JDLi

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs

N°256 / 6 décembre 2013

www.jdli.com

IL N'Y A PAS QUE LE RUGBY DANS LA VIE...

IL Y A AUSSI LES PETITS PRIX !

MERCI À VOUS CLIENTS ET FOURNISSEURS POUR VOTRE CONFIANCE

TAGMAE

JOYEUX NOËL ET BONNE ANNÉE 2014 À TOUS

Contactez-nous au +33 5 61 80 74 16 ou à l'adresse : guillaumetagmae@gmail.com

JONAH, THIERRY, GUILLAUME,
ERIC ET THOMAS VOUS
SOUHAITENT UN JOYEUX NOËL
ET UNE MERVEILLEUSE ANNEE 2014

MERCI A TOUS NOS CLIENTS
POUR LEUR SOUTIEN
POUR L'ANNÉE A VENIR

Commentaires
de Thomas
Lombard
et Eric Bayle

PRO D2
RUGBY

XBOX 360
PS3
JONAH LOMU
RUGBY
CHALLENGE 2
TOP 14 ET PRO D2 EDITION
sidhe
www.trublu.com.au
TAGMAE
TOP 14
RUGBY
BAYONNE

Xbox One, comme des petits pains ?

Lancée une semaine avant sa concurrente, la Xbox One de Microsoft n'a pas raté son départ. Selon le fabricant, ce sont un million de consoles qui auraient été vendues à travers le monde dans les 12 heures suivant son arrivée sur le marché. Microsoft évoque un « *succès phénoménal en France* », avec « *des records de ventes dès les premiers jours* ». Le lancement de la Xbox One serait ainsi à date le meilleur départ pour une console de la marque (après la Xbox en 2002 et la Xbox 360 en 2006). Microsoft précise que si la réservation reste chaudement recommandée, « *des consoles supplémentaires seront livrées chaque semaine en points de vente* ».

Lara Croft s'étoffe

Joli succès critique de l'année dernière, Tomb Raider reviendra le 31 janvier 2014 dans une version améliorée pour les consoles de nouvelle génération. Graphismes optimisés pour PlayStation 4 et Xbox One, présence des DLC sur la galette sont notamment au programme de cette nouvelle édition du jeu qui revenait aux origines du fameux personnage, embarqué dans une aventure lorgnant vers le survival horror.

PlayStation 4
Départ en trombe

Dans la foulée du lancement de la PS4 en Europe, Sony Computer annonçait avoir vendu 2,1 millions d'exemplaires de la nouvelle console à la date du 1er décembre. Ce chiffre incluait alors les 700 000 ventes enregistrées en Europe, en Australie et en Amérique latine (lancement le 29 novembre). Sortie dans un premier temps aux Etats-Unis (le 15 novembre), la console est désormais disponible dans 32 pays (Japon prévu en 2014). Un départ explosif qui fait dire à Andrew House, Président de Sony Computer, que la PS4 pourrait dépasser nettement les ventes de la précédente console sur la durée. « *Nous lançons la console à un prix plus séduisant pour le public que la PS3 à son époque* », souligne-t-il dans une interview accordée à MCV. « *De plus, le marché en général est parvenu à s'ouvrir à de nouveaux consommateurs au cours des cinq dernières années. Nous décelons des opportunités pour de nouveaux marchés que nous n'avons pas encore exploités* ». Départ en trombe donc, pour une machine dont la demande forte rend la présence en magasins encore rarissime pour le moment…

Andrew House était présent au Sony Store de Paris pour le lancement de la console

La 4G bon marché ?

L'opérateur Free a voulu bousculer le marché naissant de la 4G dès son arrivée en annonçant des tarifs… inchangés. Ses abonnés allaient donc pouvoir bénéficier de son réseau 4G, actuellement en cours de déploiement pour 15,90 euros ou 19,90, selon que l'on est abonné à la Freebox ou pas. Et Free offre 20 Go de stockage dans le cloud, ce qui est loin d'être ridicule. Pas d'augmentation, mais pas de couverture significative non plus, au point que le Gouvernement, par la voix de Fleur Pellerin, ministre déléguée chargée des PME, de l'Innovation et de l'Economie numérique, s'en était inquiété au point de demander que « *les cartes de couverture publiées par les opérateurs soient pleinement sincères et comparables* ». Or, le 9 décembre, c'est Bouygues Telecom qui lui emboitait le pas pour ses abonnements classiques, annonçant qu'il étendait ses offres actuelles à la 4G sans la moindre hausse de tarifs. La grande différence, c'est que Bouygues peut se targuer d'avoir un réseau 4G couvrant 63% de la population, grâce notamment à l'utilisation d'une fréquence auparavant réservée à la 2G (la voix). Rappelons que la 4G permet des débits de plusieurs dizaine de Mo et fait de l'Internet mobile une réalité également pour le téléchargement et le jeu en ligne. Avec cette stratégie, Free devrait sérieusement compliquer la stratégie des opérateurs concurrents qui comptaient bien sur la 4G et sur la location d'espaces de stockage pour remonter leurs tarifs et redonner de la valeur au marché.

Lenovo® recommande Windows 8.

YOGA 2 PRO

TABLETTE, PC & PLUS. INSPIRÉ PAR INTEL®.

IL SE MET EN 4 POUR VOUS

TRAVAILLER

COMMUNIQUER

SE DIVERTIR

VISIONNER

Repliez votre Yoga 2 PRO et orientez l'écran à votre guise pour visionner vos films le plus confortablement possible.
Les images sont impressionnantes de finesse grâce à la résolution hors norme de la dalle tactile QHD+.
Cet Ultrabook™ ultra-flexible saura s'adapter à toutes vos envies.

Parmi les 4 modes, quel est votre préféré ?
www.lenovo.com/yoga

intel inside CORE i7

Equipé du processeur
Intel® Core™ i7

lenovo®

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

JDLI 256

6 DÉCEMBRE 2013

MARCHÉ

8 **News**

10 **Focus : Game Paris Awards 2013**
Le jeu vidéo français célébré à la Villette

12 **Interview : Orange**
Christian Bombrun, Directeur marketing divertissements et nouveaux usages, Jean-François Rodriguez, Directeur des jeux et Luc Bretonnes, Directeur du technocentre

14 **Focus : Face à face**
PlayStation 4 et Xbox One

16 **Focus : Sony PlayStation 4**
Console de jeux et de divertissements numériques

20 **Focus : Xbox One**
Une console de jeu et un media center amélioré

SOFTWARE

24 **News**

26 **Interview : Revolution Software**
Charles Cecil, co-fondateur

HARDWARE

28 **News**

32 **Interview : Audio-Technica**
Philippe Renan, Directeur commercial Europe

36 **Focus : Montres connectées**
Les prémices d'un nouveau marché

42 **Panorama : Barres de son et supports sonores**
Du son pour l'image

GUIDES

46 **Hardware**

50 **Jeux**

Orange, une stratégie tournée vers les contenus et services

12

Loin de se contenter d'être le premier opérateur de téléphonie et fournisseur d'accès Internet en France, Orange, anciennement France Telecom, mise sur la valeur ajoutée et la vente de services. Cela passe évidemment par la distribution de contenus comme par la promotion d'objets connectés.

PlayStation 4 et Xbox One

14

C'est la première fois dans l'histoire du jeu vidéo moderne que deux consoles aussi attendues arrivent quasiment simultanément sur le marché. Après quelques jours à tester les deux consoles, voici un premier point sur ce qui différencie les deux machines. Suivi par deux focus successifs sur les nouvelles consoles de salon signées Sony et Microsoft.

Charles Cecil, aventurier sur Kickstarter

26

Figure incontournable du jeu d'aventure, le Britannique Charles Cecil signe un nouveau volet de la saga Les Chevaliers de Baphomet. Publié en deux parties, le titre a aussi la particularité d'avoir été produit en partie grâce à la plate-forme de financement participatif Kickstarter. Le créateur nous parle du nouveau jeu et nous donne son point de vue sur ce nouveau business model.

Montres connectées, les prémices d'un nouveau marché

36

Elles font le « buzz » et tout le monde en parle mais cette première vague de montres connectées manque encore d'arguments réels pour convaincre. Pourtant, le potentiel est bien là et pour le rayon, ce sera une réelle source de valeur dans un avenir proche. Comment l'anticiper ?

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@microscoop.com

Directeur de la rédaction
Laurent Guerder

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

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

Secrétaire de rédaction
Guy Pichard
guy@microscoop.com

Journalistes
Benoit Dupont, Jean-Luc Marianna, Roland Marianna, Didier Latil et François Arias

Photographe
Guy Pichard

PUBLICITÉ

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

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

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

MAQUETTE

Directrice Artistique
Anastasie Babic
anastasie@microscoop.com

Rédacteurs graphistes
Benoît Maurice
Christophe Monfort

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

Site Web : www.jdli.com

Imprimé par Iapca
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.

Bienvenue à notre nouveau nom !

Sous la bannière d'Exertis Comtrade, nous nous engageons à continuer de vous fournir la vision, la flexibilité et l'innovation propres à Comtrade. Notre nouveau nom exprime désormais la force d'un groupe et la garantie de gammes de service et d'opportunités commerciales encore plus étendues !

Notre e-Catalogue 2014 feuilletable sur ordinateur, tablette et smartphone

exertis Comtrade

Expert en importation et distribution de produits IT/Multimédia/EGP

Contactez-nous

01 56 470 470
info@exertiscomtrade.fr
www.**exertiscomtrade.fr**

300 rue du Président Salvador Allende 92700 Colombes

a DCC Company

Koch Media ferre Fishlabs

Fondé en 2004, Fishlabs - qui compte 52 employés et dont le siège se situe à Hambourg - est notamment connu pour son succès intergalactique Galaxy on Fire ou encore Sports Car Challenge. Un rachat stratégique pour Koch Media, qui acquiert au passage le propre moteur de jeu de Fishlabs baptisé Abyss. *« Les marques et le savoir-faire de Fishlabs nous donnent l'expertise nécessaire afin de nous établir dans ce secteur passionnant à long terme »* a expliqué Klemens Kundratitz, Directeur Général de Koch Media.

USB vers un nouveau format

La norme USB va changer, ainsi que le connecteur ! Ainsi il est question que l'USB 3.1 ne dépasse plus la taille du connecteur USB 2.0 micro (Type-B), tandis que le sens de branchement ne sera bientôt plus un problème grâce au format « Type-C », qui permettra de brancher une prise USB dans n'importe quel sens. Si la mise en place de cette nouvelle norme sera effective dès l'année prochaine, les ports USB actuels resteront en vigueur durant un certain temps (avec adaptateurs au besoin), histoire de favoriser la transition en douceur. Reste que la plupart des fabricants d'ordinateurs ou de tablettes qui exploitaient l'USB vont rapidement adopter ce format qui est pensé pour les appareils de plus en plus fins qui fleurissent aux quatre coins du marché.

Le jeu vidéo, une industrie à l'export

France Creative et le cabinet d'audit EY (ex Ernst & Young) ont sorti en novembre le premier panorama présentant les grands faits et chiffres des industries culturelles en France. Neufs secteurs ont été identifiés dont les jeux vidéo. Réunis, ces neufs secteurs ont un poids économique de 61 milliards d'euros, soit plus que le luxe et l'automobile et à peine moins que les télécoms, selon l'étude (données 2011). Ils génèrent 1,2 million d'emplois. France Creative note que la première entreprise de production musicale au monde (Universal Music Group), un des leaders mondiaux de l'écoute de musique en streaming (Deezer), le deuxième groupe mondial d'édition (Hachette) et le troisième éditeur de jeux vidéo (Ubisoft), sont des sociétés françaises. Ce sont surtout des secteurs fortement exportateurs, qu'il s'agisse de la musique, du cinéma, de l'art contemporain, de l'édition… ou du jeu vidéo.

Jeux vidéo, roi de l'export

Dans un marché des jeux vidéo très mondialisé, la production française est parvenue à conserver une place de choix. 80 % du chiffre d'affaires des entreprises françaises du jeu vidéo sont réalisées à l'exportation. L'étude rappelle que le secteur se permet d'afficher une réelle croissance, en 6 et 10 % ces dernières années, dès lors que l'on inclut toutes les formes de jeux, et notamment le jeu sur smartphones et tablettes, ou les jeux en ligne. En 2011, le chiffre d'affaires du secteur des jeux vidéo selon France Creative et EY, s'est monté à 4,991 milliards d'euros, dont 3,67 milliards en direct et 1,31 de CA « connexe ». 18 597 emplois sont directement liés au secteur et 5 038 sont des emplois connexes, pour une total de 23 635 emplois. LE SNJV, qui fait partie de France Creative, précise que le nombre de joueurs à triplé en une décennie, *« passant de 11 millions en 2000 à 28 millions en 2011 (et même 31 millions en 2013 selon les dernières études). Désormais 79% des Français de 10 à 65 ans jouent aux jeux vidéo »*, précise le syndicat des développeurs.

Les biens d'équipement ne se redressent pas

Le troisième trimestre n'aura pas permis au marché des biens d'équipement de la maison de se redresser en Europe de l'Ouest selon l'étude GfK Temax. Avec un chiffre d'affaires de 45,5 milliards, la baisse est de 5,9% sur le trimestre versus le même trimestre 2012 et de 3,9% sur les neufs premiers mois de l'année. L'Electronique grand public souffre évidemment beaucoup avec une chute de près de 17% à trimestre comparable, à 6,7 milliards d'euros tandis que l'IT s'en sort un peu mieux en ne reculant que de 8,8% à 12,9 milliards. Sur les trois premiers trimestres, la baisse est plus douce, à -2,8 milliards. La photo connait également un fort recul, de 20,6%, à 6,7 milliards d'euros sur le trimestre et de -13,3% depuis janvier. Comme on en a pris l'habitude, il n'y a que les télécommunications, toujours tirés par le marché des smartphones. Il franchit la barre des 10 milliards d'euros de chiffre d'affaires et s'affiche à 10,01 milliards, en hausse de 6,1% sur le trimestre et même de 10,3 % sur les premiers mois.

Biens d'équipement de la maison Q3 2013 en valeur (en milliards)

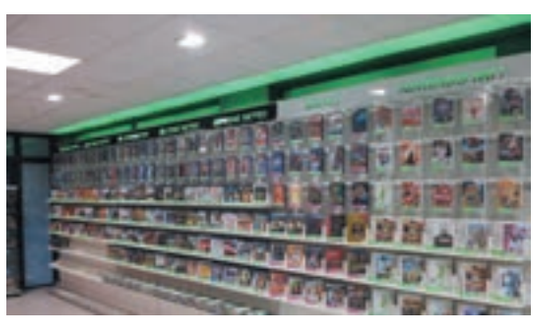
	Q3 2013	Q1-Q3 2013
EGP	6,709	-18,9 %
Photo	1,717	-13,3 %
Gros Electroménager	7,740	-1,8 %
Petit Electroménager	2,905	+1,1 %
IT	12,90	-2,8 %
Télécom	10,012	+10,3 %
Bureautique Conso.	3,493	-4,3 %

LDLC.com distingué

La Fédération Française de E-Commerce et de Vente à Distance (Fevad) remettait fin novembre au groupe LDLC.com le prix « Favor'i » des produits techniques. LDLC.com s'est ainsi vu récompensé par les votes du public dans le cadre de la septième édition de la Nuit des Favor'i destinée à promouvoir et récompenser les acteurs majeurs du commerce électronique via des notes attribuées par les utilisateurs eux-mêmes. « *Le conseil, la relation clients, la sélection de produits, le stock, l'expédition… ce sont toutes ces forces de LDLC.com qui ont été récompensées par les votes du public* », estime le groupe dans un communiqué. Numéro deux juste après le géant Amazon dans la catégorie « meilleur site » toutes catégories confondues, LDLC.com souligne via Laurent de la Clergerie, son Président et fondateur : « *Ce prix est une excellente nouvelle et un encouragement, pour nos équipes, à faire toujours mieux ! Depuis 17 ans, nous mettons tout en œuvre pour répondre aux besoins des clients, pour leur proposer toujours plus de services et de produits de qualité. Etre reconnu comme le meilleur site de e-commerce de produis techniques est une belle récompense pour nous* ». Le groupe LDLC.com rappelle que son chiffre d'affaires sur l'exercice 2012-2013 s'est élevé à 207,8 millions d'euros. Il devrait atteindre 240 millions pour l'exercice en cours.

Piloter un tank, c'est du sport

Le jeu de Wargaming, World of Tank était discipline officielle aux World Cyber Games qui se sont déroulées du 28 novembre au 1er décembre en Chine. « *Observer World of Tanks s'étendre mondialement dans l'eSports très rapidement a vraiment été incroyable* » a dit Jonghyuk Baak, directeur eSports global de Wargaming. « *Avoir été sélectionné en tant que discipline officielle aux World Cyber Games cette année permet de constater non seulement la popularité de World of Tanks à travers le monde, mais représente également un signe de son succès grandissant dans l'eSports* ». Parmi les autres jeux officiels, on trouve Fifa 14, League legends, Starcraft II, Super Street Fighter IV, Warcraft III et Crossfire.



Trois nouveaux Game Cash

L'enseigne Game Cash, spécialisée dans les consoles et jeux d'occasion, annonce l'ouverture de trois nouveaux établissements, portant son parc à 70 magasins en franchise. Les habitants ou proches de Firminy (42), de La Teste-de-Buch (33) et de Caen (14) peuvent désormais profiter d'un accès facilité à des milliers de références en occasion mais aussi revendre leurs jeux, consoles… La chaîne précise ainsi que le nouveau magasin de Caen occupe un espace de 180m². Game Cash entend poursuivre sur sa lancée et prévoit d'ores et déjà trois ouvertures de magasins sur le premier trimestre 2014, dans les villes de Toulouse (31), Libourne (33) et Tulle (19).

Emmanuel Forsans, Bertrand Amar et Philippe Ulrich

Le 4 décembre, se tenait la cérémonie de remise des prix Game Paris Awards 2013 à la Cité des Sciences et de l'Industrie à Paris. Un événement organisé par Capital Games visant à récompenser les jeux vidéo français dans une dizaine de catégories. Dishonored, jeu du studio Arkane, a remporté le grand prix du jury, présidé par le créateur Frédéric Raynal et comprenant une dizaine de personnalités de l'industrie. Par Patrick Hellio - Photos : Guy Pichard

Game Paris Awards 2013

Le jeu vidéo français célébré à la Villette

L'ambiance était festive dans l'auditorium de la Cité des Sciences et de l'Industrie à Paris pour célébrer le jeu vidéo produit en France. Une petite vingtaine de titres étaient nominés dans différentes catégories pour recevoir un « Ping », cette nouvelle récompense spécialement imaginée par Philippe Ulrich, figure incontournable de la scène française (Cryo Interactive, Ere Informatique). A noter d'ailleurs une vidéo assez inoubliable (signée Patrick Giordano) qui a largement emporté l'adhésion du public dès l'ouverture des festivités, présentant le processus créatif ésotérique qui a présidé à la mise au point de ces fameux Ping par Mr Ulrich.

