acquiert une bonne fois pour toute. Nous allons maintenant inclure cela à nos GPS plus abordables avec une première offre à 159 euros, ce qui devrait encore renforcer ce succès. Aujourd'hui notre prix de vente moyen se situe à 160 euros alors qu'il n'est que de 129 pour le marché ! Nous continuons par ailleurs à gagner des parts de marché puisque nous sommes passés en un an de 29 à 35,4%. Cela nous permet d'être en croissance sur la valeur alors que le marché est à -18%. La chute du volume est similaire ce qui montre que le prix moyen tient sur un marché mature. La décroissance devrait se ralentir en 2014 avec une prévision à -10% et un prix moyen stable.

## Y a-t-il encore des évolutions notables à attendre, des innovations qui justifient la plus-value ?

Bien entendu. Nous venons de présenter l'affichage tête haute sur un de nos produits, c'est un axe d'innovation. Par ailleurs, le GPS est devenu une plateforme de services et il y a encore beaucoup à faire, notamment en termes de sécurité et d'assistance à la conduite. Et pour ces nouvelles perspectives, il faut être connecté ce qui nous renforce dans notre stratégie de l'offrir à vie. Comme nous passons par une application gratuite, la connexion par le smartphone n'est pas contraignante par ailleurs.

## L'arrivée d'un GPS avec affichage à tête haute qui utilise l'application Navigon du smartphone, n'est-ce pas se tirer une balle dans le pied ?

Pas du tout. Cela fait plus de cinq ans que l'on parle d'une cannibalisation de l'un par l'autre or ce n'est pas le cas. Ce n'est pas la même démarche en fait. Utiliser le smartphone seul comme GPS dans la voiture reste une solution occasionnelle d'appoint en raison de l'écran, de l'ergonomie, de la performance et de la fixation. En revanche, se servir du smartphone pour alimenter en données un GPS à demeure présente de nombreux avantages comme la connexion sans supplément. Et cela permet de



conserver les avantages du GPS dédié avec un écran plus grand et une ergonomie meilleure. Le GPS à tête haute utilise davantage le smartphone mais propose une ergonomie et une qualité d'affichage exceptionnelles.

## Garmin s'est lancé à son tour dans la caméra d'action. Quelle est votre légitimité et surtout votre plus-value par rapport à un GoPro omniprésent ?

La caméra d'action est une extension logique de notre activité. Nous tirons notre légitimité de notre longue expérience sportive et outdoor. Et cela se vérifie dans la plus-value apportée par notre caméra qui se manipule aisément en toute circonstance et s'avère étanche sans avoir recours à une coque supplémentaire. Notre caméra se distingue donc de toutes les autres par plus de robustesse et une meilleure ergonomie. Dans la version haut de gamme, nous avons aussi intégré un accéléromètre et un GPS pour afficher des données supplémentaires comme la vitesse. Nous sommes là au cœur de notre savoir-faire en matière de sport et d'activités en plein air.