Présentée par Bertrand Amar et Emmanuel Forsans (Directeur de Capital Games et fondateur de l'AFJV), la soirée aura vu défiler quelques noms bien connus de la scène française (L'équipe d'Arkane, Christophe Brusseaux, Directeur artistique chez Quantic Dream, Jean-Maxime Moris de DontNod pour Remember Me, Christophe Héral, compositeur de la musique de Rayman Legends...) et aura aussi pointé les projecteurs sur des productions un peu moins médiatisées comme le jeu Facebook à grand succès Criminal Case du studio Pretty Simple, Hills of Glory 3D du studio breton AMA ou encore un projet étudiant astucieux et que l'on espère retrouver édité prochainement, A Tale of Two Souls (ENJMIN). Le rythme de la soirée était soutenu par des performances musicales sur scène signés par l'étonnant 2080 (un inconsolable de la Megadrive) et Coffee and Cigarettes, évidemment orientées culture gaming. Un bel événement !

Le compositeur Christophe Heral (Rayman Legends)

Christophe Carrier, Lead Level designer sur Dishonored (Arkane)

Christophe Brusseaux, Directeur artistique chez Quantic Dream (Beyond : Two Souls)

Liste des prix décernés

Prix du meilleur jeu Web et Social Games
Criminal Case (Pretty Simple) - Facebook

Prix du meilleur jeu sur PC et Mac
Dishonored (Arkane)

Prix du meilleur jeu sur console de salon
Rayman Legends (Ubisoft) - PS3

Prix du meilleur jeu sur console portable et mobile
Hills of Glory 3D (AMA) - Android

Prix du meilleur jeu étudiant
A Tale of Two Worlds (ENJMIN) - PC

Prix de l'innovation
Beyond Two Souls (Quantic Dream) - PS3

Prix du meilleur graphisme
Beyond Two Souls (Quantic Dream) - PS3

Prix du meilleur scenario
Remember Me (DontNod) - PS3

Prix de la meilleure bande son
Rayman Legends (Ubisoft) - PS3

Grand prix du jury
Dishonored (Arkane)

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

Just For Games

TOP 20 - octobre 2013**

N°1

GTA San Andreas
ROCKSTAR

N°2

Empire & Napoléon Total War GOTY
SEGA

N°3

Medieval 2 Total War Gold
SEGA

N°4

Batman Arkham City
WARNER

N°5

Rome Total War Gold
SEGA

N°6

Fallout New Vegas Ultiamte ed.
BETHESDA

N°7

Oblivion 5ème anniversaire
BETHESDA

N°8

Napoléon Total War
SEGA

N°9

Anno 1404 Gold
UBISOFT

N°10

Les Sims Medieval
EA

RANG		TITRE	ÉDITEUR
11	→	Spore	EA
12	↑	Civilization 4 Complete	2K GAMES
13	↓	Rage Anarchy edition	BETHESDA
14	↓	Tomb Raider Collection	SQUARE ENIX
15	↓	Far Cry Collection 1+2	UBISOFT
16	↓	I am alive	UBISOFT
17	Re	Assassin's Creed (1)	UBISOFT
18	↓	The Lapins Crétins The Compil 3 jeux	UBISOFT
19	Re	Batman Arkham Asylum	WARNER
20	Re	Fallout 3 GOTY	BETHESDA

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

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

* Prix de vente généralement constaté ** Source : GfK octobre 2013

Just For Games

Orange, une st vers le

Loin de se contenter d'être le premier opérateur de téléphonie et fournisseur d'accès internet en France, Orange, anciennement France Télécom, mise sur la valeur ajoutée et la vente de services. Cela passe par la distribution de contenus comme par la promotion d'objets connectés. Le JDLI a pu s'entretenir au cours des dernières semaines avec des responsables d'Orange au cœur de cette stratégie. Par Sébastien Anxolabéhère

La Xbox One accueille la TV d'Orange

Entretien avec

Christian Bombrun,
Directeur marketing divertissements et nouveaux usages d'Orange France

A l'occasion du lancement de la Xbox One, l'opérateur Orange a renouvelé son partenariat avec Microsoft qui permet de proposer la TV d'Orange de façon totalement intégrée à l'interface Xbox Live. C'est au Xbox One Hôtel que nous avons rencontré Christian Bombrun, directeur marketing divertissements et nouveaux usages d'Orange France.

JDLI : Orange est présent sur le Xbox Live avec la Xbox One comme avec la Xbox 360. Quel est l'intérêt d'un opérateur de proposer cela ?
Christian Bombrun : Nous sommes un opérateur de téléphonie mobile et Internet et nous voulons également fournir des services de divertissements numériques. Nous avons ainsi une offre de bouquets de chaines de télévision, la TV d'Orange. Sur les 10 millions de nos abonnés broadcast la moitié y ont accès. Le bouquet de base de la TV d'Orange comprend jusqu'à 160 chaînes incluses. On y trouve 16 000 programmes à la demande dont 7 000 payants. Orange est également sur le segment de la VOD à l'acte. Plus de 7 000 VOD avec le meilleur du cinéma dès quatre mois après la sortie salles. Tout cela, nous nous devons de le proposer à un maximum de personnes. Dans notre proposition de valeur, nous devons être présents sur les nouveaux modes de consommation de télévision, et la Xbox One en fait évidemment partie. De plus cela permet d'avoir des offres complémentaires selon les terminaux des clients.

Pour bénéficier de la TV d'Orange sur la Xbox One, comme auparavant sur la Xbox 360, il est donc indispensable d'avoir Orange pour Fournisseur d'Accès Internet (FAI) ?
Oui, nous n'avons pas étudié la possibilité de fournir ce service via un autre FAI. Il faut également être abonné Xbox Live Gold.

Avec la TV d'Orange, vous distribuez des chaines. Envisagez-vous de créer vos propres chaînes ?
Ce n'est pas notre volonté, nous ne sommes pas concurrent de Canal + par exemple. Notre priorité, notre engagement, c'est la qualité du réseau. Actuellement c'est le développement de la 4G qui est d'actualité. Et, ce sera dès 2014 le déploiement de la fibre à grande échelle. Nos abonnés payent pour avoir un certain niveau de services, c'est là-dessus que nous devons être irréprochables. Le seul endroit où Orange joue un rôle d'éditeur, c'est sur le bouquet « OCS », c'est-à-dire Orange Cinéma Services le bouquet de chaînes 100% cinéma et séries. OCS a d'ailleurs 1,8 million d'abonnés et propose les séries de HBO en J+ 1. Mais éditeur des contenus spécifiques, ce n'est pas notre métier.

Aujourd'hui la TV d'Orange est proposée sur la Xbox One. Arrivera-t-elle un jour sur d'autres consoles ?
C'est tout à fait envisageable.

Orange se prend au jeu

Entretien avec

Jean-François Rodriguez,
Directeur des jeux chez Orange

L'opérateur français a restructuré ses activités dans le jeu vidéo en 2010 pour se concentrer sur la distribution digitale. Mobile, PC, TV, tous les écrans sont concernés par les différentes offres de jeux d'Orange. Jean-François Rodriguez, Directeur des jeux chez Orange, était présent à la soirée d'ouverture du Paris Games Week. Nous l'avons rencontré sur son stand.

JDLI : Orange a réorienté sa politique vis-à-vis du jeu vidéo en 2010. Pourquoi ?
Jean-François Rodriguez : Nous avons décidé de nous concentrer sur le métier de distributeur, alors que nous étions encore présents dans l'édition. Et naturellement, la distribution pour un opérateur comme nous, ne peut être que digitale et couvrir toutes nos activités, dans le mobile, le PC. Et évidemment, c'est une activité que nous déployons à l'international.

Sur le mobile, comment s'organise votre offre ?
Orange propose des jeux mobiles sur tous les pays où il opère. Nous couvrons par exemple huit pays africains où nous proposons des jeux Gameloft, une société

tratégie tournée es contenus et services

française avec laquelle nous avons un partenariat fort. Entre six et huit nouveaux pays seront bientôt également concernés. Nous avons mis à profit notre présence au Paris Games Week pour lancer notre offre « all you can play », réservée aux propriétaires de téléphone Android. Pour 4,90 euros mensuels, nous proposons en téléchargement l'ensemble de notre catalogue mobile Android soit plus de 150 jeux, issus des principaux éditeurs. Mais évidemment, notre offre générale est beaucoup plus importante quand on ajoute les jeux compatibles Java.

Orange est également présent comme FAI à l'international. L'offre de jeux PC est également présente en dehors de la France ?
Oui, nous avons deux portails importants, l'un pour l'Afrique, Starafrica.com et un pour l'Amérique du sud, starmedia.com. Sur jeu.orange.fr, l'offre atteint 2 000 jeux et on trouve des nouveautés AAA en téléchargement comme des jeux casual ou des free-to-play. Nous avons des accords là aussi avec les principaux éditeurs du marché. Orange est un des principaux distributeurs de jeux en téléchargement en France.

Le cloud gaming gagne-t-il du terrain ?
C'est un axe de développement évident. Il y a cinq millions de boxes Orange capables de proposer le cloud. C'est pour cela que sur le Paris Games Week, nous avons matérialisé des espaces dédiés. Orange a un accord avec la société G-Cluster qui fournit la technologie cloud qui nous permet de proposer une solution 100 % en streaming. Le cloud gaming est nécessaire et logique dans notre offre car il nous permet de montrer l'innovation dont nous sommes capables et d'offrir un divertissement supplémentaire. D'ailleurs pour la plupart des jeux, Orange offre les premières 20 minutes afin que ses abonnés puissent effectuer un test. L'étape suivante, c'est évidemment avec l'arrivée de la 4G, la possibilité de poursuivre son expérience de jeu sur des terminaux différents. Nos jeux sont déjà multi-écrans puisqu'il est possible de continuer sur le PC un jeu débuté sur le téléviseur.

Quelle est la politique éditoriale pour le Cloud gaming ?
La cible est le grand public, nous ne nous positionnons pas comme concurrent des consoliers. A l'heure actuelle, nous proposons environs 160 jeux venus des catalogues de nombreux éditeurs : Ubisoft, Warner, Disney, Electronic Arts, Square Enix et Konami. Nous discutons avec les autres. La consommation peut se faire par la location pour 48 heures voire pour un mois, par l'abonnement avec le Pass Jeux Découverte de 50 jeux ou le Pass Jeux Premium de 150 jeux, et pour certains par l'achat directement.

Avez-vous les mêmes Day-One que les distributeurs physiques ?
Cela dépend des jeux, et donc des accords avec les éditeurs.

Orange promeut les objets connectés

Entretien avec

Luc Bretonnes,
Directeur du Technocentre d'Orange

Les réseaux c'est bien mais avec des services, c'est encore mieux. En présentant, pour l'instant sur le Web, un « corner » d'objets connectés, Orange entend sensibiliser le public à de nouveaux services que l'opérateur sera amené à proposer dans l'avenir. Luc Bretonnes, Directeur du Technocentre d'Orange, nous explique la démarche.

JDLI : Orange vient de lancer les corner d'objets connectés. En quoi cela consiste-t-il ?
Luc Bretonnes : Nous présentons de façon simple et conviviale à l'adresse http://lecollectif.orange.fr/media/corner-objets-connectes quelques objets qui ont tous comme caractéristiques d'être connectés. Au-delà des objets, ce qui nous intéresse c'est bien évidemment les services associés que nous pouvons valoriser. Stéphane Richard, notre PD-G a ainsi récemment montré ce que pouvait être une maison connectée, pilotable depuis un PC, une tablette ou un smartphone. En tant que fournisseur d'accès, nôtre intérêt est de voir se développer et se banaliser les objets connectés.

Vous ne le présentez pas dans les boutiques Orange ?
Non. A ce stade, ce n'est pas le travail de nos vendeurs qui n'ont pas reçu de formation pour cela. De plus, de nouveaux produits arrivent régulièrement donc il faudrait une formation permanente. A l'heure où l'on se parle, fin novembre, il n'y a que 20 produits présentés, mais rapidement ce nombre va croître. Ce sont des objets qui demandent un travail d'explication, c'est pour cela d'ailleurs que sur le site nous avons beaucoup travaillé le rédactionnel. Nous sommes également présents sur les réseaux sociaux. Cependant, allons faire quelques expériences pilotes en boutique pour expérimenter les possibilités de vente physiques et les différentes méthodes de commercialisation. Nous ne sommes qu'au début du déploiement de ce concept. Il faut montrer à quel point les objets connectés peuvent simplifier la vie des gens et leur faire gagner du temps.

Quelles seront les applications concrètes auxquelles ces objets connectés pourront servir, et comment Orange peut-il inscrire des services dans leur usage ?
La maison connectée est évidemment un axe fort. Il faut mettre en avant l'idée de sérénité et montrer que l'on peut facilement garder un œil sur son domicile, tant pour se protéger des intrusions que de découvrir d'éventuelles fuites dès qu'elles se produisent. On peut ensuite imaginer qu'Orange propose divers services d'assistance à ses clients dans le cas où ce type de problème surviendrait. Le domaine du bien-être et du sport sont également très porteurs. Nous pouvons imaginer par exemples des solutions de coaching sportif à distance, avec une mutualisation d'un coach distant pour plusieurs personnes. La santé aussi est un vaste domaine où les objets connectés peuvent rendre de grands services. Nous avons d'ores et déjà fait des tests dans la surveillance de l'apnée du sommeil ou de diabétiques. Quand on aborde des questions sensibles comme la santé ou la sécurité, la disponibilité totale et permanente du réseau est une nécessité. Là où Orange peut se différencier, c'est justement en s'engageant sur la qualité du service.

Cela place l'opérateur au centre du déploiement de ces objets connectés ?
Absolument. Ce qu'on appelle l'internet des objets place l'opérateur au centre du jeu. Non seulement pour sa capacité à fournir un service sûr mais aussi pour sa capacité à stocker l'information. Car toute cette activité génère des datas. Une information est envoyée, transformée, et renvoyée à son destinataire. Elle doit également être parfaitement sécurisée, car on n'imagine pas que des informations sur la santé d'un individu ne soient pas totalement confidentielles. Simplifier la vie de nos clients en leur proposant des services faciles, pratiques et sûrs est quelque chose de très complexe.

Face à

Sony et Microsoft ont enfin sorti leurs nouvelles consoles de jeux à une semaine d'intervalle, le début d'une lutte farouche qui va s'étendre sur plusieurs années, bien au-delà de l'industrie du jeu vidéo. Véritables plates-formes de loisirs numériques de salon, la PS4 et la Xbox One intègrent de nouvelles technologies révolutionnaires pour des usages connectés désormais indispensables. Par Didier Latil

Pour ce troisième épisode du combat initié entre Microsoft et Sony depuis le premier round PS2/Xbox en 2001, c'est Microsoft qui a dégainé le premier en France avec la sortie le 22 novembre de sa Xbox One, suivie une semaine plus tard par sa grande rivale de Sony, la PS4. Technologiquement très proches, comme le furent d'ailleurs les précédentes PS3 et Xbox 360, ce ne sera pas du côté des jeux qu'il faudra s'attendre à sentir de grosses différences, mais bien sur des services et usages exclusifs. Un constat d'autant plus flagrant que pour le moment, les jeux exclusifs qui étaient la pierre angulaire d'une console de jeu, n'ont plus le même impact sur les intentions d'achats, les titres forts du lancement des consoles étant la plupart du temps issus du catalogue des grands éditeurs comme Ubisoft, Activision ou Electronic Arts. Plus puissantes, plus connectées, offrant plus de services et de nouvelles fonctions pour le grand public, ce sont en effet bien plus que de simples consoles de jeux qui sont proposées, mais le cœur numérique des foyers de demain.

Les appareils connectés

La Xbox One et la PS4 proposent toutes deux leurs applications gratuites sur smartphones/tablettes, permettant de contrôler les consoles en tactile sans avoir besoin de la manette. Ces applications améliorent aussi l'expérience utilisateur, avec des fonctionnalités supplémentaires, l'accès à distances à certaines fonctionnalités supplémentaires et pour le cas de la PS4, la possibilité de streamer vidéos et jeux de la console de salon sur la console portable !

Des consoles pour les gamers

Malgré un catalogue de jeux assez moyen en Day One, surtout du côté de Sony, les premiers mois de commercialisation des consoles vont quand même se concentrer essentiellement sur les joueurs avertis, avec des prix dissuasifs de 500 euros pour la Xbox One et de 400 euros pour la PS4. Les deux consoles seront limitées dans leurs ventes par un autre problème, tout aussi terre-à-terre : l'approvisionnement. Les deux constructeurs ont eu du mal à assurer, ne serait-ce que pour le jour du lancement, des quantités suffisantes pour satisfaire les acheteurs ayant effectué des précommandes. Une pénurie qui risque de se prolonger pendant pas mal de semaines, les analystes prévoyant que le gros de la bataille se fera de toutes les façons sur la fin d'année prochaine... Du point de vue des joueurs, les deux consoles améliorent encore leurs précédents systèmes de récompenses, de classements et de fonctions pour le multijoueur. Cela passe notamment par l'intégration d'un système de diffusion vidéo en direct des parties en cours, via Twitch et UStream pour la PS4, et ultérieurement (premier trimestre 2014) via Twitch pour la Xbox One. Une simple pression sur un bouton des manettes ouvre le menu de partage de ses expériences vidéoludiques avec le monde entier... Avec la présence de Kinect 2 et de la PlayStation Camera (en option), toutes deux nettement plus performantes que leurs prédécesseurs, les applications et jeux qui utiliseront la reconnaissance vidéo et vocale vont aussi se multiplier, pour un public encore plus large.

> Si les jeux Xbox One/PS4 sont plus beaux que sur les consoles précédentes, aux vues des sept années d'évolutions technologiques, la différence n'est pas non plus pour le moment aussi exceptionnelle qu'espérée !

à face

100€ d'écart

L'argument prix et le différentiel de 100 euros en faveur de la PS4, est assez relatif, sachant que la PlayStation Camera coûte 60 euros. Avec deux consoles aux capacités quasiment identiques, il faut rappeler que pour ces prix, l'acheteur profitera de machines d'une puissance équivalente à un très bon PC avec carte vidéo dédiée, un lecteur Blu-ray intégré, 8 Go de mémoire, un disque dur de 500 Go et des composants de qualité, le tout dans un châssis qui fait à peine le tiers de la taille d'un PC de bureau !

Xbox One et PS4 affichent sans sourciller du 1080p, pour les jeux, mais aussi pour les vidéos.

Mode connecté et paiements

Les deux consoles s'appuient quasiment exclusivement sur Internet et l'accès à du contenu en ligne, gratuit pour les services les plus basiques, mais surtout payant. Chacun propose son système d'abonnement mensuel/trimestriel/annuel, offrant l'accès au multijoueur, à d'autres services et contenus, eux aussi le plus souvent payants, sous forme de micro-transactions ou d'abonnements supplémentaires (TV d'Orange, Xbox Music/Music Unlimited, Xbox Video/Video Unlimited...). L'achat dématérialisé des jeux, films et musiques fait partie intégrante de la stratégie des acteurs présents sur ces nouvelles consoles, de nombreux packs d'extensions étant déjà proposés sur la plupart des jeux disponibles. La notion de profil utilisateur est centrale, avec un espace dédié sur Internet, pour mémoriser tous les achats des utilisateurs, mais aussi les succès, ses listes d'amis sur les réseaux sociaux, ses dernières activités, le tout avec une interaction avec les autres périphériques connectés (ordinateurs, smartphones, tablettes...). Ces consoles intelligentes vont apprendre à connaître les comportements de chaque utilisateur, pour améliorer les services proposés et l'expérience finale. Concernant l'interface, les utilisateurs ne seront pas trop dépaysés, avec des évolutions des précédentes versions des Xbox 360/Windows 8 et PlayStation 3. Les deux proposent une interface graphique agréable, avec de nombreuses rubriques et services, mais aussi une « page d'accueil » qui reprend globalement les dernières activités et actualités qui concernent le profil de l'utilisateur connecté. Plus novateur, Kinect 2 (et logiquement PlayStation Camera) permet aussi un contrôle de l'interface à la voix, avec des mots simples comme « Xbox accueil » ou « Ignorer » ou « Xbox SkyDrive » pour accéder directement à une fonction de la console. De même, la reconnaissance vidéo permet de déplacer un curseur à l'écran en bougeant sa main devant Kinect et en avançant par exemple sa main pour « appuyer » sur un bouton de l'interface à l'écran. Les caméras autorisent surtout de lancer des conversations vidéos à distance, à l'aide de Skype pour le moment sur Xbox One, tranquillement installé dans le canapé de son salon.

Conclusion

Avec des composants techniquement très proches, difficile de donner un gagnant entre les deux machines sur l'aspect performances pures, d'autant plus qu'il faudra attendre quelques mois, voire quelques années, avant que les développeurs de jeux et d'applications ne sachent exploiter tout le potentiel de ces consoles sur les jeux. Sur le papier et sur les quelques premiers jeux « communs » à la PS4 et à la Xbox One, on peut donner un léger avantage à la machine de Sony, mais la console de Microsoft compense ce léger différentiel par l'utilisation de fonctionnalités de la Kinect 2, par des fonctions connectées plus développées et par une gamme de jeux plus fournie au lancement. Un autre point commun aux deux consoles vient des nombreuses fonctionnalités et services qui ne sont pas encore disponibles. Le support des médias « traditionnels » comme les CD audio (pour la PS4), les fichiers MP3, les films en divX, le service Twitch (pour la Xbox One) ou le support du standard Blu-ray 3D, ne sont pas encore actifs. De même, le premier démarrage de chacune des consoles implique le téléchargement d'une mise à jour système, un principe que l'on retrouve sur quasiment tous les jeux physiques commercialisés. Cela peut demander parfois une très longue attente avant de pouvoir lancer l'application en question. Enfin, de nombreuses autres fonctions attendues n'ont pas encore été confirmées par les deux constructeurs, comme le support de la 4K. Un lancement prématuré pour les deux consoles, tant d'un point de vue technique que pour les partenariats, qui signifie qu'il faudra attendre quelques mois pour se forger une idée précise des réels avantages des deux machines ! Malgré ces cafouillages propres à tout lancement, l'expérience des utilisateurs est globalement une vraie réussite, s'améliorant surtout en permanence.

SONY PS4 Console divertiss

Disponible depuis le 29 novembre sur notre territoire, la nouvelle console de Sony prend la relève après sept années de bons et loyaux services de la PS3. Plus puissante, plus connectée et plus interactive que jamais, son prix de lancement de 399 euros constitue un argument massue face à sa concurrente directe. Par Didier Latil

La PlayStation 4 est une console de jeu, mais bien plus encore, même si Sony préfère attendre d'être réellement prêt avant de communiquer massivement sur les nombreux services connexes intégrés via Internet et le Cloud, très proches de ceux de la machine de Microsoft. Il aura fallu patienter près de sept années pour voir enfin arriver la relève de la PlayStation 3, qui se caractérise en premier lieu par un design qui encore une fois est un de ses points forts. Intégralement noire, elle propose une forme asymétrique compacte et originale, un esthétisme qui est un vrai point différenciant. Autre atout en sa faveur, l'alimentation est incluse dans le boîtier, avec un simple câble pour la brancher sur secteur. Appuyée par une campagne promotionnelle forte, en magasin, dans les médias et sur Internet, la PS4 bénéficie auprès de la communauté des joueurs d'une image de marque solide, sur laquelle Sony va pouvoir s'appuyer.

PlayStation Plus : mode payant conseillé

Au cœur des jeux et des fonctions de la PS4, on retrouve bien sûr Internet et l'accès à du contenu en ligne, via le WiFi et surtout par le biais d'une prise Ethernet Gigabit. Tout comme pour la Xbox One, l'importance de la connexion à Internet demande un très bon débit (au moins 6-8 Mo en ADSL, plutôt le câble ou la fibre en fait). On trouve des contenus téléchargeables et des démos, on peut faire de la visio (si on a la caméra) et du chat, louer/acheter des films ou des musiques, naviguer sur Internet... Sony propose ses services de vidéos et de musiques, en consultation, à la vente et à l'achat, avec Video Unlimited et Music Unlimited. La PS4 est intimement liée à Internet, avec désormais un abonnement payant pour accéder aux fonctions Internet les plus intéressantes, notamment les jeux en multijoueur. L'abonnement à PlayStation Plus (une période d'essai de 14 jours est proposée gratuitement) est disponible pour des prix très raisonnables : 6,99 euros/mois, 16,99/3 mois et 49,99 euros pour un an.

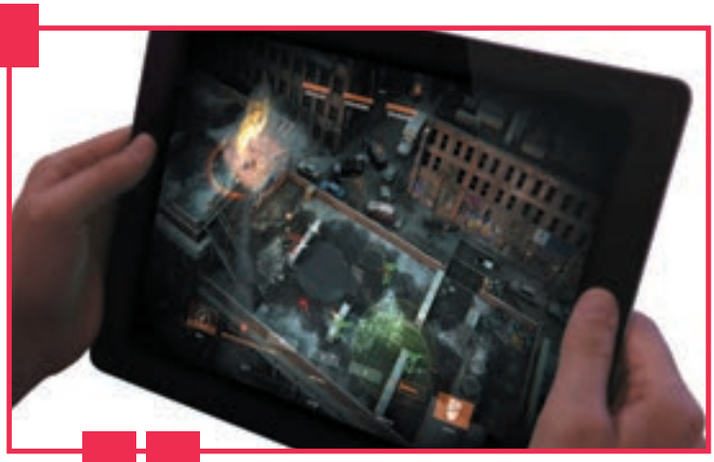
- **Processeur :** AMD Jaguar 8 cœurs 64 bits
- **Puce graphique :** AMD Radeon 1152 unités de calcul à 800 MHz (1,84 TFLOPS)
- **Mémoire :** 8 Go GDDR5 (Bus 176 Go/s)
- **Stockage & lecteur optique :** lecteur Blu-ray 6x, lecteur DVD 8x, disque dur 500 Go amovible
- **Connectique :** 2 prises USB 3.0, 1 port HDMI, 1 port Analog-AV out, 1 sortie Digital Output (optique), 1 port Ethernet 10/100/1000, WiFi IEEE 802.11 b/g/n, Bluetooth 2.1 (EDR)
- **Dimensions/Poids :** 275 x 53 x 305 mm / 2,8 Kg
- **Coloris :** noir

399€

e de jeux et de sements numériques

Camera PlayStation

La caméra pour la PS4 est vendue séparément pour 50 euros. Elle est équipée de deux caméras de 1280 x 800 pixels avec un angle de 85° (offrant une distance minimale de capture de 30 cm) et d'un microphone quatre voies intégrées pour offrir des capacités de reconnaissance vocale et vidéo très proche de la Kinect 2 de la Xbox One. Les titres du type Just Dance ou les programmes de coaching sportif vidéo seront de la partie, tout comme les logiciels de type EyePet ou Wonderbook en réalité augmentée.



La puissance en chiffres

Au niveau des composants, la PS4 est en théorie plus puissante que la Xbox One, architecturée autour d'un processeur ADM Jaguar à huit cœurs à 1,6 GHz, avec 8 Go de mémoire GDDR5 et une puce graphique AMD Radeon puissante. Elle gère nativement le 1080p pour les jeux, mais aussi bien entendu pour l'affichage des vidéos, qu'elles proviennent d'Internet ou de disques Blu-ray. S'il n'est pas possible sur la première vague de jeux de réellement sentir une différence graphique ou de fluidité accrue par rapport à la Xbox One, il faut savoir aussi que la puissance de la machine lui permettra en théorie de supporter des graphismes atteignant des résolutions plus élevées, type 4K pour la vidéo, même si comme pour la Xbox One, Sony n'a rien confirmé pour le moment.

La PS4 intègre un disque dur amovible de 500 Go, une bonne chose quand on sait qu'un jeu installé peut occuper jusqu'à une quarantaine de Go ! Elle n'en oublie pas une connectique fournie, avec deux ports USB 3.0 en façade, une sortie audio digitale optique, 1 port Ethernet Gigabit, une sortie vidéo HDMI 1.4, et pour le sans-fil, du WiFi 802.11n et du Bluetooth 2.1 (EDR). Elle peut se voir adjoindre un PlayStation Camera pour ajouter des fonctionnalités de reconnaissances vocale et vidéo.

Une application sur smartphone/tablette (PlayStation App) permet de gérer sa PS4 avec son appareil nomade.

DualShock 4 : une manette révolutionnaire ?

La PS4 est livrée avec une manette sans fil intégrant une batterie (chargement par câble micro-USB fourni), qui a vu son ergonomie encore améliorée. Elle se caractérise par un haut-parleur embarqué, la détection de mouvements sur six axes et une barre lumineuse qui devrait réserver quelques surprises dans son utilité. Toujours vibrante, elle intègre un bouton Share permet d'accéder aux fonctions sociales mises en avant par Sony, en particulier pour diffuser en temps réel sur Internet une partie en cours sur un jeu et faire admirer au monde entier ses prouesses... via les services Twitch ou UStream. Une autre originalité de la DualShock 4 est la présence sur la partie supérieure d'une surface tactile, permettant d'accéder à des actions supplémentaires comme c'est le cas dans Killzone Shadow Fall.

Pour ce qui est de la lecture des MP3 et CD audio, pour le moment, ce sont des fonctionnalités non implémentées à la sortie de la PS4, qui devraient arriver « plus tard » à l'aide d'une mise à jour logicielle.

Une interface connue

La PS4 de Sony est bien plus qu'une simple console de jeu, avec une interface graphique qui est une évolution logique de celles de la PS3 et du PSN. L'interface graphique est pour le moment un peu sobre, avec assez peu de rubriques et services sur cette période de lancement. Chaque utilisateur devra se créer un compte PSN, pour se créer un profil et garder ainsi dans le Cloud ses données, sauvegardes et éléments personnels. La « page d'accueil » reprend globalement les dernières activités et actualités qui concernent le profil de l'utilisateur connecté, avec plusieurs rubriques pour accéder à la VOD, aux services de musiques en ligne et autres applications.

Conclusion

La PS4 est sans conteste une belle réussite, avec un potentiel sous-jacent que l'on perçoit très bien, non seulement- au niveau performances, mais surtout au niveau des futurs usages et services. Pour réellement trancher, il faudra attendre de voir quels seront les services officiellement actifs en France, de tester des jeux sur 2014 qui exploitent réellement les capacités des deux consoles et surtout de juger des prix qui seront pratiqués, de nombreux services et fonctionnalités passant par des abonnements et des microtransactions payantes. Sony est resté assez discret sur les partenariats signés en France concernant les services qui seront associés aux abonnés PlayStation Plus et aux nouveautés du PSN, mais connaissant la puissance de Sony sur des domaines comme la musique ou le cinéma, il faut s'attendre à quelques surprises.

Rétrocompatibilité et jeux d'occasion

Pour la PS4, Sony met en place un système de dématérialisation qui pourrait permettre aux possesseurs de certains jeux PS3 récents de streamer des versions compatibles PS4 sur leur console, pour éventuellement un léger surcoût (10 euros ?). Sony devrait aussi proposer en 2014 certains jeux PS3 en streaming sur PS4 via le service de cloud Gaikai. Sony ne bride pas non plus la revente et l'achat des jeux d'occasion, qui fonctionnent globalement comme auparavant, sans réelles limitations. À savoir aussi que la manette de la PS3 ne semble pas (pour le moment) compatible avec la PS4, mais par contre le PS Move le sera.

Les accessoires

Du côté de Sony, pour le moment, on trouve la PlayStation Camera (59 euros), le socle pour positionner la PS4 à la verticale (20 euros), une station de chargement pour deux manettes (30 euros) et les manettes DualShock 4 supplémentaires en trois coloris bleu/rouge/noire (59 euros). De nombreux fabricants proposent déjà d'autres accessoires comme Turtle Beach ou Triton avec des casques, des câbles et des chargeurs chez Bigben...

Un écosystème avec la PS Vita

L'application Remote Play pour la PS4 est un des atouts majeurs de la PS4. Largement améliorée depuis la version PS3, elle créé une liaison sans fil entre la PS4 et la console portable PS Vita, non seulement pour utiliser la console portable comme second écran (fonctions et gameplay supplémentaires, usage comme télécommande), mais aussi pour diffuser tout ce qui se passe sur la PS4 sur l'écran de la Vita. Que cela soit pour visionner des vidéos ou surtout jouer à des titres installés sur sa PS4 avec la PS Vita, cela fonctionne bien tant que vous êtes proche de la PS4. Autre avantage pour la PS Vita, ce système va lui permettre de se voir doté virtuellement d'un nouveau catalogue de jeu assez exceptionnel, à condition d'avoir bien sûr une PS4 et le jeu correspondant...

Produits PDP distribués par Avenir Telecom

Contactez-nous au
04 88 00 61 43 ou 04 88 00 60 07

Xbox One Une con Media C

La Xbox One est la nouvelle console de jeu next-gen de Microsoft, disponible en France depuis le 22 novembre 2013. Malgré un prix avoisinant les 500 euros et un approvisionnement difficile qui devrait se prolonger jusqu'à début 2014, cette nouvelle machine est destinée à devenir le centre névralgique de loisirs numériques des foyers français ! Par Didier Latil

La Xbox One se destine elle aussi à être bien plus qu'une « simple » console de jeu, Microsoft ayant depuis plusieurs mois déjà axé sa communication sur une machine qui s'intègre facilement dans tous les salons, pour proposer aux utilisateurs une expérience digitale innovante. Tout comme sa concurrente directe, la Xbox One constitue avant tout une magnifique console de jeux, construite avec des composants très proches de ce que l'on a l'habitude de retrouver dans un PC haut de gamme. Sa première spécificité évidente est la présence par défaut de sa caméra Kinect 2, qui permet une interaction intuitive en détectant parfaitement les gestes et les paroles des personnes présentes devant l'écran. Cependant, le cœur de son futur succès réside dans sa connexion à Internet (Xbox Live) et l'ensemble des services connectés qui sont, et surtout seront, proposés. Tout comme pour la PS4, on trouve les plates-formes dédiées à la musique et à la vidéo, Xbox Music et Xbox Video, permettant l'écoute, la location et l'achat de titres.

D'autres applications classiques comme Skype, YouTube, la chaine Machinima, le replay TV de France Télévision (FranceTV Pluzz) ou Internet Explorer sont d'ores et déjà présentes. Cependant, comme sur Xbox 360, pour profiter des services les plus intéressants, à commencer par le multijoueur sur les jeux vidéo, il faut souscrire à un abonnement Xbox Live Gold (celui de la Xbox 360 est transférable). L'abonnement peut se faire au mois (à 6,99 euros ou à l'année (59,99 euros), via Internet ou avec des systèmes de cartes prépayées.

Le design de la Xbox One est très classique... trop ?

- **Processeur :** AMD Jaguar 8 cœurs 64 bits à 1,75 GHz
- **Puce graphique :** AMD Radeon 768 unités de calcul à 853 MHz (1,31 TFLOPS)
- **Mémoire :** 8Go DDR3 (Bus 68 GB/s) + 32 Mo eSDRAM
- **Stockage & lecteur optique :** lecteur Blu-ray 6x, lecteur DVD 8x, disque dur 500 Go non amovible
- **Connectique :** 3 prises USB 3.0, 1 sortie HDMI 1.4, 1 entrée HDMI 1.4, 1 port Analog-AV out, 1 sortie Digital Output (optique), 1 port Ethernet 10/100/1000, WiFi IEEE 802.11 b/g/n + WiFi Direct + infrarouge
- **Dimensions/Poids :** 343 x 80 x 263 mm / 3,2 Kg
- **Coloris :** noir

499€

nsole de jeu et un Center amélioré

Kinect 2

L'atout majeur de la Xbox One est sa nouvelle caméra Kinect 2, fournie par défaut avec la console, offrant une résolution de 1920 x 1080 pixels en 16:9 à 30 images/seconde. Largement plus précise que la version pour Xbox 360, intégrant un micro performant, elle reconnaît facilement les gestes et les visages des utilisateurs, pour ouvrir une session ou écouter ce qui est dit à voix haute, pour par exemple lancer une recherche ou un jeu/application en disant simplement « Xbox Bing » ou encore « Xbox Démarrer » pour sortir du mode veille. Parmi les autres améliorations, Kinect 2 nécessite une profondeur de champ réduite (1,4 mètre) et propose un plus grand angle de vision, la caméra Full-HD pouvant surtout détecter parfaitement jusqu'à six personnes en même temps. Idéale pour des titres comme Just Dance 2014 ou des programmes de coaching sportif comme Xbox Fitness ou Zumba Fitness World Party, elle fonctionne aussi très bien sur des jeux comme Kinect Sports Rivals et permet même de nouvelles fonctionnalités sur des jeux pour gamers.

Une manette encore plus ergonomique

La nouvelle manette de la Xbox One est une version améliorée de celle de la Xbox 360, fonctionnant sur batterie/piles amovibles. L'ergonomie a encore été bonifiée, avec une meilleure prise en main, la protubérance pour la batterie ayant disparu, proposant des gâchettes vibrantes (avec un léger retour de force) et des sticks plus agréables à utiliser, avec un grip qui permet un meilleur contrôle. Le bouton Partage, qui permettra au final de diffuser en direct ses prouesses durant des sessions sur les jeux via le service Twitch (comme sur PS4), n'est pas encore activé.