## Où se vendent les caméras d'action et comment allez-vous assurer la promotion de la vôtre ?

Elle va être distribuée dans les réseaux spécialistes

# min diversifié



HARDWARE

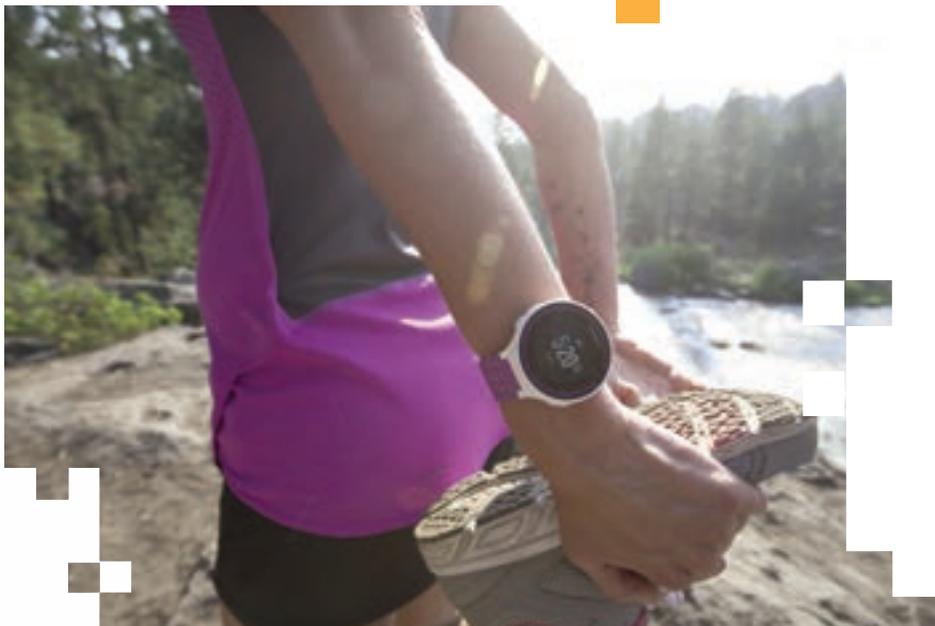


INTERVIEW

29

FATMA CHAMAKH

FRÉDÉRIC SAINT-ETIENNE



comme généralistes. Il y aura déjà les spécialistes du sport comme Decathlon, le Vieux Campeur, Le Pape, etc. Nous avons un long historique qui nous lie à ces enseignes ce qui va nous aider naturellement. Nous y sommes crédibles, tout comme nous le sommes auprès du consommateur exigeant. Nous serons également présents chez les multi-spécialistes du Hi-Tech qui accueillent notre caméra très favorablement. Il est vrai que toutes nos diversifications avec le vélo ou le golf par exemple ont toujours connus un grand succès. Nous assistons le déploiement chez les revendeurs par un mobilier spécifique qui permet de mettre en scène les caméras. Il y aura également un plan média en début d'année. Nos ambitions sont fortes et nos partenaires savent que nous allons déployer un dispositif qui est à la hauteur. Nous sommes déjà référencés chez tous les acteurs importants, à nous de faire nos preuves auprès du consommateur final.

Il est difficile d'analyser le marché de la montre de sport dans son ensemble car il s'agit plutôt de secteurs spécifiques comme le running. C'est d'ailleurs l'activité qui génère le plus de ventes chez



**Garmin s'est fait une spécialité de la montre GPS pour le sport. Où en est ce marché et quelle y est la position de Garmin ?**

« Nos ambitions sont de tripler, voire quadrupler notre chiffre d'affaires en 2013. »

nous et nous y sommes le numéro un incontesté. La croissance annuelle est de 20% et toutes les catégories de pratique utilisent nos montres désormais, comme par exemple le triathlon et le trail. Le golf est une activité plus récente chez nous car nous nous sommes lancés il y a environ deux ans mais nos montres rencontrent déjà un vif succès. 30 000 parcours y sont préenregistrés et actualisés gratuitement. Grâce au GPS, la montre vous indique où vous vous trouvez par rapport au trou et vous donne toutes les informations comme la distance et le nombre de coups. Elle vous dit par exemple que vous êtes au golf de Chantilly sur le numéro 4 qui est un Par 3 et vous êtes à 135 mètres du trou. La montre enregistre aussi vos données et vos résultats.



**Expliquez-nous ce qu'apportent les nouvelles montres Forerunner dédiées à la course à pied.**

Déjà, elles sont connectées directement au smartphone et il n'y a plus besoin de passer par un ordinateur pour suivre son entraînement. Elles permettent aussi de communiquer autour de sa course sur les réseaux sociaux, la dimension de l'échange sur sa pratique devient de plus en plus importante dans ce sport. La 620 haut de gamme propose pour la première fois une ceinture de fréquence cardiaque dotée d'un accéléromètre. Ainsi, la montre peut analyser la foulée et permettre d'améliorer sa façon de courir. La montre indique avec précision ce qu'est la bonne foulée et aussi le temps de récupération idéal. Toutes ces améliorations sont en partie issues de ce que les coureurs eux-mêmes nous ont demandés.



**Comment voyez-vous évoluer le segment de la montre de sport ?**

Il y a une évolution intéressante vers la démocratisation du sport et nous allons essayer d'accompagner le phénomène. Ainsi en running, celui ou celle qui part courir le dimanche veut aussi pouvoir analyser sa performance et son efficacité mais les critères ne sont pas les mêmes. Nous avons déjà lancé des montres plus simples à utiliser qui répondent à ces exigences. L'aspect connecté est un axe de développement important et nous l'abordons par le sport. Sur nos montres de golf, on peut déjà recevoir ses emails, ses SMS et ses notifications ce qui fait sens au regard du temps que l'on passe sur un parcours. Nous allons étendre la connexion à nos montres en général car cela permet par exemple d'étendre les activités communautaires et c'est une tendance de fond du sport en ce moment. Notre plate-forme Garmin Connect a déjà la plus grande communauté du secteur avec plus de quatre millions d'inscrits.

**Les GPS pour vélo et pour moto représentent de petites niches. Est-ce rentable d'investir autant ?**

L'univers du GPS pour vélo n'est pas une niche. Particulièrement en France, ce sport jouit d'un grand popularité et le nombre de licenciés ne cesse de grandir. Nos ventes de GPS dédiés sont en hausse et nous avons plus de 70% de parts de marché ! Nous venons de lancer le Edge Touring qui s'adresse à une cible différente, ceux qui font du vélo pour se déplacer, notamment dans les grandes agglomérations. Nous avons d'ailleurs intégré nos cartes City Navigator. L'interface est plus orientée navigation que performances et s'approche de ce que l'on a l'habitude de voir en automobile. Quant au deux-roues motorisés, il jouit d'une popularité grandissante en agglomération et le guidage par GPS se développe logiquement.