Une interface connue

Xbox One propose une interface qui est une évolution logique de celle de la Xbox 360 et de Windows 8 Modern UI, avec une interface graphique agréable, fluide, avec de nombreuses rubriques et services, mais aussi une 'page d'accueil' qui reprend globalement les dernières activités et actualités qui concernent le profil de l'utilisateur connecté. En effet, chaque utilisateur se créé un profil, qui lui permettra de retrouver une expérience personnalisée, avec la possibilité de mémoriser dans le Cloud l'ensemble de ses réglages, de ses sauvegardes de jeu, de ses succès, de ses listes d'amis, de ses bibliothèques de médias... La Xbox One est dotée d'un lecteur Blu-ray, qui devrait lui aussi évoluer l'an prochain avec un correctif pour supporter les films en Blu-ray 3D. En outre, avec une philosophie résolument orientée vers le Cloud (SkyDrive et ses 7 Go gratuits est une application présente de base), on peut s'attendre à voir fleurir

Rétrocompatibilité et jeux d'occasion

La Xbox One ne permettra pas de jouer aux jeux Xbox 360. Après une communication chaotique, Microsoft est revenu aussi sur le sujet de la revente/achat des jeux d'occasion, qui fonctionne globalement comme auparavant, sans réelles limitations. De la même façon, la manette de la Xbox 360 ne semble pas (pour le moment) compatible avec la Xbox One. Par contre, la manette Xbox One devrait être compatible avec un PC, comme ce fut le cas pour les manettes Xbox 360...

> Plutôt que de taper des codes suites à l'achat des produits, il suffit de passer le QR code associé devant Kinect 2 pour certains produits.

Parfaitement adaptée au chat vidéo, Kinect 2 permet d'utiliser l'application Skype nativement fournie avec la Xbox One, avec une qualité HD et un suivi automatique de l'interlocuteur qui permet de se déplacer durant une conversation...

des offres de stockages dématérialisés, pour palier la présence d'un disque dur non amovible de 500 Go « seulement ». Chaque jeu installé peut en effet prendre jusqu'à 40 Go sur le disque et tant que la fonction pour ajouter des médias de stockage via les ports USB 3.0 ne sera pas activée, cela risque de vite devenir un problème. L'application mobile Xbox One Smartglass est disponible, permettant aussi d'utiliser son smartphone ou une tablette comme d'une télécommande, voire de profiter de contenus complémentaires.

Conclusion

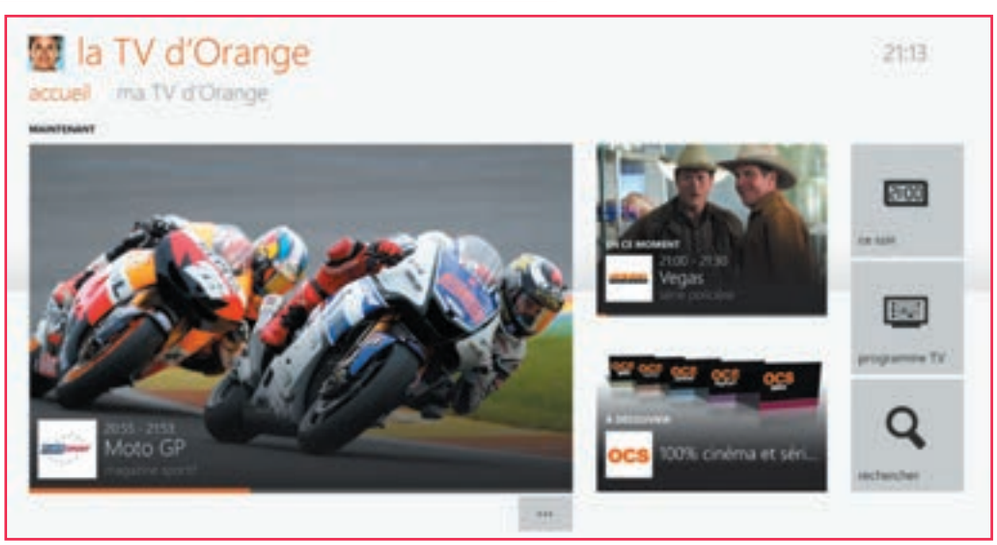
La Xbox One constitue un lancement réussi pour Microsoft, malgré un problème de pénurie de machines qui risque d'être problématique sur la période des Fêtes où la demande devrait exploser. Les performances sur les jeux sont quasiment identiques à celles de la PS4, et ce n'est donc pas là que se fera la différence, mais bien sur les services et les usages exclusifs. Microsoft propose une approche plus risquée que Sony, avec une intégration des fonctionnalités de la Kinect 2 qui laisse augurer de développements intéressants sur 2014. Les fonctions TV et la possibilité d'ancrer une partie de l'écran pour profiter en simultané de deux activités sont des arguments qui jouent en faveur de la Xbox One, tout comme son catalogue de jeux sur la période de lancement. Un bilan en début d'année 2014 devrait permettre d'y voir plus clair...

Les accessoires

Microsoft propose simplement pour le moment un Kit Play & Charge (batterie rechargeable + câble USB, pour 23 euros) et la manette sans fil (55 euros). De nombreux fabricants proposeront d'autres accessoires comme un volant chez ThrustMaster, des câbles, des caques et des chargeurs chez d'autres constructeurs comme Bigben, MadCatz, Turtle Beach...

TV via votre Xbox One et ancrage

C'est peut-être un des points les plus intéressants dans les développements de la Xbox One sur 2014, avec la présence d'une entrée HDMI, qui permet donc de faire passer un signal TV dans la console. L'utilisateur peut alors non seulement contrôler sa TV et son interface Xbox One, mais surtout partager l'écran avec la fonction Ancrer. Il est alors possible de regarder un film sur la portion principale (80% de l'écran), tout en ayant Skype ou une application de chat sur un bandeau à droite de l'écran, ou même jouer tout en regardant la TV dans la partie de droite. De là, à imaginer des interactions avec ce qui se passe sur les émissions diffusées sur les chaines télévisées...



Pour les abonnés, la Xbox One propose la TV d'Orange directement sur sa console...

LES MEILLEURS JEUX DE SIMULATION SONT CHEZ JUST FOR GAMES !

19,99€*

29,99€*

Just For Simulation

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.
Toutes les autres marques appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

3
www.pegi.info

Just For Games

Louvre, par ici la visite !

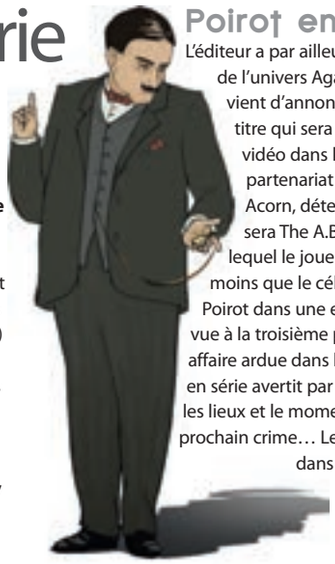
En 2012, Nintendo passait un accord avec le Musée du Louvre à Paris visant à équiper le prestigieux endroit de consoles Nintendo 3DS transformées en guide multimédia pour accompagner les visiteurs. Nintendo sort aujourd'hui l'application du musée en la rendant accessible à toutes les Nintendo 3DS via un téléchargement sur la boutique en ligne eShop soit en version cartouche packagée (exclusivement en vente sur placeau Louvre) pour une vingtaine d'euros. Mieux, cette version apporterait même quelques améliorations selon l'éditeur vis-à-vis du logiciel original. Une fois installée, l'application propose une visite multimédia du Louvre assez impressionnante, avec des centaines d'œuvres photographiées, de très nombreux commentaires audio passionnants de spécialistes, d'innombrables prises de vue dans le musée que l'on peut d'ailleurs arpenter virtuellement en se déplaçant librement sur une carte interactive et les différentes galeries ou via des parcours thématiques. Il est aussi possible bien sûr d'accéder directement aux œuvres clés de l'endroit. L'effet tridimensionnel répond présent, ainsi que la possibilité de scruter certaines œuvres reproduites fidèlement en 3D sous toutes les coutures. Doté d'un riche contenu, ce logiciel brillamment réalisé pourra peut-être même inciter, espérons-le, certains à se rendre sur place. Le confort d'une visite d'un des plus grands musées au monde depuis le creux de la main ne saurait remplacer évidemment une exploration physique des lieux. D'autant plus que ce logiciel pourra être un très bon moyen de préparer la visite réelle, sachant qu'il y exploitera sur place la fonction de localisation de la console pour repérer l'emplacement de l'utilisateur et le guider.

Du parquet au PC

Basketball Pro Management, la série de management de basket apparue en 2012, revient cette année sur les parquets. Développé par le studio français Umix, ce pendant de Football Manager en version basketball permet au joueur d'incarner un coach et de prendre en main la destinée d'équipes. Composition du cinq majeur, transferts, entraînements, finances, gestion du staff, tactiques voire recherche de nouveaux talents, Basketball Pro Management 2014 se veut complet. Plus de 35 championnats sont jouables, soit plus de 700 équipes à travers le monde. La simulation des match a lieu en 2D et un tutoriel permet d'apprendre les bases de ce sport. Yannick Souvré, ancienne gloire du basket français, orne la jaquette du jeu. Edité par Just For Games, Basketball Pro Management 2014 est disponible depuis la mi-décembre sur PC.

Enquêtes en série chez Microids

L'héroïne américaine Nancy Drew (connue également sous le nom d'Alice Roy en France) vient de rallier Microïds, label spécialisé jeux d'aventure de l'éditeur Anuman Interactive, via un accord entre l'éditeur français et Her Interactive. Nancy Drew résout des énigmes depuis les années 30 en bandes dessinées (100 millions d'ouvrages édités dans 22 langues depuis) et est déclinée en films, en séries télé et donc en jeux vidéo. Ses aventures vidéoludiques se seraient vendues à plus de neuf millions d'exemplaires en une quinzaine d'années d'activité. Six nouveaux titres seront distribués en Europe par Microïds en 2014 sur PC et Mac : The silent Spy, Ghost of Thornton Hall, The Deadly Device, Tomb of the Lost Queen, Alibi in Ashes and The Captive Curse.



Poirot en route

L'éditeur a par ailleurs signé la licence de l'univers Agatha Christie. Il vient d'annoncer que le premier titre qui sera adapté en jeu vidéo dans le cadre de son partenariat avec la société Acorn, détentrice des droits, sera The A.B.C. Murders dans lequel le joueur incarnera pas moins que le célèbre Hercule Poirot dans une enquête à jouer en vue à la troisième personne. Une affaire ardue dans laquelle un tueur en série avertit par lettres Poirot sur les lieux et le moment où aura lieu le prochain crime… Le titre est prévu dans un premier temps sur PC, Mac, iOS et Android.

Nouvelles briques chez Lego

Deux nouveaux jeux basés sur la licence Lego sont annoncés pour les prochains mois, tous deux publiés par Warner Bros et développés par le studio spécialiste de la discipline depuis plusieurs années, TT Games. Attendu pour février 2014 sur PC, PS3 et 4, Xbox 360 et One, Wii U, PS Vita et 3DS, Lego : La Grande Aventure sera basé sur le film d'animation du même nom prévu pour février en salles. On y suivra les aventures d'Emmet, un modeste personnage embarqué malgré lui dans une aventure épique le dépassant complètement et au cours de laquelle il devra libérer le monde des griffes d'un tyran Lego. A l'instar de l'excellent Lego City Undercover sur Wii U, ce jeu d'action/plate-forme va permettre d'incarner des dizaines de personnages différents (90 tirés du film) et de créer ses propres constructions Lego tout en traversant une quinzaine de niveaux.
Toujours dans le même univers mais cette fois marié à celui d'une licence incontournable ces temps-ci, Lego Le Hobbit invitera comme son nom l'indique à revisiter les films de la trilogie cinématographique signée Peter

Jackson. Après Un Voyage Inattendu l'année dernière, sort en effet le 11 décembre le second chapitre dans les salles (La Désolation de Smaug), en attendant le troisième et dernier volet l'année prochaine (Histoire d'un Aller et Retour). Ce sont ici les deux premiers films qui seront convertis à la « mode Lego », dans ce titre attendu pour *« le printemps 2014 »*. Personnages, lieux et situations emblématiques des deux long-métrages seront évidemment présents à l'appel sur les mêmes plates-formes que Lego : La Grande Aventure.

Rugby League
(re)joue la Coupe du Monde

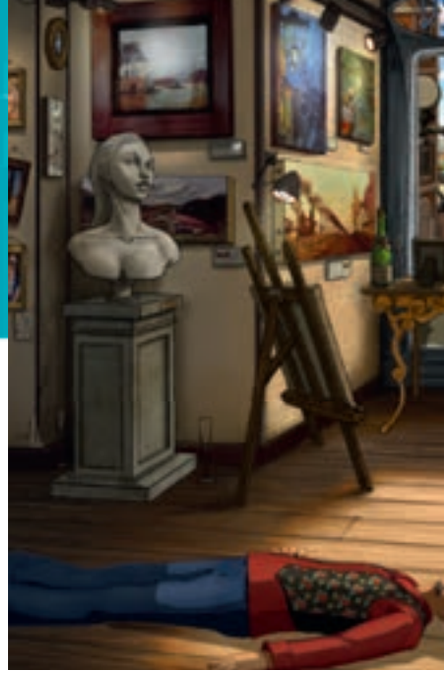
Bien que la Coupe du Monde de rugby à XIII ait pris fin le 30 novembre dernier (avec le sacre de l'Australie face à la Nouvelle-Zélande en finale), Rugby League Live 2 s'offre une nouvelle version bienvenue à cette occasion. Ainsi, le jeu sorti il y a un an se voit enrichi de la licence exclusive de la Coupe du Monde soit les 14 équipes du tournoi (dont la France) ainsi que les 16 stades officiels. Le contenu supplémentaire ne s'arrête pas là, avec notamment une expansion du mode carrière à 25 années (contre 10 auparavant), sept nouveaux stades et surtout une actualisation des effectifs présents dans le jeu original (une centaine d'équipes issues de la NRL, Super League, Cooperative Championship…). Des retouches ont été également effectuées au niveau des commentaires (en anglais), côté gameplay (placage et raffut) et le jeu est jouable jusqu'à huit joueurs. Distribué par Tagmae, Rugby League Live 2 - World Cup Edition sort le 15 décembre sur Xbox 360 et PlayStation 3.

Nascar
Retour sur l'asphalte

Lancée en jeu vidéo dans les années 90, la licence Nascar (passée notamment un temps chez Electronic Arts) revient l'année prochaine avec Nascar'14. Pilotes officiels, circuits modélisés, tous les ingrédients sont présents pour satisfaire les amateurs de ce sport automobile si populaire aux Etats-Unis. En plus d'un mode Carrière, le titre proposera les « Nascar Highlights » qui reprendront les évènements de la saison (état des voitures, conditions météo, positions…) pour plonger pleinement le joueur au cœur de la compétition. En ligne, Nascar'14 va permettre aux pilotes de s'affronter dans leur propre ligue ou encore de concourir via un système de sélection d'adversaires pour garantir des courses disputées. L'occasion de se mesurer sur des circuits célèbres comme la piste inclinée de Daytona aux virages de Sonoma ! Edité par Deep Silver et distribué par Koch Media, Nascar'14 est prévu sur PC et PlayStation 3 pour début 2014.

Figure incontournable du jeu d'aventure, le Britannique Charles Cecil signe un nouveau volet des Chevaliers de Baphomet. Publié en deux parties, le titre a aussi la particularité d'avoir été produit en partie grâce à la plate-forme de financement participatif Kickstarter. Le créateur nous donne son point de vue notamment sur ce nouveau business model. Par Patrick Hellio

Entretien avec
Charles Cecil,
Co-fondateur de Revolution Software



Charles C

Aventurier sur Ki

JDLI : Le nouveau Chevaliers de Baphomet a été en partie produit via Kickstarter. Pourquoi ?

Charles Cecil : Le lancement de la version iOS des Chevaliers de Baphomet puis de sa suite a été le déclic pour passer à l'édition de nos jeux. En tant que petit studio indépendant, Apple a d'ailleurs fait un joli travail pour nous soutenir et le titre a rencontré un grand succès sur l'App Store. Il a fait partie de l'opération « 12 Jours de Noël » d'Apple durant laquelle un jeu est rendu gratuit chaque jour. J'avais un peu peur que cela le dévalue mais cela a été exactement le contraire ! Sur ce seul jour, nous avons enregistré 2,5 millions de téléchargements et les ventes ont continué à se maintenir ensuite, un mouvement qui a également profité à la suite que nous sortions alors. Cela nous a montré que les méthodes traditionnelles de marketing devenaient hors sujet et que les modèles économiques habituels volaient en éclat avec cette possibilité de faire connaître notre titre à plusieurs millions de joueurs sans investissement supplémentaire ! Ces succès sur mobiles nous ont apporté la confiance mais aussi les finances pour lancer le projet d'un nouveau jeu au début de l'année dernière. La plate-forme Kickstarter nous a paru idéale pour y parvenir.

Vos dernières expériences dans le domaine de l'édition traditionnelle n'ont pas été concluantes ?

Nous avons connu d'excellentes collaborations avec des éditeurs comme par exemple Virgin à l'époque des premiers Chevaliers de Baphomet ou encore avec Ubisoft pour les versions Director's Cut sur Wii et DS. Mais il est vrai que le marché est devenu difficile pour les structures indépendantes de petite taille comme la nôtre. Les Chevaliers de Baphomet 3 et 4, que nous avons signé avec THQ, ont rapporté de l'argent mais n'ont pas été rentables pour Revolution Software. Nous avons souscrit des emprunts que nous avons mis des années à rembourser. Nous sommes passés par une situation financière assez délicate.

Concrètement, comment s'est passée la campagne Kickstarter ?

Nous avons commencé à travailler sur le jeu début 2012 et avons mis au point un premier prototype. La campagne a été lancée en août 2012. Elle est parvenue à son objectif et a même dépassé nos espérances, nous avons levé 850 000 dollars via 15 000 contributeurs. Au total, le budget de production de Chevaliers de Baphomet 5 se situe aux environs de deux millions de dollars. Ce projet n'aurait absolument pas pu se faire si le financement Kickstarter n'avait pas fonctionné. Nous aurions peut-être pu démarcher alors un éditeur mais surement pas une banque, qui aurait probablement trouvé le risque trop important.

Vous êtes donc pleinement satisfait de cette première expérience sur Kickstarter ?

Oui, notamment dans ce rapport qui se tisse avec les gens qui soutiennent le projet. Les retours des contributeurs sont précieux et, sans aller jusqu'à leur faire entendre qu'ils vont développer le jeu avec nous, nous avons été très à l'écoute de leurs retours. Je leur avais d'ailleurs souligné que les retours sur ce qui ne leur convenait pas étaient les plus utiles pour nous. Des éléments dans l'apparence du héros George ou encore par exemple l'intégration des personnages dans le décor ont ainsi été modifiés en écoutant ces retours des participants à la campagne Kickstarter. Celle-ci nous a par ailleurs permis de tisser un contact direct avec 15 000

Revolution software, belle aventure

Le studio britannique, créé en 1990 par Charles Cecil, est spécialisé dans les jeux d'aventure point'n click avec des titres comme Lure of the Temptress ou Beneath a Steel Sky. Les Chevaliers de Baphomet est le titre phare du studio, lancé en 1996 et qui a connu depuis quatre suites (1997, 2003 et 2006). Le studio emploi 24 personnes : core team de quatre personnes, 10 freelances et 10 externes.

Cecil
ckstarter

personnes qui ont activement soutenu le projet. Il y a quelques années, nous aurions payé une fortune pour disposer d'une telle base de contacts !

Ce projet aurait-il été financé s'il n'avait pas été porté par Charles Cecil ? Un financement Kickstarter se vend souvent sur un nom.
(rires) Dans ce cas là, non. Il y a deux raisons pour lesquelles un titre comme Les Chevaliers de Baphomet 5 peut rencontrer le succès sur Kickstarter. Tout d'abord parce que de nombreux joueurs d'aujourd'hui ont pratiqué le premier titre à l'époque quand ils étaient encore adolescents, cela a souvent pu être une première expérience dans ce domaine. Il y a donc un fort attachement émotionnel à cette série. Ensuite, Kickstarter apporte, du point de vue d'un développeur, cette démocratisation du processus de financement du jeu vidéo et, du point de vue du joueur, la possibilité de modeler la scène indépendante en fonction des jeux qu'ils veulent trouver. Si les grandes majors du jeu vidéo peuvent être sereines en comptant sur les titres AAA, les retailers doivent commencer à s'inquiéter un peu de ce genre de phénomène. On a l'impression d'une remise à plat du marché, ce qui est une bonne chose pour les joueurs qui profitent ainsi d'un vaste choix de genres de jeux.

Le support d'un éditeur ne va-t-il pas vous manquer pour ce lancement ?
Certains développeurs renient les éditeurs mais ce n'est absolument pas notre cas ! Nous comptons d'ailleurs travailler prochainement avec un éditeur pour une édition physique en retail des Chevaliers de Baphomet 5.

C'est la première fois que Revolution Software publie un jeu scindé en deux parties. Pourquoi et cela marque-t-il votre intérêt pour le format épisodique ?
A l'origine, il devait y avoir deux jeux distincts. Quand le Kickstarter a rencontré le succès, nous avons décidé de les réunir en un seul grand jeu. J'avais promis à tous ceux qui nous ont soutenus de livrer le jeu avant la fin de cette année mais il est devenu évident il y a quelques mois que cela serait impossible de tenir cette date si nous voulions mettre tout ce que nous ajoutions progressivement dans le titre. Repousser le jeu, réduire sa qualité ou le scinder en deux parties ? J'ai opté pour la dernière solution, avec une première partie de sept à huit heures de jeu environ, suivie six semaines plus tard par une suite d'environ cinq à six heures. En ce qui concerne le format épisodique, oui, je le trouve intéressant en particulier pour les petits studios et nous pourrions explorer cette piste à l'avenir. J'admire beaucoup ce que fait dans ce domaine le studio TellTale Games avec ses titres comme The Walking Dead …

Quel regard portez-vous sur le genre du jeu d'aventure « point'n click » traditionnel ?
Globalement, le genre du jeu d'aventure a souffert de plein fouet de l'arrivée de la 3D qui a littéralement obsédé bon nombre d'éditeurs. Même si j'adore cette console, la PlayStation a bien failli tuer le genre du jeu d'aventure ! Son succès immense a poussé les revendeurs à lui accorder toujours plus de place et on nous a bien fait sentir alors que l'avenir se trouvait de ce côté-là. Même si Les Chevaliers de Baphomet 1 et 2 se sont très bien vendus en versions PlayStation ! Un jeu plus action comme In Cold Blood a été une réponse de notre part. Chevaliers de Baphomet 3 et 4, publiés chez THQ, ont également été conçus en 3D intégralement avec un mode « direct control » du personnage, principalement pour répondre à la demande des éditeurs et de la distribution. Le troisième volet a ainsi été vendu comme un projet console, avec un système hybride entre aventure et un peu plus d'action. Nous tentions alors désespérément d'associer la 3D et la logique du gameplay en 2D.

Vous revenez justement à une réalisation en 2D, après ces deux épisodes pensés intégralement en 3D. Pourquoi ?
Revenir à la 2D nous permet de renouer avec le look « cartoon » des premiers volets mais aussi de faire reposer le jeu sur un système immédiatement identifiable tout en étant très contemporain avec la HD. Mais dans un dessin animé, l'attention se concentre sur les personnages et le décor vient les supporter. A l'inverse, dans le jeu d'aventure, les décors sont très importants, prévalent même sur les personnages et la première chose que l'on fait dans une scène est de scruter le background. La 2D permet d'apporter beaucoup plus de détails aux décors, qui tiennent une place centrale dans le gameplay du jeu d'aventure. Avec la haute définition, on peut vraiment aller très loin dans le détail des scènes, les animations. Avant, les pixels appelaient à l'interprétation, désormais la HD permet de tout montrer à l'écran. L'œil devient plus critique en HD qu'il ne l'était en 640 x 480.

Le genre semble aujourd'hui plus vivant que jamais ?
Oui, car il ne repose pas fondamentalement sur la technologie. Seize ans après la sortie originale, l'édition Director's Cut de Chevaliers de Baphomet a reçu une moyenne de 91/100 sur Metacritic. Je ne suis pas sûr que beaucoup de jeux de cet âge peuvent en dire autant. Le genre évolue, on y ajoute régulièrement de nouvelles choses, les interfaces se renouvellement mais le cœur du jeu d'aventure restent la narration, les énigmes et les graphismes.

Aventure en deux parties

Les Chevaliers de Baphomet 5 : La Malédiction du Serpent sort en deux parties sur PC, Mac, Linux, PS Vita, appareils iOS et Android. La première est parue en décembre, la seconde partie est prévue pour fin janvier/début février 2014. Dans ce jeu d'aventure Point'n Click, on retrouve les personnages de George Stobbart et Nico Collard plongés dans une enquête mêlant réalités historiques, conspirations mystiques et voyages exotiques. Le jeu complet est vendu 22,99 euros sur PC et Mac sauf bien sûr pour les joueurs qui ont soutenu financièrement le projet.

Audio-Technica Numérise les vinyles

Audio-Technica présente sa nouvelle platine, l'AT-LP60 USB. Elle permet de convertir sa collection de vinyles au format numérique en la connectant à un ordinateur. La platine intègre un préamplificateur stéréo avec modes alternatifs phono/ligne qui permet de la brancher à la majorité des amplificateurs ou sur tout autre système audio-vidéo. Le plateau tournant est en aluminium et permet bien entendu de sélectionner les deux vitesses 33 et 45 tr/min. L'AT-LP60 inclut une cellule double-aimant Audio-Technica avec diamant remplaçable et dispose d'un mécanisme automatique de lever du bras. La platine AT-LP60 USB sera disponible le 19 décembre au prix de **169,90 euros.**

Razer Libère son Kraken

Le spécialiste des accessoires pour les joueurs présente son tout nouveau casque haut de gamme, le Kraken Forged Edition. Construit en aluminium, le casque arbore un design sobre et une finition en métal brossé. Razer précise *« qu'il est méticuleusement assemblé à la main ce qui lui confère une plus grande qualité de fabrication en parfait accord avec son design ultra-premium »*. Le Kraken Forged Edition est équipé de haut-parleurs de 40 mm en néodyme qui permettent de restituer au mieux les différents spectres graves, mediums et aigus. Ces mêmes haut-parleurs sont recouverts de coussinets en similicuir. Le casque est fourni avec deux câbles interchangeables dont l'un dispose d'un microphone permettant de répondre aux appels téléphoniques ou de converser avec ses coéquipiers pendant les sessions de jeu en ligne. A noter que les écouteurs sont repliables pour faciliter leur rangement dans l'étui fourni. Le Kraken Forged Edition est disponible au prix de **299 euros**.

Sennheiser chouchoute les joueurs

Le spécialiste des casques audiophiles complète sa gamme avec deux nouveaux modèles destinés aux joueurs : le G4ME Zero et le G4ME One. *« Conçu avec les développeurs de jeux, ces casques mettent l'accent sur une ergonomie et un confort exceptionnels »* précise Sennheiser. Le G4ME One est un micro-casque ouvert qui profite de l'expertise de la marque dans le domaine de l'audio pour restituer un son de qualité Hi-Fi. Il dispose d'oreillettes de type XXL qui viennent envelopper chaque oreille, ce qui évite de les écraser. Elles sont par ailleurs recouvertes de coussinets en velours pour un meilleur confort. Le micro profite de la technologie d'annulation de bruit assurant ainsi une communication plus claire avec les autres joueurs. Il est également possible de couper le micro simplement en le relevant. A noter que l'on trouve sur l'oreillette droite le réglage du volume qui tombe naturellement sous les doigts. Enfin, le câble est de type tressé ce qui limite l'emmêlement et permet une meilleure résistance à l'usure. Le G4ME One est disponible au prix de **229 euros**. Le G4ME Zero est un modèle fermé également équipé d'un micro. Il permet ainsi une immersion totale dans les jeux. Il dispose d'un rembourrage qui protège l'utilisateur des bruits extérieurs et évite toute fuite acoustique pouvant déranger l'entourage. On retrouve le micro équipé de la technologie antibruit pour des conversations claires et la possibilité de le couper en le relevant. Les oreillettes sont en mousse à mémoire de forme et recouvertes de similicuir. Le G4ME Zero est disponible au prix de **249 euros.**

Acer Touchez l'écran

Acer complète sa gamme de moniteurs avec un modèle tactile baptisé UT220HQL. Cet écran dispose d'une dalle multitouch 10 points Full-HD de 21,5 pouces et intègre un pied permettant d'ajuster le moniteur dans différentes inclinaisons mais aussi de le placer à plat sur une table pour l'utilisation de certaines applications tactiles comme des jeux de société type Monopoly. Certifié Windows 8, ce moniteur permettra d'exploiter pleinement l'interface tactile de Microsoft ainsi que les applications disponibles sur le Windows Store. Sur le plan technique, il s'agit d'une dalle VA affichant une luminosité de 250 cd/m2, un contraste de 100 000 000 :1 et un temps de réponse de 8 ms. La connectique comprend une prise VGA, HDMI compatible MHL et deux ports USB 2.0. L'Acer UT220HQL est disponible au prix de **299 euros**.

Trust la PS4

Disponible depuis peu, la console de Sony est l'objet de toutes les convoitises de la part des accessoiristes. Ainsi, Trust annonce trois produits qui sortiront dans le courant du premier trimestre 2014. Il s'agit du PS4 Duo Charging Dock, du PS4 USB Hub et du PS4 Chat Headset. Le PS4 Duo Charging Dock permettra à la fois de ranger les manettes mais également d'en recharger deux simultanément. Le PS4 USB Hub arbore un design semblable à celui de la PS4. Il est doté de cinq ports USB dont quatre sont compatibles USB 2.0 pour y connecter manettes, volant ou clavier. Le cinquième est compatible USB 3.0 pour y connecter un périphérique de stockage. Enfin, le PS4 Chat Headset est une oreillette filaire qui se connecte à la manette DualShock. Munie d'un microphone, elle permet de converser avec ses coéquipiers pendant les parties de jeu en ligne. A noter que le Chat Headset fonctionne également avec les smartphones et tablettes.

Hercules DJ iPad

Le spécialiste des solutions pour DJ propose désormais une version de ses DJControl Air et DJControl Instinct pour la tablette d'Apple. Reliés via le câble Lightning vers USB (fourni) à l'application Djuced 18°, les deux contrôleurs sont pleinement exploitables. Ainsi, l'association du physique et du logiciel permet une expérience tactile mais aussi des actions plus précises et réactives avec les boutons et faders mécaniques du contrôleur. Le DJControl Air est un contrôleur USB double platine doté d'un capteur infrarouge permettant de contrôler les effets sans même toucher la surface de l'appareil. S'y ajoutent des contrôleurs tactiles comme les plateaux à détection de pression pour le scratch et sept larges pads avec capteur de vélocité pour agir sur les boucles, les samples ou les effets. L'Instinct est une version plus compacte et plus légère que l'Air (19 x 26,5 cm) pour un poids de moins d'un kilo. Elle dispose également de deux platines et deux jog wheels sensibles à la pression. Les deux contrôleurs sont disponibles aux prix respectifs de **199** et **149 euros**.

Ozone

Clavier de compétition

Destiné aux joueurs exigeants sur PC, le Strike Pro est un clavier mécanique qui permet de régler la sensibilité des touches. Ainsi, chaque joueur pourra l'adapter à son style de jeu. En outre, il est possible de configurer le temps de réponse entre le clavier et l'ordinateur de 1 à 16 ms. Le Strike Pro intègre 64 Ko de mémoire pour mémoriser jusqu'à 30 macros sur cinq profils différents, ce qui permettra aux joueurs de créer plusieurs configurations en fonctions des jeux. Le Strike Pro est doté d'un hub USB, de prises casque et micro et profite d'un rétro-éclairage blanc pour les touches classiques et rouges pour les touches dédiées aux jeux. Il peut aussi être configuré pour n'éclairer que les touches gaming. Le Clavier Ozone Strike Pro est commercialisé au prix de **89,90 euros**.

Asus

A l'ancienne

Le constructeur taiwanais vient de dévoiler une nouvelle tablette Android pour le moins surprenante. L'Asus Transformer Pad TF502T propose en effet des prestations un peu datées. Elle embarque une dalle IPS 10,1 pouces (1366 x 768) soutenue par un processeur Nvidia Tegra 3 (1,3 GHz). Un clavier/dock sera également de la partie et devrait apporter une connectique plus riche ainsi qu'une meilleure autonomie. Le prix est encore inconnu mais devrait être agressif au vu des caractéristiques.

Nokia
Mini prix

Dévoilé timidement au début du mois, le Lumia 525 de Nokia devient officiel. Évolution du Lumia 520, il propose un écran de 4 pouces (800 x 480) avec processeur Snapdragon S4 double cœur (1 GHz) soutenu par 8 Go pour le stockage. On note aussi la présence d'un capteur photo de 5 Mpixels et d'un lecteur de carte micro-SD, le tout avec des coques colorées et interchangeables. Le prix n'est pas encore confirmé mais devrait être autour des **200 euros**.

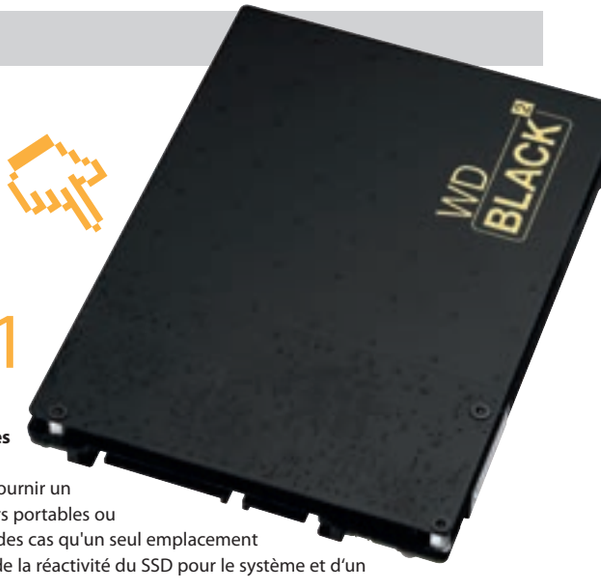
Qualcomm
Tic-Toq

La montre connectée plait clairement aux constructeurs. Même le fondeur Qualcomm s'apprête à en lance une nommée Toq, un nom difficile à porter en France. Elle se distingue par un écran Mirasol basse consommation, une autonomie de plusieurs jours, un chargement sans fil, des écouteurs Bluetooth en option ainsi que divers coloris. La Toq est d'ores et déjà disponible au prix est très élevé à **349,99 dollars.** Petite particularité tout de même, la Toq est un produit d'image, destiné à démontrer le savoir-faire de Qualcomm. Elle ne devrait être disponible qu'en quantités très limitées.

Turtle Beach
Du son pour la PS4

Turtle Beach présente deux casques spécialement développés pour la nouvelle console de jeu PS4 de Sony : le PX4 et le PC4. Le casque PX4 est un modèle sans fil compatible Dolby Digital Surround et bénéficie de plusieurs préréglages pour jouer, regarder des films ou écouter de la musique. Equipé d'un microphone, le PX4 intègre toutes les technologies brevetées de Turtle Beach comme le Dynamic Chat Boost qui augmente automatiquement le volume de la conversation à mesure que le volume du jeu s'intensifie et le moniteur de microphone qui permet de contrôler le son de sa voix pour éviter de parler trop fort. Par ailleurs, le PX4 est compatible Bluetooth ce qui permet d'écouter de la musique et de répondre aux appels depuis un smartphone sans arrêter la partie en cours. L'autonomie annoncée est de l'ordre de 15 heures. Le PX4 est également compatible avec d'autres appareils mobiles grâce à sa connexion filaire via la prise jack 3,5 mm. A noter que le casque fonctionne aussi avec la PS3 et peut être raccordé directement à la manette DualShock de la PS4. Il est disponible au prix de **189 euros**. Le PC4 est un modèle micro-casque ne disposant que d'une seule oreillette. Il est doté d'un haut-parleur de 40 mm recouvert d'une mousse moelleuse. Le PC4 est également compatible PC/Mac et dispose de commandes pour régler le volume de la conversion ou couper le micro d'un seul geste. Le P4C est disponible au prix de **39 euros**.

Western Digital
Disque 2-en-1



Avec le WD Black² Dual Drive, Western Digital propose un disque au format 2,5 pouces combinant à la fois un SSD d'une capacité de 120 Go et un disque dur de 1 To. L'idée est de fournir un système de stockage 2-en-1 pour les ordinateurs portables ou ordinateur tout-en-un n'ayant dans la majorité des cas qu'un seul emplacement pour disque dur. On bénéficie ainsi à la fois de de la réactivité du SSD pour le système et d'un espace de stockage conséquent pour les données. Le Dual Drive affiche une épaisseur de 9,5 mm et dispose d'une interface de SATA 6 Gbits/s. Si le WD Black² Dual Drive est compatible avec les principales versions de Windows (XP à Windows 8.1), il ne l'est pas, pour l'instant, avec Mac OS et Linux. Le constructeur précise que ce type de disque est une première sur le marché du stockage et aussi une occasion de tester son accueil auprès des constructeurs d'ordinateur. Le WD Black² Dual Drive est disponible au prix de **299,99 euros**.