**Avez-vous prévu une opération particulière pour cette fin d'année ?**

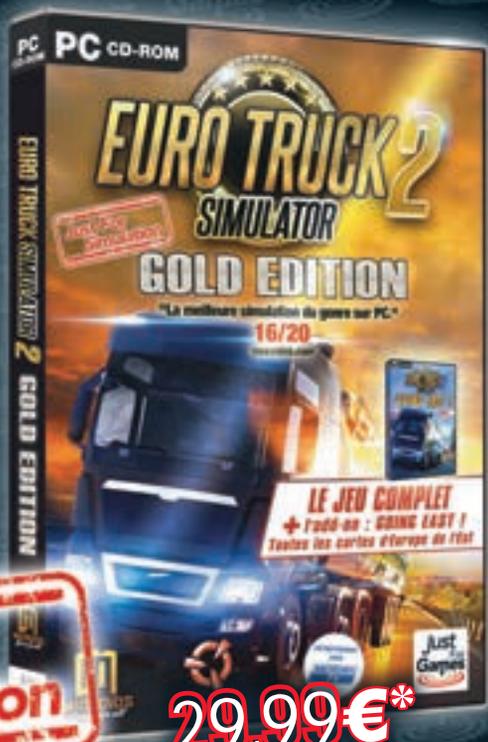
Sur la partie GPS automobile, nous lançons une offre très originale. Il s'agit déjà à la base d'une offre de remboursement d'un montant de 30 euros sur l'achat d'un modèle avec carte et connexion à vie. Nous l'associons à un jeu SMS avec 100% de gagnants qui remportent soit un remboursement plus important ou même carrément le produit offert. Nous allons relayer cette opération par une campagne de communication en radio, du trade et du street marketing.



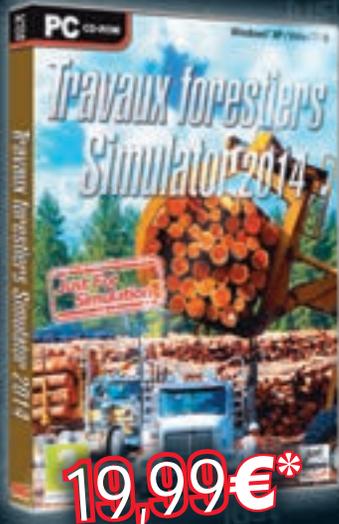
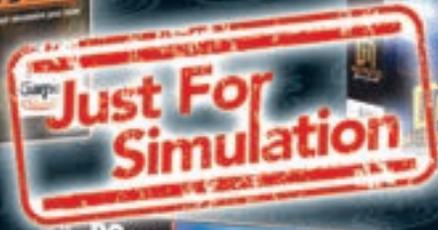
# LES MEILLEURS JEUX DE SIMULATION SONT CHEZ **JUST FOR GAMES** !



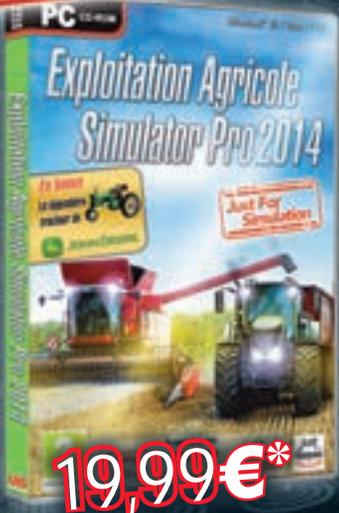
19,99€\*



29,99€\*



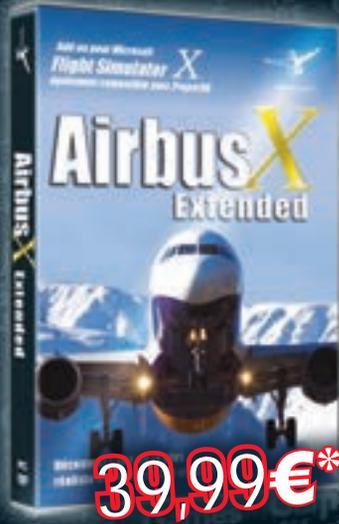
19,99€\*



19,99€\*



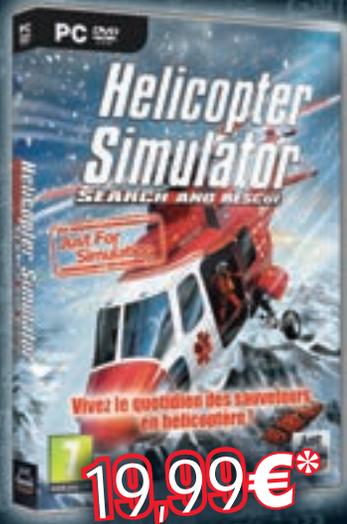
29,99€\*



39,99€\*



25,99€\*



19,99€\*



\* Prix de vente TTC généralement constaté.

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





## Apple MacBook Pro 15

### Ordinateur portable

Apple prouve qu'il est possible de réussir la quadrature du cercle en matière d'ordinateur portable. Le MacBook Pro dispose d'un écran de 15 pouces et il est réalisé dans une seule pièce d'aluminium, ce qui ne l'empêche pas d'être fin et surtout très léger avec tout juste deux kilos sur la balance. La version 13 pouces se contente même d'un kilo et demi. Certes, certains PC font mieux et même le MacBook Air chez Apple mais sur le Pro, aucune concession n'est faite sur les composants. Le processeur Intel de dernière génération n'est pas un modèle basse consommation, ce qui permet des performances exceptionnelles. Pour autant, l'autonomie est très longue avec plus de 10 heures sur une charge en utilisation normale. Les performances du SSD qui stocke les données sont tout aussi convaincantes avec à la clef un ordinateur qui réagit toujours au quart de tour. L'écran en très haute définition est tout simplement le meilleur à ce jour avec des couleurs fidèles et un contraste élevé. Faire le choix d'un MacBook, c'est aussi choisir un système d'exploitation très ergonomique et vraiment simple à utiliser. Ce nouveau modèle frise donc la perfection et elle a un prix qui est très élevé.

### CARACTÉRISTIQUES

Mac OS, écran 15 pouces 2880 x 1800 pixels, processeur Intel Core i7 2 GHz, mémoire 8 Go, SSD 256 Go, 359 x 247 x 18 mm, 2,02 kg

■ CATÉGORIE Haut de gamme

■ CONTACT Apple, tél. : 01 69 86 34 00

■ PRIX 1 999€



## Garmin HUD

### GPS

Garmin propose le premier GPS grand public qui permet un affichage dit tête haute des informations de navigation. Muni d'un écran bicolore, le HUD projette les données soit directement sur le pare-brise, soit sur un support en plastique si on est amené à l'utiliser dans plusieurs véhicules. Placé dans la ligne de mire du conducteur, ce système permet de réduire au maximum les distractions de l'automobiliste en lui permettant de garder le yeux sur la route. L'appareil est un simple afficheur, il faudra lui associer un smartphone muni d'une application de navigation maison Navigon (App Store, Google Play et Windows Store) ou StreetPilot (App Store). La connexion Bluetooth avec le smartphone s'effectue en quelques secondes. Il suffit ensuite de lancer un itinéraire. Le HUD affiche alors la direction à prendre et la distance de la prochaine intersection, l'heure estimée d'arrivée, la vitesse instantanée et la limitation de vitesse de la route empruntée. Enfin, lorsque l'info est disponible, il indique également la file à prendre grâce à l'assistant de changement des voies. Il dispose d'une adaptation automatique de la luminosité, ainsi les données sont parfaitement lisibles en plein soleil et la nuit elles n'éblouissent pas le chauffeur. Le HUD nécessite une alimentation via une prise allume-cigare qui est pourvue d'un port USB pour alimenter le smartphone.

### CARACTÉRISTIQUES

Écran VFD (Vacuum Fluorescent Display), bicolore (vert et rouge), Bluetooth, cordon allume-cigare avec port USB, nécessite un smartphone et une application de navigation Garmin, 10,8 x 8,8 x 1,9 cm, 277 grammes

■ CATÉGORIE Haut de gamme

■ CONTACT Garmin France, tél. : 01 55 17 81 81

■ PRIX 149€



## HTC One Max

### Smartphone

Le One Max est une version géante du One. Comme avec le One Mini, HTC a clairement fait des concessions sur la qualité de fabrication. Outre un usage majoritaire du plastique, l'ajustement des pièces n'est pas parfait. C'est vraiment dommage car le design en lui-même est agréable et le dos est désormais amovible. Cela permet d'avoir accès à un lecteur micro-SD qui manquait cruellement au One. En revanche, on se demande bien pourquoi HTC n'en a pas profité pour rendre la batterie amovible aussi. Avec son écran de 5,9 pouces, le One Max est particulièrement difficile à manipuler d'une seule main. L'affichage est en revanche superbe sur tous les points. On ne peut pas en dire autant du capteur photo 4 Mpixels qui offre des résultats décevants manquant singulièrement de détails. Au rayon des gadgets plus ou moins utiles, le One dispose de l'infrarouge et aussi d'un lecteur d'empreintes au dos plutôt mal placé. L'autonomie est satisfaisante au regard de la taille avec près de deux jours sur une charge. Le One Max vient se positionner dans la catégorie des géants avec un très bel écran mais son tarif est élevé au regard des prestations.

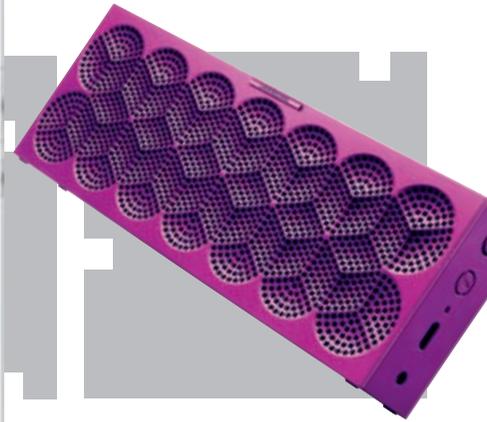
### CARACTÉRISTIQUES

Écran 5,9 pouces Super LCD Full-HD, processeur Qualcomm S600 quadri-cœur 1,7 GHz, mémoire 16 Go, capteur photo 4 Mpixels, Android 4.3, lecteur micro-SD, 164,5 x 82,5 x 10,3 mm, 217 grammes