RYGHT™

www.ryght-audio.com

LE SON QUI BOUGE !

NFC

Bluetooth

Jack 3.5mm

Rechargeable

Jakarta

Bluetooth Headphones

Crystal Speaker

Ryght, 6 rue de la Michodière 75 002 Paris, Contact : Alex Ponsas - 06 80 34 84 46 alex.ponsas@ryght.eu - Clément Amoupal - Directeur Commercial - 06 22 74 49 68 clement.amoupal@ryght.eu

Audio-Te

La passion du

Entretien avec

Philippe Renan,
Directeur commercial Europe

Audio-Technica est une marque de casques emblématique au Japon. Dans nos contrées, elle est surtout connue des professionnels mais le fabricant développe désormais son offre grand public avec pour principaux arguments une gamme très large à tous les niveaux de prix et qui bénéficie d'une véritable signature audio.

Par Stéphane Kauffmann

JDLI : Dans quelle mesure Audio-Technica est-elle une marque japonaise de tradition ?
Philippe Renan : Depuis 50 ans ! Elle a été fondée par un Directeur de musée passionné de phonogrammes et qui a d'ailleurs en sa possession la plus grande collection au monde. Audio-Technica a démarré son activité en produisant des cellules de vinyles puis s'est élargie aux microphones et aux casques. C'est une société familiale qui conçoit et fabrique ses produits au Japon, à de rares exceptions près. Il s'agit avant tout d'apporter une expérience musicale et une émotion quel que soit le niveau de prix. Audio-Technica, c'est avant tout une signature sonore. Nous sommes leader sur le marché du casque au Japon avec des modèles qui vont de 10 à 1 500 euros et 23% de parts de marché. Déjà très connu pour ses casques professionnels, Audio-Technica développe sa présence en Europe avec de fortes ambitions sur le segment grand public.

Comment qualifier la gamme de casques ?
Elle est extrêmement large avec 250 références au Japon et notamment une segmentation très poussée dans la catégorie des intra-auriculaires. Notre force est de décliner des concepts avec de multiples variantes qui plaisent beaucoup au consommateur japonais. Là-bas, nos produits sont aussi organisés par sous-marques qui ont une vie indépendante ce qui plait tout autant. En Europe, nous disposons d'environ 70 références et c'est déjà beaucoup. Nous avons notamment une gamme très large d'intra-auriculaires entre 19 et 149 euros. Pour les casques à arceau, le choix est large aussi avec déjà les déclinaisons habituelles, Hi-Fi, nomade, DJ, réduction de bruit… Notre force est de segmenter au-delà du prix par la situation d'écoute, le type de musique et même l'appartenance sociale. Ainsi, nous avons des gammes sport pour un bon maintien mais aussi des modèles Street pour une cible jeune et urbaine qui écoute de la musique électro, les Solid Bass.

En quoi la marque se distingue-t-elle des concurrents ? Quelle est la valeur ajoutée ?
Cela se résume au concept d'apporter la meilleure qualité sonore quel que soit le niveau de gamme et de retrouver toujours l'expérience sonore unique de la marque. Un développement très riche des haut-médium est notre signature et apporte un niveau de détail inégalé sur le marché. Même sur un produit d'entrée de gamme, on découvre une richesse sonore, on entend des détails qui font que l'on reconnaît immédiatement qu'il s'agit d'un casque Audio-Technica. Bien entendu, nous avons fondé notre réputation sur des modèles audiophiles mais nous

PHILIPPE RENAN

echnica
u son

« Nous avons fondé notre réputation sur des modèles audiophiles mais nous déclinons aujourd'hui notre savoir-faire dans tous les genres. »

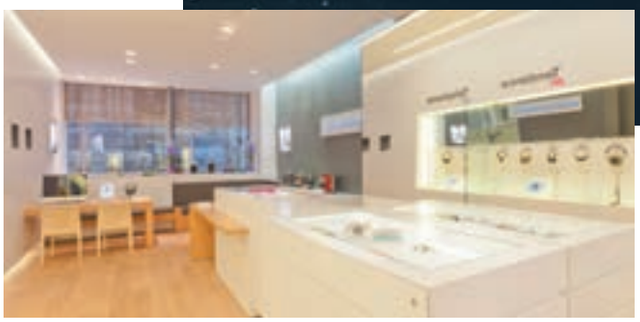
déclinons aujourd'hui notre savoir-faire dans tous les genres en conservant toujours cette richesse sonore particulière qui distingue un casque Audio-Technica.

Quel sont les modèles qui connaissent le plus de succès et pourquoi ?
Le casque le plus vendu est le M50 qui se destine en premier lieu aux DJ, ingénieurs du son et musiciens. Mais il est si versatile et si à l'aise dans toutes les situations que le grand public l'a massivement adopté aussi. Il se distingue aussi par un rapport performances / prix exceptionnel. L'autre grand succès, c'est l'ANC-9, notre modèle phare à réduction de bruit active. Depuis que nous l'avons lancé, nous sommes devenus le premier concurrent de Bose sur ce segment aux Etats-Unis. Nous y avons une excellente réputation avec là encore un bon rapport qualité / prix et toujours notre signature sonore.

Comment adressez-vous le marché du casque nomade ?
Nous déclinons les casques nomades selon le profil des utilisateurs et leurs activités favorites. Celui qui voyage beaucoup va opter pour un modèle à réduction de bruit. Quelqu'un de plutôt sportif pourra choisir un de nos nombreux modèles dédiés qui assurent un bon maintien. Celui qui préfère un certain style musical trouvera aussi une gamme correspondante comme par exemple les Solid Bass déjà mentionnés. Ils offrent effectivement des basses renforcées mais sans excès et surtout qui n'affectent en rien le reste du spectre avec toujours un haut médium très développé. L'audiophile ultra-exigeant qui cherche avant tout un son pur et fidèle trouvera tout autant son bonheur avec des modèles nomades d'exception comme l'ATH-ESW11 qui combine la légèreté à des drivers de grand diamètre.

Que pensez-vous de l'évolution récente de ce marché ?
Le marché devient plus difficile mais continue à évoluer, selon nous dans le bon sens. L'utilisateur n'est plus prêt à dépenser de grosses sommes dans un produit uniquement de style ou de tendance. Il est devenu mature et donc plus exigeant sur la technicité et le confort. L'accessoire de mode ne suffit plus à le satisfaire. Cela conduit tout naturellement à un retour vers les marques emblématiques et historiques du casque. Cela montre aussi qu'il y a un désir de revenir à la fonction première d'un casque, soit sa capacité à délivrer un son de qualité dans un bon confort. Le casque est toujours un accessoire de mode mais cet aspect ne suffit plus, il doit aussi satisfaire son propriétaire en termes de qualité sonore. Certes, il y a un tassement de la valeur sur le marché du casque dans son ensemble mais cela s'explique aussi par un intra-auriculaire qui progresse de nouveau et dont le prix moyen est plus bas. Demain, chacun aura plusieurs casques en fonction de ses envies et surtout en fonction de ses activités. Compléter un casque à arceau par un intra-auriculaire pour le sport fait sens, pour ne citer qu'un exemple.

« Nos principaux arguments sont la largeur de gamme et notre signature sonore que l'on retrouve sur tous nos produits. »



Vous avez une large gamme d'intra-auriculaires, quelles sont vos ambitions en la matière ?
Elles sont très fortes car nous avons une gamme très large et nous occupons notamment des segments laissés vacants par les autres marques. Avec la gamme CKX, nous avons apporté un vent de fraîcheur. Conçus au départ pour les danseurs, ces intras ont la particularité d'avoir un conduit rotatif pour garantir à la fois un bon maintien et un bon couplage auriculaire. Ces intra-auriculaires conviennent donc parfaitement à tous ceux qui bougent pendant l'écoute. Par ailleurs, nous allons déployer en Europe de nombreux modèles milieu / haut de gamme, un segment où l'offre ne répond pas à la demande car aujourd'hui elle est bipolaire : entrée ou haut de gamme.

Comment se porte le segment de la réduction de bruit active et comment vous positionnez-vous ?
Nous proposons une gamme complète avec quatre modèles ce qui nous distingue de nos compétiteurs. Nous sommes experts en la matière et il s'agit maintenant de le faire savoir en Europe aussi. Nous avons été les premiers à proposer un casque qui fonctionne quand la batterie est vide, tout comme nous avons été les premiers à offrir plusieurs modes de réduction selon le niveau de bruit ambiant. Notre modèle phare l'ANC-9 apporte une qualité sans compromis à un prix encore abordable de 279 euros. Notre gamme à réduction de bruit se distingue avant tout par la qualité sonore offerte à un prix donné et notre nouveau ANC-70 à 179 euros en est le meilleur exemple car chez la concurrence, il faut au moins dépenser le double pour atteindre le même niveau. Cela nous permet d'attirer vers la réduction de bruit des consommateurs intéressés mais qui ne sont pas prêts à dépenser plus de 200 euros. C'est donc un champ bien plus large qui s'ouvre à ce segment.

Vous produisez encore des platines vinyles, adressez-vous le grand public ?
Bien entendu et ce segment pèse lourd dans notre activité grand public. Il y a un engouement croissant pour le vinyle qui ne se dément pas avec un public de plus en plus large qu'il faut adresser. Ainsi, nous proposons une platine AT-LP60USB qui permet aussi de digitaliser à seulement 149 euros. On peut aussi citer notre modèle emblématique qui reprend le moule de la fameuses 1200 de Technics et qui vaut 279 euros, un vrai best-seller. L'année prochaine, nous aurons une gamme de quatre platines en grand public et les amateurs de rétro seront comblés. Enfin pour revenir aux premiers amours de la marque, nous venons d'éditer le premier catalogue mondial de cellules Audio-Technica.

Quelle est la volonté d'Audio-Technica sur le grand public ?
En Europe, nous nous donnons trois à cinq ans pour devenir une des cinq premières marques de casques en grand public. Nos principaux arguments sont la largeur de gamme et notre signature sonore que l'on retrouve sur tous nos produits. Cela nous permet d'adresser tous les canaux de distribution sans qu'il n'y ait d'interférences. Nos casques racontent une histoire, quel que soit le niveau de prix et où qu'ils soient vendus, en hyper, chez les multi-spécialistes ou encore chez les revendeurs spécialisés, tout comme sur Internet.

Vous avez ouvert un store de la marque à Paris, pourquoi et avec quel concept ?
Le Japon est très friand des concepts stores et nous en avons plusieurs. En Europe, il n'y en avait pas et pour appuyer le lancement de nos gammes en grand public, nous avons décidé d'en ouvrir un au cœur de Paris. Il s'agit de présenter toute notre gamme par environnements en permettant de les expérimenter au mieux. Ainsi, nous disposons d'un système d'écoute piloté par iPad qui permet au client d'écouter tous les styles de musique sur tous les casques. Nous avons aussi un espace audiophile avec une platine Thorens ultra haut de gamme reliée à un préamplificateur pour casque. Enfin, un espace dédié pour la réduction de bruit permet d'écouter ces modèles en simulant les bruits dans un avion ou dans un train. Ce magasin phare nous sert aussi de laboratoire pour montrer et expérimenter les solutions de vente à valeur ajoutée.

A ce propos, que faites-vous pour soutenir la marque et la distribution ?
Nous transmettons notre savoir-faire pour créer des rayons qui correspondent aux différents environnements et qui sont adaptés à l'utilisateur. Fort de notre expérience japonaise avec un réseau très puisant de merchandising, nous voulons mettre en place de solutions similaires en Europe et aider les magasins à mettre les casques en scène. Nous allons aussi communiquer en ligne pour que notre marque bénéficie rapidement d'une meilleure reconnaissance.

PARENTS A CHOISI

AVEC LE GUIDE CONSEILS DU MAGAZINE PARENTS

TABLETTE TACTILE 7"

KID Tab II Premium

Enfin la tablette spécialement conçue pour vos enfants.

Photos non contractuelles / DEA, 10 rue des Delâches, 91940 Gometz-le-Châtel

NOUVEAU

- 4 profils enfants
- Contrôle parental Ultra performant
- Double appareil photo + Funny Caméra
- 59 jeux GAME CENTER

Bluetooth®

La tablette KID Tab Premium évolutive

3 *Ebooks des plus beaux contes*

+

9 *Applications pour apprendre en s'amusant*

+

UNIVERSAL A COMCAST COMPANY

12 *Épisodes des meilleurs dessins animés*

Créez et contrôlez le contenu avec votre enfant. Gérez son temps d'utilisation.

8 Go — Bluetooth® — Internet et navigateur sécurisé — Contrôle parental unique

Protection silicone OFFERTE

Tekniser by DEA

www.kidtab.fr

Montres connectées

Les prémices d'un nouveau marché

Elles font le « buzz » et tout le monde en parle mais cette première vague de montres connectées manque encore d'arguments réels pour convaincre. Pourtant le potentiel et là et pour le rayon, ce sera une réelle source de valeur dans un avenir proche. Comment l'anticiper ? Par François Arias

Les montres électroniques existent depuis maintenant quelques décennies. En plus des simples modèles utilisant un affichage à cristaux liquides, on a vu apparaître au fil des ans des modèles de plus en plus avancés. Ceux qui ont grandi dans les années 80 se souviendront probablement des montres calculatrices. Dans les débuts des années 2000, plusieurs montres PDA ont également été commercialisées sans rencontrer un grand succès. Sony-Ericsson avait même proposé en 2005 des montres « classiques » capables d'afficher le numéro de l'appelant sur un écran d'une ligne. Comme pour les tablettes, le concept n'est donc pas nouveau mais il aura fallu des années pour que la technologie soit au niveau des idées. Pour faire autre chose que donner l'heure, une smartwatch doit être jumelée à un smartphone qui lui transmettra des données en Bluetooth. D'un point de vue purement technique, on remarque de fortes disparités entre la dizaine de modèles actuellement disponibles. Les contraintes sont en effet plus fortes que sur la plupart des autres appareils électroniques classiques. Il s'agit de réussir à combiner un écran lisible, une

autonomie longue et un poids limité. Une équation difficile qui est loin d'être résolue.

Affichage versus autonomie

Pour les écrans, les dalles LCD ou AMOLED classiques sont compliquées à utiliser. Leur consommation fait qu'ils limitent l'autonomie à quelques heures. Pour pallier cela, différentes solutions ont été envisagées. Samsung désactive par défaut son écran Super AMOLED. Pour l'allumer et lire l'heure, il faudra faire un geste du poignet ou appuyer tout simplement sur un bouton ce qui nous ramène aux premières montres à LED rouges des années 70. C'est loin d'être pratique. Pour éviter ce problème, d'autres fabricants se sont donc tournés vers des écrans lisibles sans rétro-éclairage. La Metawatch Strata utilise par exemple un LCD réflectif, ressemblant à

Sony Smartwatch 2
Réussie

Comme son nom l'indique, la Smartwatch 2 n'est pas la première montre connectée de Sony. Le géant japonais avait visiblement senti la tendance en sortant l'an passé un premier modèle. Cette deuxième version est esthétiquement réussie dans sa simplicité avec un cadran noir rehaussé de bords en métal. Tant la forme que la taille de la montre font qu'elle dégage une connotation très masculine. Sony a eu l'intelligence de doter sa montre d'un bracelet amovible standard (24 mm). Il est donc aisé de le remplacer. Contrairement aux apparences, la montre n'est pas composée de métal mais de plastique, la finition est irréprochable. Autre choix malin, celui d'avoir utilisé un port micro-USB pour la charge plutôt qu'un adaptateur propriétaire. L'ergonomie de la montre est simple avec un gros bouton en aluminium sur la tranche et trois touches tactiles pour naviguer dans les menus. L'écran LCD tactile couleur de 1,44 pouce n'est ni le plus grand ni le plus résolu (220 x 176 pixels) du marché mais il a l'avantage notable d'être transflectif en plus d'être un LCD classique. Même éteint, il reste tout à fait lisible pour peu que la luminosité extérieure soit suffisante. Cela permet d'économiser de l'énergie. Nous avons ainsi tenu deux à trois jours sur une seule charge. Contrairement à d'autres modèles, la Smartwatch est largement compatible. Nous l'avons fait fonctionner sans problèmes sur plusieurs smartphones Android ainsi qu'un iPhone. Sony a également ouvert sa montre aux développeurs tiers mais pour l'heure, rien de bien convaincant n'est disponible. Pour l'essentiel, il faut se contenter des notifications et de la lecture des messages. Bien sûr, les widgets habituels sont de la partie aussi, comme la météo et le fil de l'actualité.

Samsung Galaxy Gear
Propriétaire

La montre connectée est un produit si jeune qu'elle n'a pas encore trouvé son mètre étalon. Chaque constructeur expérimente donc pour trouver le bon compromis entre fonctionnalités et design. Samsung fait le choix d'un bracelet inamovible. Le cadran est un mélange de métal et de verre. Il est bien fini et solide mais trop épais pour se faire oublier. Même les amateurs de grosses montres auront quelques problèmes tant la Gear est encombrante. Les possibilités de personnalisation se limitent à une demi-douzaine de couleurs pour le bracelet. L'écran de 1,6 pouce utilise la technologie Super AMOLED et adopte une résolution de 320 x 320 pixels qui assure une bonne finesse d'affichage. Pour lire l'heure, il faut en théorie lever le poignet, l'accéléromètre intégré reconnaissant le mouvement et allumant l'écran. Ce n'est toutefois pas efficace à 100% et on se retrouve souvent à devoir allumer la montre manuellement. Dans une tentative de se démarquer, Samsung a installé un appareil photo dans le bracelet. En plus d'imposer une excroissance assez laide, la qualité est vraiment trop mauvaise pour avoir le moindre intérêt pratique, sans parler du ridicule de l'action. La fonction mains libres fonctionne bien mais parler à sa montre n'est pas moins ridicule. Pour le reste, on retrouve les fonctions classiques comme la lecture de messages et les widgets. Pour l'autonomie, il sera difficile de tenir plus d'une journée entre deux charges. Tous les soirs, on devra donc placer la montre dans une base de chargement simple à utiliser. Si les fonctions de la Galaxy Gear sont classiques, son utilité est limitée par le fait qu'elle ne soit utilisable qu'avec une poignée de téléphone haut de gamme Samsung et que son autonomie est très limitée aussi.