■ CATÉGORIE Haut de gamme

■ CONTACT HTC, tél. : 01 70 75 91 71

■ PRIX 699€



## Jawbone mini Jambox

### Enceinte nomade

Elle est issue d'une longue lignée d'enceintes portables de grande qualité. Jawbone avait été précurseur en la matière avec la Jambox. Pour ce nouveau modèle, le design et la finition ont été particulièrement soignés. Cette petite barre assez plate est vraiment mobile car elle peut se glisser dans tous les sacs, même les plus petits, voire dans la poche intérieure d'un veston ou d'un blouson. Il y a trois boutons sur le dessus. Les classiques plus et moins servent à régler le volume alors que le rond met en pause, fait avancer ou reculer. Sur le côté, le bouton de mise en service par appui long sert aussi à connaître le niveau de batterie. C'est une voix qui l'annonce en pourcentage car la Mini Jambox parle ! De base, c'est une voix féminine en Anglais mais il est possible de la changer. En outre, une application Jawbone permet aussi de transférer les playlists des différents services musicaux comme iTunes, Spotify ou encore Deezer. A l'essai, le niveau possible est tout à fait satisfaisant au vu de la taille de l'objet. La restitution est impressionnante avec tous les registres bien présents, l'aigu, le médium et même le grave (un exploit dans un encombrement aussi réduit). Quel que soit la musique, le rendu est précis, aéré et dynamique avec une excellente séparation des instruments qui permet même d'écouter du grand orchestre. Au final, la Jawbone mini est une très bonne enceinte vraiment mobile et au design magnifique. La qualité de la restitution sonore est exceptionnelle au regard de la taille mais le choix d'un son très clair ne plaira pas à tous.

### CARACTÉRISTIQUES

Enceinte nomade, connexion Bluetooth 4.0, recharge micro USB, autonomie 10 heures, 154 x 24,5 x 58 mm, 258 grammes

■ CATÉGORIE Milieu de gamme

■ CONTACT Jawbone, site Web : [www.jawbone.com](http://www.jawbone.com)

■ PRIX 179€



## Apple iPad Air

### Tablette

Pour la première fois Apple renouvelle le design de sa tablette phare. Désormais appelé iPad Air, ce nouveau modèle reprend l'essentiel des codes introduits l'an passé avec l'iPad Mini. Bien que la tablette conserve son écran de 9,7 pouces au format 4/3, elle est bien plus compacte. Déjà, les bords autour de l'écran sont devenus très fins, tout comme l'épaisseur passe de 9,4 à 7,5 millimètres. Logiquement, cette cure d'amaigrissement s'accompagne d'une perte de poids notable qui passe de plus de 600 à 469 grammes. C'est donc dans sa taille une tablette très fine et très légère ce qui améliore considérablement la prise en main. L'affichage n'évolue pas, on conserve la même dalle « Retina » utilisée depuis deux ans. Il n'y avait d'ailleurs aucune raison de la changer car sa qualité est exceptionnelle avec des couleurs fidèles, beaucoup de détails, un contraste et une luminosité élevés. Le son passe à la stéréo mais on couvre toujours les haut-parleurs avec les mains. Sous le capot, le processeur est quasi identique à celui de l'iPhone 5S. On gagne donc nettement en puissance tandis que l'autonomie reste identique (10 heures) malgré une batterie plus petite. L'iPad Air constitue un grand pas en avant et c'est clairement la meilleure tablette à tous les niveaux actuellement. Surtout si l'on considère aussi le magasin appliqué qui garde une longueur d'avance sur la concurrence.

### CARACTÉRISTIQUES

iOS 7, écran 9,7 pouces 2048 x 1536 pixels, processeur Apple A7 double cœur 1,4 GHz, Mémoire 16 Go, capteur frontal 1,2 MP, capteur arrière 5 MP, connectivité WiFi n, connecteur Lightning, 240 x 169,5 x 7,5 mm, 469 grammes

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Apple, tél. : 01 69 86 34 00
- PRIX **489€**

## Panasonic Lumix DMC-TZ-40

### Compact

C'est un compact super-zoom bardé de technologie. Il intègre le WiFi, un GPS et le NFC. Autant dire que l'appareil est vraiment communicant. Le boîtier fait la part belle au métal et à l'avant se trouve un petit grip bien pratique. Au dos, il y a un très large écran plutôt bien défini et une série de boutons assurant l'accès aux fonctions de prise de vue, au menu général et au WiFi. Toutefois, l'ergonomie est parfaite. En l'absence de roue codeuse, les réglages d'ouverture et de vitesse sont très fastidieux. Avec le WiFi, l'appareil offre de multiples fonctions très intéressantes. Il est possible de transférer ses fichiers depuis l'appareil jusqu'au PC, y compris de manière automatique au fur et à mesure de la prise de vue. On peut aussi se servir de la connexion pour piloter l'appareil depuis un smartphone. La qualité d'image est plutôt bonne avec une belle netteté sur la majeure partie mais curieusement, les bords sont un peu flous. Avec un petit capteur, il ne faut pas s'attendre à des miracles pour la montée en sensibilité. Ainsi à 400 ISO, on perd déjà beaucoup de texture, faute à un lissage excessif. En vidéo, le TZ-40 se débrouille bien avec la possibilité de filmer en Full-HD à 30 img/s et avec une image assez peu bruitée. Ce compact affiche une qualité d'image en accord avec sa catégorie mais il se distingue par ses capacités avancées de communication.

### CARACTÉRISTIQUES

Capteur CMOS 18 Mpx, objectif 24-480 mm en équivalent, ouverture f/3,3-6,4, vidéo Full-HD, écran 3 pouces tactile, 108,3 x 58,9 x 27,7 mm, 172 grammes

- CATÉGORIE Milieu de gamme
- CONTACT Panasonic, tél. : 01 79 24 10 50
- PRIX **309€**

## Sandisk Connect Wireless Flash Drive

### Stockage sans fil

La Connect Wireless Flash Drive se présente sous la forme d'une clef USB compatible WiFi. Le stockage en lui-même est assuré par une carte micro-SD fournie et il est donc possible de l'étendre. Il est certes possible d'échanger des fichiers en la connectant en USB à un ordinateur mais sa fonction première est d'être accessible en WiFi direct. Pas besoin de réseau domestique, la clef établit une connexion avec l'appareil mobile en point par point. On peut ainsi échanger du contenu mais aussi lire en streaming. Ainsi, il est possible d'y connecter smartphones et tablettes fonctionnant sous les systèmes iOS et Android via l'application dédiée Sandisk Connect. Une version Windows Phone est en développement. L'application permet de lire les documents, photos, vidéos et musiques présents sur la clef. De même, il est possible de transférer du contenu depuis sa tablette ou son smartphone vers la Wireless Flash Drive pour le partager avec d'autres personnes qui sont connectées. La clef est munie d'une batterie qui autorise un fonctionnement autonome pendant près de quatre heures avant recharge. Pour cela, il suffit de la connecter à un chargeur USB ou à un ordinateur. La connexion WiFi est alors désactivée et elle sera considérée comme une simple clef USB. La clef Connect s'avère très pratique pour stocker et échanger du contenu sur les appareils mobiles de type tablette et smartphone. Grâce à la connexion WiFi, l'échange est rapide, tout comme il est possible de streamer.

### CARACTÉRISTIQUES

Clef USB 2.0 WiFi, capacité 16 ou 32 Go via carte micro-SD, WiFi direct b/g/n, autonomie de 4 heures, connexion simultanée jusqu'à 8 appareils (3 en streaming vidéo)

- CATÉGORIE Milieu de gamme
- CONTACT Sandisk, tél. : 01 41 73 54 85
- PRIX **49,90€** (16 Go)

## Microsoft Surface 2

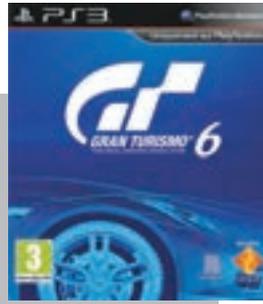
### Tablette

Extérieurement vous auriez bien du mal à distinguer cette Surface 2 de sa grande sœur. Ce n'est d'ailleurs pas un mal, le design industriel étant probablement l'une des grandes réussites de la Surface. Entre son format 16/9 et un poids élevé (676 grammes, près de 200 grammes de plus que l'iPad Air), la Surface 2 n'est pas un modèle d'ergonomie. Cependant, le trépied améliore la situation quand la tablette est posée. L'écran évolue dans le bon sens avec une dalle Full-HD. Si on n'est pas tout à fait au niveau d'une Nexus 10 ou encore d'un iPad en termes de densité, le gain de qualité est notable. Par ailleurs l'écran est exemplaire d'un point de vue fidélité des couleurs, contraste, luminosité et angles de vision. Le processeur est désormais un Nvidia Tegra 4 accompagnée de 2 Go de mémoire vive. Un changement bénéfique puisque le système est enfin fluide, un qualificatif dont on ne pouvait pas qualifier Windows RT sur le précédent modèle. L'autonomie est correcte, avec huit heures d'utilisation mixte sur une charge. Reste que la puissance du Tegra 4 n'a pas beaucoup d'occasions de s'exprimer. L'offre logicielle est toujours aussi limitée et en dehors du navigateur et de la suite Office (toujours offerte), l'utilisateur n'a pas grand-chose à se mettre sous la dent. Malgré de gros progrès d'un point de vue technique et des claviers optionnels toujours aussi pratiques, la Surface 2 souffre d'une offre applicative limitée et de l'incompatibilité avec les logiciels PC.