Entre un écran couleur haute résolution et une autonomie décente, il faut choisir !

une plaque de métal poli et dénuée de tout rétro-éclairage. De son côté, la Pebble utilise un LCD transflectif avec une image en noir et blanc mais lisible sans rétro-éclairage. La solution de Sony est de loin la plus élégante car elle fusionne un écran LCD classique et un LCD transflectif. L'utilisation des d'écrans passifs permet surtout de réduire fortement la consommation. Les montres dotées d'un écran transflectif sont ainsi capables d'atteindre la semaine d'utilisation sur une charge alors que la Samsung Galaxy Gear et son très bel écran Super AMOLED aura bien du mal à dépasser la journée. A l'intérieur des montres officient des processeurs ARM très basse consommation, capables de faire tourner un petit système d'exploitation maison ainsi que d'assurer la liaison Bluetooth entre la montre et le smartphone. Pour le moment, les caractéristiques de ces composants n'ont pas grand intérêt mais c'est un point à surveiller. Les systèmes utilisés sont complexes et gourmands en ressources mais surtout les applications à venir vont nécessiter de la puissance de calcul.

Purement utilitaire

Si la technique est relativement aboutie, on ne peut pas en dire autant du design. Les fabricants d'électronique semblent avoir oublié un point fondamental. Plus qu'un outil, une montre est avant tout un bijou. Un « détail » pour le moins crucial qui est pourtant ignoré. Les quelques modèles disponibles pour le moment sont gros,

pas forcément très jolis et bénéficient d'une qualité de fabrication très moyenne comparée à celle d'une montre de prix équivalent... On attend de voir le résultat d'une collaboration entre un véritable horloger et des fabricants d'électronique. Quelques marques comme Citizen ont bien tenté cette approche mais la partie connectée se limite soit à des aiguilles qui se déplacent pour signaler l'arrivée d'un message, soit à un écran d'une seule ligne permettant d'afficher le nom du correspondant. Il y a encore des efforts à faire pour que les montres connectées soient aussi jolies que leurs ancêtres !

Le sans-fil à la patte

Comme dit plus haut, les montres connectées ont besoin d'un smartphone pour utiliser toutes leurs fonctions. Cependant la jeunesse du produit fait qu'il n'existe pas encore de protocole universel permettant de gérer ce genre d'accessoires. Il faut donc passer par un logiciel propriétaire (à installer sur le téléphone). Les parts de marché étant ce qu'elles sont, seul iOS et Android sont pour le moment supportés par les montres disponibles. Pour ceux qui possèdent un Windows Phone ou un BlackBerry, il faudra prendre son mal en patience. A l'exception notable de la Galaxy Gear de Samsung qui se limite à une poignée de téléphones de la marque, la compatibilité est assez large. Le support du Bluetooth 4.0 basse consommation permet d'améliorer l'autonomie mais n'est pas obligatoire. Une fois installée sur le téléphone, l'application de gestion permet de personnaliser sa montre, en changeant les styles du cadran ou en ajoutant des widgets. Le processus est généralement très facile et ne prend

Pebble Watch
Longue durée

La Pebble Watch est un produit à part dans le sens où elle n'est pas le fruit d'une grande entreprise mais du crowdfunding. Les Californiens de Pebble Technology ont en effet levé près de 10 millions de dollars sur Kickstarter, ce qui reste près de deux ans plus tard le record du projet le plus réussi à ce jour sur le site qui demande aux futurs utilisateurs de payer à l'avance. La Pebble Watch surprend par sa taille. Loin des mastodontes que sont la Galaxy Gear ou la Smartwatch 2, elle est particulièrement compacte. Son design est simple mais passe-partout, ceux qui veulent un peu plus d'originalité pourront choisir des variantes rouges ou orange. Le bracelet de base est en gomme mais il peut être remplacé par n'importe quel modèle d'une largeur de 22 mm. La finition tout plastique est simple mais soignée. L'écran de 1,26 pouce utilise le LCD transflectif du même type que celui trouvé sur la Smartwatch 2 de Sony. Il est uniquement noir et blanc ce qui n'est pas forcément une mauvaise nouvelle au regard du gain en lisibilité. Contrairement à la plupart des modèles récents, la dalle n'est pas tactile, on navigue donc dans les menus avec les boutons ce qui n'est pas plus mal au vu de la taille de l'écran. Outre l'affichage de l'heure, les fonctions sont limitées à de la notification. L'application de base ne supporte que les appels, SMS et mails (depuis Gmail) mais on trouve sur le Store des alternatives permettant de transmettre des notifications depuis n'importe quelle application. Comme le système est ouvert aux développeurs depuis le lancement du projet, le magasin est bien fourni en applications d'éditeurs tiers. Le grand point fort de la Pebble, c'est surtout son autonomie. Nous avons tenu presque huit jours sur une charge ! Une durée plus que confortable donc.

149 €

149 €

Metawatch Strata
Pour Geeks

Comme la Pebble, la Metawatch Strata est plus le produit d'une start-up. Les deux marques sont d'ailleurs assez proches dans leurs concepts : pas d'écran couleur énergivore, un prix abordable, un financement via Kickstarter et surtout une plate-forme totalement ouverte aux développeurs. Le modèle Strata testé ici est le plus abordable des deux vendus par Metawatch. C'est aussi le plus durci et cela se ressent sur le design qui est proche d'une montre de sport. Il est d'ailleurs un peu dommage que ne soient proposées que des variantes de couleur, un noir ou gris uni aurait été plus passe-partout. Pour ceux qui veulent quelque chose de moins voyant, une variante de ville mieux finie et plus discrète mais techniquement identique nommée Frame est aussi disponible pour 50 euros de plus. La Strata est particulièrement épaisse et voit son écran profondément engoncé sous du verre. Des précautions nécessaires pour garantir une étanchéité jusqu'à 50 mètres de profondeur. Malgré sa taille, la montre est plutôt confortable à porter, le bracelet offrant des rainures limitant la transpiration. L'écran de 1,3 pouces est un LCD réflectif. Derrière ce terme se cache un affichage qui ressemble à une plaque de métal polie plus ou moins réflective selon ce qui est affiché dessus. Dit comme ça, c'est un peu obscur mais dans les faits on obtient un écran très lisible en toutes circonstances. Malgré un positionnement très « bricoleurs », le logiciel de gestion de la montre est très clair et il permet une très grande flexibilité. La montre et les nombreux widgets disponibles peuvent être configurés à loisir. On navigue entre les différents écrans et les menus avec les six boutons positionnés de part et d'autre de l'écran. Le choix d'un écran monochrome permet d'obtenir une excellente autonomie, dépassant souvent la semaine.

que quelques minutes. On remarque toutefois que les applications officielles ne sont pas forcément les plus abouties en termes de fonctionnalités. Certains fabricants comme Metawatch ou Pebble on fait le choix de se reposer sur la communauté en mettant à disposition les outils de développement. Résultat, on trouve des outils de gestion non officiels plus performants que ceux fournis par le constructeur.

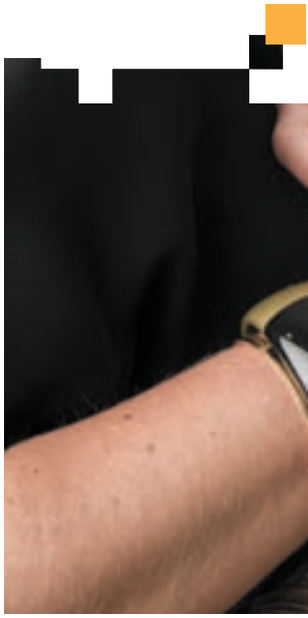
Pour quoi faire

Outre donner l'heure, la principale fonction d'une montre connectée est pour l'instant de servir d'écran secondaire pour les notifications. Déjà de base, toutes les montres préviennent d'un appel, d'un SMS ou d'un mail entrant. La plupart permettent aussi de lire le message directement. Pas besoin de sortir son téléphone de sa poche lorsque l'on reçoit un SMS, un mail ou encore un twitt. Si elle peut paraitre anecdotique, cette utilisation est particulièrement agréable pour les gros consommateurs de réseaux sociaux. On s'habitue très rapidement à suivre sa vie numérique directement sur son poignet. Attention tout de même, selon les usages il faudra faire attention à bien régler quelles applications enverront des alertes. Il manque clairement un système filtrant les notifications importantes, un peu à la manière du tri qu'effectue Gmail. On peut aussi accepter ou non un appel téléphonique entrant. Le nom et parfois la photo du correspondant s'affichent sur le poignet. Certains modèles sont mêmes dotés d'un combo micro/haut-parleur vous permettant de répondre sans avoir à sortir son téléphone. Cette fonction à la James Bond n'a pourtant pas grand intérêt dans la réalité car parler à une montre frise le ridicule et partage la conversation avec son environnement.

En plus

Selon le fabricant, la montre connectée peut être dotée d'applications et de widgets de type météo ou cours de la bourse. On trouve un peu de tout, mais clairement rien de révolutionnaire ou qui ne puisse être effectué rapidement en sortant son téléphone. Plus utile, la montre peut aussi servir de contrôleur pour certaines fonctions comme la musique. Certains comme Samsung tentent d'aller plus loin avec un podomètre par exemple mais ce n'est guère convaincant car pas assez précis et pas assez ciblé. En bref, la montre connectée cherche encore sa « killer app » qui la ferait sortir de son statut d'accessoire pas vraiment indispensable. Cela pourrait par exemple passer par l'addition de fonctions supplémentaires. L'intégration des capacités d'un bracelet de type Fitbit ou Jawbone Up serait un pas intéressant dans cette direction. En combinaison d'un GPS et de fonctions sportives, il y aurait sans doute aussi un véritable intérêt. La montre Multisport de TomTom pourrait se connecter pour disposer des fonctions de notification classiques mais aussi pour enregistrer à la volée toutes les statistiques sur le smartphone. Garmin a déjà franchi ce pas avec sa montre destinée au golf. Elle contient 30 000 parcours et localise par rapport au trou mais elle propose aussi les notifications en direct ce qui est particulièrement utile car on passe du temps (de travail…) sur un 18 trous.

> Outre donner l'heure, la principale fonction d'une montre connectée est pour l'instant de servir d'écran secondaire pour les notifications



L'ébauche

Cette première génération de montres connectées n'est pas encore des plus convaincantes. Le produit est jeune et l'on sent que les différents fabricants en sont encore à chercher les usages potentiels. On ne parle même pas du design qui est à des lieues de ce que l'on attend d'une montre. Autonomie, fonctionnalités et surtout design, tout ou presque doit être amélioré pour que l'on puisse envisager une adoption massive du grand public. Pour autant, le rayon ne peut pas passer à côté de cette première génération. Mais ce n'est sans doute pas encore le moment de créer un espace dédié à grand renfort de signalétique et de mise en avant. En revanche, une intégration au rayon smartphone, notamment pour attirer le client, semble appropriée avec de préférence une démonstration. Cela peut se faire sans frais à l'aide du smartphone du client mais il faudra qu'il télécharge l'application gratuite en magasin pour essayer, long et fastidieux. Le mieux sera donc de présenter la montre avec un smartphone, les deux sécurisés mais expérimentables. Une chose est sûre, mettre la montre sous vitrine comme chez l'horloger n'est pas encore de mise. A terme va se poser la question de la définition d'une montre connectée. Est-ce un objet de joaillerie qui doit figurer au rayon horlogerie ou est-ce un objet hi-tech connecté à place en face des smartphones ? Sans doute plutôt la deuxième solution. Quand l'offre sera suffisante, il faudra surtout mettre en scène la diversité et aussi la spécifié comme les montres connectées de sport, le tout en axant la démonstration sur l'application pratique et sur l'usage.

Le futur des montres connectées

Bien malin est celui qui sera capable de prédire comment les montres connectées évolueront ! Première quasi-certitude, en 2014 le nombre de modèles disponibles devrait croître exponentiellement. Un peu comme pour les smartphones et les tablettes, chaque constructeur de l'électronique grand public semble vouloir lancer un premier modèle rapidement. Le plus attendu d'entre eux est bien entendu Apple, même si à ce jour rien ne permet de dire qu'un modèle est effectivement en préparation. Au rayon des innovations technologiques, on attend beaucoup des composants flexibles présentés par Samsung et LG ces derniers mois. Ils pourraient ouvrir des portes au design. Reste que c'est surtout au niveau des applications que tout reste à inventer et de ce côté, rien de bien intéressant n'a été annoncé pour l'instant. Rendez-vous fin janvier pour un compte-rendu du salon CES à Las Vegas qui va sans doute nous apporter des éléments de réponse.

MyKronoz Zewatch
Surtout une montre

Vendue 69 euros, la Zewatch est de loin le modèle le plus abordable. C'est aussi celui qui fait clairement le plus d'efforts d'un point de vie esthétique. Mélangeant métal et caoutchouc dans un format rectangulaire plutôt original, la montre est très agréable à regarder. MyKronoz a même pensé aux dames avec une variante au format bracelet encore plus réussie esthétiquement. La finition est correcte même s'il ne faut pas se faire d'illusions, à ce prix ce n'est pas de la haute horlogerie. Le bracelet étant fondu au cadran, il sera impossible de l'échanger contre un autre. La charge se fait par une pince que l'on branchera à un chargeur USB. Ce n'est pas le plus pratique et il faudra faire attention à ne pas perdre ou endommager le câble propriétaire. D'autant que l'autonomie ne dépasse pas les deux jours. Outre donner l'heure, la Zewatch sonne lors de la réception d'un SMS, permet de répondre ou de refuser un appel et c'est tout ! Pas moyen de lire directement le SMS ou encore de composer un numéro depuis la montre. Même si la qualité audio lors des appels est très correcte, la Zewatch ne propose donc guère plus de fonctions qu'une simple oreillette Bluetooth.

Barres de son et supports sonores
Du son pour l'image

Après un engouement presque exclusif pour l'image, le consommateur s'intéresse de plus en plus au son qui l'accompagne. Et comme celui du téléviseur est généralement de mauvaise qualité, la solution de la barre de son ou du support sonore permet de répondre à cette préoccupation avec élégance et simplicité. Par Stéphane Kauffmann

LG
SoundPlate LAP340
Au régime

Il s'agit d'une réalisation d'apparence très simple et discrète. Avec son boîtier en plastique dont la finition fait penser à de la fibre de carbone tressée, ce support sonore se voit à peine lorsqu'il est installé sous le pied d'un téléviseur. Il supporte des écrans jusqu'à 38 kg et possède des dimensions idéales avec seulement 35 mm d'épaisseur. Ses fonctions sont aussi très simples avec seulement deux entrées, une audionumérique optique et une sans fil de type Bluetooth. Les quelques touches de commandes sont cachées à l'arrière. Aucun bouton ou afficheur n'est visible en façade. Le pilotage s'effectue depuis la petite télécommande qui elle aussi est assez simple. En dehors du choix des sources et du réglage de volume, elle ajoute uniquement la possibilité d'activer un mode surround. Pour parvenir à un produit aussi discret, LG a étudié un système acoustique très particulier qui tient dans quelques centimètres d'épaisseur et délivre pourtant un son puissant avec un grave convaincant. Le support est en mesure de fournir sous un encombrement minimal des performances sonores étonnantes. La restitution est cohérente, avec un équilibre tonal très satisfaisant. Les basses et le bas-médium sont présents. Les voix ont de la consistance. De plus, le niveau sonore que l'on peut atteindre est déjà confortable.

- **Puissance :** 120 watts
- **Connectique :** entrée numérique optique, liaison sans fil Bluetooth
- **Accessoires fournis :** télécommande, câble numérique optique
- **Dimensions :** 70 x 3,5 x 32 cm
- **Poids :** 3,9 kg

399 €

Klipsch
SB120
Gargantuesque

Ce support déjà assez massif peut supporter des écrans de très grande taille jusqu'à 45 kilos. La raison de ce poids et de ces dimensions importantes est qu'il a été conçu comme une véritable enceinte de qualité Hi-Fi. Le volume important permet une très bonne réponse dans les basses. En matière de connexions et fonctions, Klipsch se contente de choses basiques. Le support audio dispose de trois entrées, une audionumérique optique, une analogique et une Bluetooth sans fil. Le système est livré avec une télécommande au format carte à puce mais la plupart de ses fonctions sont aussi disponibles en façade de l'appareil. Cette solution atypique nous a réellement emballés à l'écoute. Voilà enfin une barre ou plutôt un socle dont le son n'est pas agressif ou synthétique ! Quel bonheur d'entendre des timbres bien équilibrés et des voix qui semblent humaines. Le grave est pourtant bien présent, il a un impact phénoménal pour un produit de ce type, profond et puissant. Le médium et l'aigu, très vivants et naturels, sont d'une bonne définition. Pour écouter de la musique à partir d'une source Bluetooth, le socle est également très convaincant. On peut pousser le volume sans ressentir un tassement de la dynamique, de la distorsion ou de la saturation.

- **Puissance :** 160 watts
- **Connectique :** entrée analogique, entrée numérique optique, liaison sans fil Bluetooth
- **Accessoires fournis :** télécommande, câble numérique optique, câble analogique RCA/mini-jack
- **Dimensions :** 9,9 x 83,1 x 33,6 cm
- **Poids :** 10,4 kg

499 €

Les barres de son ont le vent en poupe, il s'en vend de plus en plus et GfK prévoit encore une nette augmentation du volume et de la valeur cette année. De plus, le haut de gamme raisonnable se porte particulièrement bien, du moment que la dépense est en relation avec le téléviseur. On peut considérer que l'investissement ne doit pas dépasser la moitié du prix de l'écran et que le plus acceptable se situe autour d'un tiers. Le haut de gamme est donc plutôt réservé aux téléviseurs de grande taille, 46 pouces et plus, ce que les mensurations des barres en question confirment. Elles sont adaptées aux grandes tailles d'écran. La barre de son a fini par trouver un public de plus en plus nombreux car c'est une manière évidente de sonoriser un téléviseur plat au rendu audio généralement catastrophique. Fine et d'une seule pièce, elle accompagne harmonieusement l'écran plat en utilisant toute la largeur disponible.

Des limitations aussi

Cependant, ce n'est pas une solution idéale, loin de là et il est important d'en être conscient en rayon pour bien conseiller le client qui reviendra de toute manière la rapporter le cas échéant. La barre de son a beau être fine, elle affiche quand même une certaine hauteur. D'autant qu'elle risque de cacher le capteur infrarouge de la télécommande, si ce n'est le bas de l'image. Certaines barres anticipent d'ailleurs le problème en proposant un répéteur infrarouge. Autre limitation, le peu de volume disponible restreint le niveau de grave possible. Pour assurer plus de spectacle, notamment pour un film, mieux vaut donc associer un caisson de grave, de préférence sans fil. Ce n'est pas contraignant et il faut bien l'expliquer : le caisson se place où on veut. Certaines barres permettent l'ajout d'un caisson et d'autres sont vendues avec, une solution à privilégier en magasin. Enfin, il y a le cas particulier de Sonos qui intègre sa barre dans son système multi-room et permet ainsi d'ajouter des enceintes sans fil à l'arrière pour un vrai système sourround facile à installer.