### CARACTÉRISTIQUES

Écran 10,6 pouces Full-HD, processeur Nvidia Tegra 4, mémoire 32 Go, Windows RT 8.1, capteur arrière 5 Mp, connectivité WiFi n, USB, Display Port, micro-SD, 274,5 x 173 x 8,89 mm, 676 grammes

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Microsoft, tél. : 01 57 75 10 00
- PRIX **439€**



## Gran Turismo 6

### ■ Simulation automobile

#### ■ Le 6 décembre

Série incontournable pour les amateurs de simulations auto réalistes, Gran Turismo fait une seconde apparition sur PlayStation 3. 1200 véhicules fidèlement reproduits, plus d'une trentaine de circuits, un nouvel éditeur de tracés, des fonctions en ligne plus développées et bien sûr un moteur qui devrait tirer le meilleur de la PS3 : GT 6 devrait s'imposer comme l'une des références incontournables sur cette génération de consoles. En France, cinq millions de jeux de la série ont été vendus selon Sony.

### ■ PLAN MARKETING

GT6 va être largement mis en avant via une campagne en TV massive (chaines hertziennes, nombreuses chaînes cabsat...) ainsi que sur Internet (sites spécialisés jeux vidéo, sportifs, revendeurs, portails, Facebook et YouTube). Une campagne en presse est également prévue (L'Equipe, Sport Auto) ainsi qu'en radio (RMC). De nombreux dispositifs sont prévus en magasins (PLV, boxes, stickers, arche...).

### ■ MISE EN PLACE

Non communiquée

### ■ DÉVELOPPEUR

Polyphony Digital

### ■ EDITEUR

Sony Computer

### ■ DISTRIBUTEUR

Sony Computer

### ■ NOMBRE DE JOUEURS

NC

### ■ JEU EN LIGNE

Oui

### ■ PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

70€ environ



## Injustice : Les Dieux Sont Parmi Nous Ultimate Edition

### ■ Combat

#### ■ Le 29 novembre

Injustice, le jeu de combat mettant en scène les héros DC Comics et développé par les créateurs de Mortal Kombat, revient dans une nouvelle édition embarquant les différents packs de contenus supplémentaires commercialisés en ligne : nouveaux personnages, nouvelles apparences, missions supplémentaires... Cette nouvelle édition marque aussi les premiers pas du titre sur la nouvelle PlayStation 4 où les jeux de combat sont encore bien rares.

### ■ PLAN MARKETING

Non communiqué

### ■ MISE EN PLACE

Non communiquée

### ■ DÉVELOPPEUR

NetherRealms Studios

### ■ EDITEUR

Warner Bros Games

### ■ DISTRIBUTEUR

Warner Bros

### ■ NOMBRE DE JOUEURS

1 à 2

### ■ JEU EN LIGNE

Oui

### ■ PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

Entre 40€ et 60€ environ



## Tearaway

### ■ Plate-forme

#### ■ Le 22 novembre

Le nouveau jeu du studio Media Molecule (LittleBigPlanet) arrive en exclusivité sur PS Vita. Tearaway met en scène un univers entièrement composé de papiers et pliages, dans lequel le joueur contrôle un personnage original et intervient directement dans l'univers du jeu. Spécialement concocté pour la console portable, ce jeu de plate-forme en exploite les différentes fonctionnalités comme le capteur photo, la surface tactile arrière pour interagir avec les ennemis ou le décor...

### ■ PLAN MARKETING

Non communiqué

### ■ MISE EN PLACE

Non communiquée

### ■ DÉVELOPPEUR

Media Molecule

### ■ EDITEUR

Sony Computer

### ■ DISTRIBUTEUR

Sony Computer

### ■ NOMBRE DE JOUEURS

1

### ■ JEU EN LIGNE

Non

### ■ PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

30€ environ



## Bravelly Default

### ■ Rôle/aventure

#### ■ Le 6 décembre

Avec Bravelly Default, Square Enix (Final Fantasy, Dragon Quest) publie un nouveau jeu de rôle exclusif à la 3DS, précédé d'une excellente réputation suite à sa sortie au Japon. Fidèle aux systèmes de jeu des plus grands RPG, le titre apporte aussi de la nouveauté via par exemple les séquences de combat en tour par tour où des actions héroïques sont rendues possibles. Le jeu se veut également connecté avec échanges de profils de personnages via StreetPass. Cette version européenne accueille plusieurs améliorations par rapport à la version originale japonaise.

### ■ PLAN MARKETING

Non communiqué

### ■ MISE EN PLACE

Non communiquée

### ■ DÉVELOPPEUR

Silicon Studio

### ■ EDITEUR

Square Enix

### ■ DISTRIBUTEUR

Nintendo

### ■ NOMBRE DE JOUEURS

1

### ■ JEU EN LIGNE

Non

### ■ PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

45€ environ



## Dead Rising 3

- **Action**
- **Le 22 novembre**

Si les exclusivités se font rares de la part des éditeurs tiers à l'arrivée des nouvelles consoles, Capcom a cependant réservé à la Xbox One le nouvel épisode de l'une de ses séries phares (née sur Xbox 360, vendue à plus de cinq millions d'exemplaires). Comme dans les deux précédents volets, le joueur incarne un survivant aux prises avec des dizaines de zombies simultanément à l'écran. Nouvelle génération oblige, ce troisième volet devrait se distinguer par le biais de son monde ouvert avec une ville de Los Perdidos à explorer de fond en comble. Via Kinect, le jeu réagira aux bruits ambiants et suivra les indications gestuelles du joueur pour diriger les survivants.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
  - **MISE EN PLACE** Non communiquée
  - **DÉVELOPPEUR** Capcom
  - **EDITEUR** Microsoft
  - **DISTRIBUTEUR** Microsoft
  - **NOMBRE DE JOUEURS** NC
  - **JEU EN LIGNE** Oui
  - **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**
- 70€ environ**



## Ryse : Son of Rome

- **Action**
- **Le 22 novembre**

Les développeur de Crytek (Far Cry, Crysis) signent ce qui s'annonce comme l'un des titres emblématiques du lancement de la Xbox One. Ce jeu d'action à la troisième personne prend place à l'époque de la Rome antique et propose d'incarner Marius Titus, un soldat romain assoiffé de vengeance après le meurtre de sa famille et qui va participer aux combats pour l'Empire, des îles britanniques jusqu'au Colisée de Rome. En multijoueurs, il s'agira de participer à des combats dans un colisée contre des hordes d'ennemis. Le capteur Kinect est notamment employé pour donner des ordres vocaux à ses troupes.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
  - **MISE EN PLACE** Non communiquée
  - **DÉVELOPPEUR** Crytek
  - **EDITEUR** Microsoft
  - **DISTRIBUTEUR** Microsoft
  - **NOMBRE DE JOUEURS** NC
  - **JEU EN LIGNE** Oui
  - **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**
- 70€ environ**

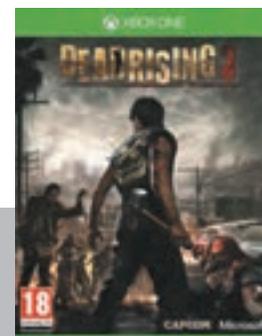


## Killzone Shadow Fall

- **Action**
- **Le 29 novembre**

Avec plus de 500 000 jeux vendus en France, la série Killzone s'est imposée comme une valeur sûre sur consoles PlayStation dans le domaine du jeu d'action en vue subjective. Avec Shadow Fall, la saga accompagne le lancement de la PS4 avec un titre plein d'action. Si la campagne solo promet une dizaine d'heures, le titre propose également des fonctions multijoueurs complètes avec jusqu'à 24 joueurs s'affrontant simultanément. Le jeu peut également être pratiqué via la PS Vita grâce à la fonction Remote Play qui lie les deux consoles.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
  - **MISE EN PLACE** Non communiquée
  - **DÉVELOPPEUR** Guerrilla Games
  - **EDITEUR** Sony Computer
  - **DISTRIBUTEUR** Sony Computer
  - **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 24
  - **JEU EN LIGNE** Oui
  - **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**
- 70€ environ**



visuel non définitif



visuel non définitif



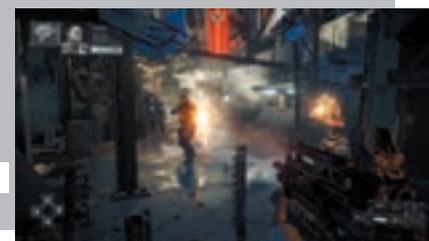
## NBA Live 14

- **Simulation sportive**
- **Le 22/11 (Xbox One) et le 29/11 (PS4)**

Nouveau départ pour la franchise de basket d'Electronic Arts ! Après quatre ans d'absence, NBA Live revient exclusivement sur consoles next-gen et va tenter de disputer l'hégémonie de NBA 2K ! Développé à Orlando en Floride par EA Tiburon, le titre présente trois arguments forts : le système Court Q (la réplique du comportement des stars de la NBA), les environnements dynamiques et le True Player Motion qui « révolutionne » le dribble en désolidarisant notamment la main du ballon. NBA Live jouit aussi du moteur de jeu Ignite propre aux

jeux EA Sports tout comme du mode Ultimate Team (bien connu des joueurs de Fifa).

- **PLAN MARKETING** Non communiqué. Le titre sera présent tout au long de la saison de la saison de NBA (championnat américain de basket-ball) notamment sur les réseaux sociaux auprès des fans de ce sport.
  - **MISE EN PLACE** Non communiquée
  - **DÉVELOPPEUR** EA Tiburon
  - **EDITEUR** Electronic Arts
  - **DISTRIBUTEUR** Electronic Arts
  - **NOMBRE DE JOUEURS** NC
  - **JEU EN LIGNE** Oui
  - **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**
- NC**



RESOLUTION  
1080p  
VITESSE  
18 km/h  
ALTITUDE  
1787m



Life. Camera. Action.\*



## Action Cam Virb™ Elite

Et s'il existait une caméra haute définition plus performante que n'importe quelle autre caméra ? Une caméra permettant de filmer plus longtemps, plus intelligemment ? Avec un GPS intégré et un écran pour visualiser toutes vos photos/vidéos pendant et après l'action ?

VIRB Elite, bien plus qu'une caméra

**GARMIN**®

\* Moteur. Ça tourne. Action.

©2013 Garmin France. RCS Nanterre 349 096 384.

Action Cam HD 1080p avec GPS intégré