Un support en vogue

Il y a pourtant une alternative à la barre de son lorsqu'elle ne convient pas et elle est tout aussi élégante. Le support sonore à placer sous le téléviseur résout le problème du placement mais

Yamaha YSP-1400

Projecteur abordable

Dans la gamme Yamaha, il existe un distinguo bien précis entre les barres traditionnelles à rayonnement unidirectionnel et ce que la marque appelle des projecteurs sonores. La YSP-1400 utilise donc une technologie propriétaire qui consiste en plusieurs petits haut-parleurs, pilotés individuellement par DSP, afin de créer plusieurs faisceaux sonores, dirigés dans différentes directions et qui vont créer une image acoustique multicanal en se répercutant sur les murs de la pièce. Pour les utilisateurs qui veulent davantage de grave, une sortie caisson est présente. En plus de sa liaison sans fil Bluetooth, la barre de son Yamaha offre quatre entrées audio numériques et analogiques. Pour le pilotage, elle propose plusieurs fonctions intéressantes. Il est notamment possible de lui apprendre les ordres de la télécommande du téléviseur. Ensuite, la télécommande livrée offre beaucoup de possibilités tandis qu'une application gratuite pour appareil iOS ou Android permet d'ajuster précisément la direction des faisceaux multicanal en fonction des dimensions de la pièce et de la position du projecteur sonore. Grâce à ses décodeurs Dolby Digital et DTS intégrés, le projecteur sonore Yamaha YSP-1400 délivre une scène sonore vaste, avec un environnement surround que l'on ne retrouve sur aucun autre système de ce type. Selon le mode choisi, les voix peuvent donner une sensation de présence et d'intelligibilité beaucoup plus affirmée qu'à l'accoutumée, et dans le même temps on a réellement l'impression de disposer d'enceintes latérales et non d'une seule au centre. De plus, malgré la petite taille, les basses sont assez pêchues jusqu'à un niveau acoustique déjà conséquent.

- **Puissance :** 76 watts
- **Connectique :** 2 entrées numériques (optique et coaxiale), 2 entrées analogiques, liaison sans fil Bluetooth
- **Accessoires fournis :** télécommande, câble numérique optique
- **Dimensions :** 100 x 9,6 x 13,3 cm
- **Poids :** 4,3 kg

449 €

Panasonic SC-HTB527

Simple et puissant

Le système Panasonic SC-HTB527 utilise une formule désormais classique avec une barre de son assez légère à placer sous le téléviseur et un caisson de grave sans fil à dissimuler dans un coin. La barre est un peu haute, elle ne doit donc pas être placée devant un téléviseur au pied trop court. Elle peut par contre être accrochée au mur et bénéficie d'une belle finition. Une fois la barre de son et le caisson de grave installés et mis sous tension, ils communiquent ensemble automatiquement sans que l'utilisateur n'ait besoin de faire un seul paramétrage. La barre de son ne comporte que deux prises : une entrée et une sortie HDMI. La sortie est compatible ARC et CEC. Elle peut donc récupérer en numérique le son du téléviseur et permettre le pilotage depuis la télécommande de ce dernier. À l'écoute, le système offre un équilibre physiologique. Son registre grave est profond, généreux, assez percutant et propre tandis que le haut du spectre est très clair et parfois légèrement agressif. Les voix sont un peu sèches, manquent d'étoffe mais donnent aussi une bonne sensation de présence. La définition est de bon niveau, on entend beaucoup de détails et la spatialisation de la scène sonore est réussie. Le son ne semble pas coincé dans une petite boîte. Enfin, le système Panasonic est capable de délivrer une puissance acoustique importante. On peut sans problème animer une soirée dansante avec plus d'une dizaine de convives.

- **Puissance :** 240 watts
- **Connectique :** entrée et sortie HDMI ARC/CEC
- **Accessoires fournis :** télécommande
- **Dimensions :** 102 x 7,5 x 4,5 cm (barre), 18 x 40,8 x 30,6 cm (caisson)
- **Poids :** 2,2 kg (barre), 5,3 kg (caisson)

299 €

Barres de son

rehausse évidemment un peu l'ensemble, ce qui n'est gênant que lorsqu'il s'agit d'une intégration dans un meuble fermé. Le support sonore a aussi pour avantage d'avoir une surface assez importante afin d'intégrer un haut-parleur de bonne taille et ainsi d'avoir des basses d'un bon niveau sans l'ajout d'un caisson de graves. Evidemment, l'effet stéréo est assez limité car le support affiche une largeur plus faible que la barre de son. La seule qui parvient d'ailleurs à créer une réelle spatialisation du son, c'est la YSP de Yamaha. Son système de projecteur est le seul qui parvient à créer un effet surround à partir d'une barre de son. Pour cela, la marque aux diapasons multiplie les haut-parleurs placés dans des angles différents et se sert des murs de la pièce pour la réflexion. Le résultat est spectaculaire sur les modèles le plus haut de gamme et déjà impressionnant sur le premier prix présenté dans cet article.

Se connecter

L'autre point à considérer réside dans la manière de connecter la barre ou le support au téléviseur. Le plus simple est évidemment de passer par une connexion HDMI ARC pour Audio Return Channel. Le son du téléviseur est alors transmis à la barre et si la prise est également CEC, le niveau sonore de la barre pourra être piloté depuis la télécommande du téléviseur. De même, on pourra récupérer le son de tout appareil branché en HDMI au téléviseur, tel qu'un lecteur Blu-Ray ou une console de jeu. Certaines barres proposent même en plus une ou plusieurs entrées HDMI. La liaison optique est tout aussi qualitative mais on perd la possibilité de piloter. Enfin, l'analogique par deux prises cinchs permet de raccorder absolument tous les téléviseurs, même les plus vieux, mais la qualité est moins bonne. On peut aussi attendre d'une barre ou d'un support qu'il soit Bluetooth désormais. Ainsi, on pourra y écouter la musique du smartphone. La présence d'un afficheur est plutôt rare et pas franchement nécessaire non plus. Pour l'installation, il est appréciable qu'un système d'accroche mural soit fourni, tout comme certains proposent plusieurs pieds pour pouvoir ajuster la hauteur de la barre. Entre les tailles, la présence ou non d'un caisson et l'option support, il y a une grande variété de produits à montrer en rayon. En matière de barres sonores plus encore que dans d'autres catégories, il faut éviter de référencer des modèle similaires mais veiller à ce que tous les types et niveaux de gamme soient représentés. Evidemment, le mieux sera toujours d'associer la barre à un téléviseur et de montrer les deux en fonctionnement.

Sony HT-CT660 Imposant

Composé d'une grosse barre de son et d'un caisson de grave sans fil assez imposant, le système Sony est d'une construction sérieuse et soignée. À l'arrière de la barre, pas moins de trois entrées HDMI sont présentes auxquelles s'ajoutent une entrée audionumérique optique et une entrée analogique sur mini-jack. Enfin, en complément, une liaison sans fil Bluetooth et NFC est intégrée aussi. La télécommande fournie est un modèle multifonctions proposant plusieurs modes surround qui peut piloter des téléviseurs de différentes marques ainsi qu'une source reliée en Bluetooth. Sinon la barre dispose d'une sortie HDMI ARC et CEC pour pouvoir également être pilotée depuis la télécommande du téléviseur. Il est aussi intéressant de noter que la barre de son possède sur son dos un émetteur infra-rouge, de manière à pouvoir répéter les ordres reçus à l'avant. À l'écoute, le système n'est pas acoustiquement très puissant. Ses registres médium et aigu ont des timbres légèrement synthétiques mais sont plutôt bien équilibrés avec de la matière et pas d'agressivité. Les basses sont quant à elles généreuses, voire même parfois envahissantes. Il convient souvent de calmer leurs ardeurs en baissant le niveau pour le caisson et la tonalité grave. Enfin, les modes surround sont convaincants sans être caricaturaux. Ils permettent d'accroître la sensation d'espace sans pour autant générer trop d'effet de réverbération.

- **Puissance :** 330 watts
- **Connectique :** 3 entrées HDMI et une sortie HDMI ARC/CEC, entrée audionumérique optique, entrée audio analogique, liaison sans fil Bluetooth NFC
- **Accessoires fournis :** télécommande, câble audionumérique, trois jeux de pieds différents
- **Dimensions :** 103 x 10,9 x 9,4 cm (barre), 27,1 x 40,4 x 27,1 cm (caisson)
- **Poids :** 3,5 kg (barre), 8,6 kg (caisson)

399 €

Samsung HW-F750 A lampe

Samsung a décidé de mettre des tubes, façon vieux amplificateurs à lampes, dans plusieurs de ses produits audio haut de gamme. C'est notamment le cas pour cette barre de son qui apparaît comme une réalisation particulièrement luxueuse à l'esprit haut de gamme. Très fine, la barre s'accompagne d'un caisson de grave relativement discret, fonctionnant en liaison sans fil. Elle est presque intégralement habillée d'une grille métallique teintée noire avec joue façon miroir, tandis que le caisson adopte une finition laquée noire. En allumant le système, les deux tubes installés derrière une petite fenêtre en plexiglas flattent l'œil et c'est leur principale fonction. La barre est aussi compatible Bluetooth et SoundShare, technologie propre au constructeur qui s'accorde avec les téléviseurs de la marque. Par ailleurs, un microphone de calibration automatique est fourni pour régler le rendu sonore en fonction de l'acoustique de la pièce et de la position de la barre de son par rapport au caisson. À l'écoute, la barre offre globalement d'excellentes performances. On remarque juste de temps en temps un aspect un peu artificiel et acide dans le registre haut-médium et le grave peut parfois être un peu envahissant. En dehors de cela, il n'y a que des points positifs. La puissance acoustique disponible est importante, les basses sont puissantes et la réponse en fréquence est particulièrement large. L'effet de spatialisation du son est également très réussi et la restitution sonore très détaillée. Une belle réussite.

- **Puissance :** 310 watts
- **Connectique :** entrée et sortie HDMI ARC/CEC, entrée audionumérique optique, entrée audio analogique, liaison sans fil Bluetooth
- **Accessoires fournis :** télécommande, câble audionumérique
- **Dimensions :** 943 x 57 x 117 (barre son), 291 x 369 x 291 mm (caisson)
- **Poids :** Poids 3,5 kg (barre de son), 7,25 kg (caisson)

699 €

JDLI.COM fait peau neuve !

Etre au courant de tout IMMÉDIATEMENT !

Olympus OMD E-M1

APN hybride

L'OMD E-M1 est un hybride qui se pose en concurrent direct des reflex semi-pros. Il répond en tout point à ces exigences et offre même quelques aménagements hérités des gammes inférieures comme le WiFi, l'écran orientable et tactile ainsi qu'un astucieux « créateur de couleur » pour gérer saturation et teinte colorée. Le viseur offre une très haute définition et un dégagement oculaire agréable pour les porteurs de lunettes. Le capteur, toujours 4/3 en 16,3 millions de pixels, s'adjoint les services d'un autofocus optimisé. À l'usage, cet OMD E-M1 s'est relevé très efficace. Sa prise en main est rassurante, la large poignée offre une bonne préhension et elle peut encore être accrue grâce au grip. Les nombreuses touches d'accès direct sont idéalement placées, la molette des modes est verrouillable et bien sûr le boîtier est protégé tout temps. On regrette en revanche encore l'agencement du menu bien trop fouillis. Le déclenchement est instantané que ce soit via le déclencheur physique ou du bout du doigt en touchant l'écran. La rafale carbure à 10 images par seconde et le suivi autofocus est aussi bon, voire meilleur que sur un reflex classique. Les clichés sont sans reproches jusqu'à 3 200 ISO. La vidéo reste en retrait avec une vitesse bloquée à 30 images/s secondes. Ils sont à la fois doux et détaillés. Le placement tarifaire situe l'OMD E-M1 en droite ligne de mires des reflex pour enthousiastes dotés d'un capteur plein format et la tâche sera donc ardue mais ce boîtier exceptionnel mérite de rencontrer le succès.

CARACTÉRISTIQUES

Capteur 4/3 LiveMos 16,3 Mpixels, viseur OLED 2,36 Mpixels, écran 3 pouces tactile et orientable, vidéo Full-HD à 30 img/s, 130,4 x 93,5 x 63,1 mm, 497 grammes

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT Olympus, tél.: 0800 67 10 83 00**
- **PRIX** 1 490€ (boîtier nu)

Nokia Lumia 1520

Smartphone

Si les nouveaux modèles se succédaient à un rythme effréné chez Nokia ces derniers temps, on ne peut pas dire que l'innovation était flagrante. Et pour cause, c'est Microsoft qui contrôle les principaux axes d'évolution matérielle. Avec ce modèle, il y a enfin du changement. L'une des principales nouveautés de ce Lumia 1520 réside dans son écran de six pouces Full-HD, une première pour un Windows Phone. La qualité d'image est excellente et on trouve des fonctions utiles comme une dalle tactile utilisable même avec des gants. Bien que relativement léger, ce téléphone est logiquement très grand et il est quasi-impossible de le manipuler d'une seule main. A l'intérieur, le processeur est un quadri-cœur très performant qui rend Windows Phone 8 plus fluide que jamais. Le combo grand écran et processeur puissant s'avère toutefois énergivore. Malgré une batterie très puissante, il est difficile de dépasser la journée et demi d'utilisation. Côté photo, la qualité est correcte mais toutefois un cran en dessous des meilleurs photophones du moment. Bonne nouvelle, l'offre logicielle de Windows Phone s'est améliorée mais elle est encore en retrait par rapport à la concurrence. Le Lumia 1520 est un très bon smartphone géant qui innove vraiment sou Windows Phone mais sa taille est aussi son premier handicap.

CARACTÉRISTIQUES

Écran 6 pouces IPS 1920 x 1080, processeur Qualcomm S800 quadruple cœur 2,2 GHz, Mémoire 32 Go, capteur photo 20 Mpixels, A-GPS, Windows Phone 8, connectivité WiFi n, Bluetooth 3.0 micro-USB, NFC, 162,8 x 85,4 x 8,7 mm / 209 grammes

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT Nokia : tél. : 08 92 55 55 55**
- **PRIX** 699€

Audio-Technica ATH-ES700

Casque audio

L'Audio-Technica ATH-ES700 est un casque nomade audiophile dont le câble est inamovible et démuni de microphone ainsi que de commande pour smartphone. Pour le reste, il n'a que des qualités, à commencer par une fabrication très soignée et sérieuse avec une élégante finition métal brossé miroir qui s'avère très sensible aux marques de doigt, mais un chiffon de nettoyage est fourni. Le casque tient bien en place, même en mouvement, et isole assez bien des bruits extérieurs car ses oreillettes sont de grande taille, tout en gardant un poids très modéré. Le confort de port est exceptionnel et même après des heures, aucune fatigue ne se fait sentir. À l'écoute, l'ES700 nous a particulièrement séduits. Pour un prix acceptable, sa restitution sonore réalise une parfaite synthèse entre transparence, équilibre des timbres et registre grave corpulent mais aussi percutant. La scène sonore est vaste et aérée, le rendu est dynamique et enlevé, rapide et très propre, avec une excellente tenue en puissance. Il n'y a que peu de coloration et de saturation à fort volume. Ce casque est réellement très agréable à écouter sur tous les styles de musique, une grande réussite.

CARACTÉRISTIQUES

Type clos supra-auriculaire, réponse en fréquence 5 Hz à 30 kHz, sensibilité 104 dB/mW, impédance 56 Ohms, 160 grammes

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT Audio-Technica, tél.: 0143728282**
- **PRIX** 259€

Asus Transformer Book T100

Convertible

Le convertible 10, 1 pouces retient le principe de la tablette qui se fixe sur une station d'accueil munie d'un clavier. Ce concept est particulièrement pertinent dans cette taille d'écran car avec un poids de 576 grammes, la tablette est vraiment utilisable en tant que telle sous Windows 8. Le design et les matériaux ne sont pas vraiment remarquables mais la finition est irréprochable. La station d'accueil ne contient pas de batterie supplémentaire, ce qui est dommage au regard de son poids. L'écran de 10,1 pouces offre une résolution de 1366 x 1768 pixels, ce qui est modeste mais acceptable dans cette diagonale. A l'intérieur se trouve pour la première fois un processeur Intel Atom de nouvelle génération Bay Trail. Il est doté de quatre cœurs et cadencé à 1,7 GHz. Plus important, il utilise la partie graphique des derniers Core i qui lui permettent d'afficher des performances de haut niveau tout en offrant une excellente autonomie de 10 heures sur une charge. L'interface d'Android est parfaitement fluide et toutes les applications tactiles aussi. Pour le stockage, c'est une solution hybride 32 Go SSD et 500 Go de disque dur qui a été retenue. Cela assure un bonne réactivité et suffisamment d'espace pour un usage Windows classique. Avec un prix enfin compétitif face à Android et iOS, c'est la première tablette Windows 8 grand public réellement convaincante et qui de surcroit se transforme à la demande en mini-ordinateur.

CARACTÉRISTIQUES

Processeur Intel Atom Z3740 quadruple cœur 1,7 GHz, mémoire vive 4 Go, écran 10,1 pouces LED 1366 x 768, SSD 32 Go, disque dur 500 Go, WiFi n, Bluetooth 3.0, 261 x 170 x 10,1 mm, 1,05 kg avec clavier

- **CATÉGORIE** Milieu de gamme
- **CONTACT Asus : tél. : 01 49 32 96 50**
- **PRIX** 349€

KONIX

Des accessoires qui vous simplifient la vie...

MySmart™ TV

Le récepteur TNT pour Smartphones et Tablettes

DVB T TNT

SANS FIL · ARRÊT SUR IMAGE · BATTERIE INTÉGRÉE

Disponible dans l'App Store

APPLI ANDROID SUR Google play

MySmart™ BabyPhone

La caméra de surveillance intelligente

SANS FIL · VISION NOCTURNE · VEILLEUSE · CAPTEUR THERMIQUE & HUMIDITÉ · COMMUNICATION

KONIX, UNE GAMME COMPLÈTE D'ACCESSOIRES DE MOBILITÉ

VEILLER

JOUER

ÉCOUTER

PORTER

CONNECTER

PROTÉGER

VOYAGER

CHARGER

www.konix-interactive.com

Philips
Elévation 60PFL8708S

Téléviseur

Philips a focalisé toute sa gamme actuelle sur ce qui fait selon lui sa force : l'Ambilight. Cette technologie d'éclairage ambiant est en effet exclusive au constructeur. L'idée est de projeter au dos de l'écran une ou plusieurs couleurs qui correspondent à l'image affichée. Et ce téléviseur est construit entièrement autour de ce concept. L'écran est extra-plat et au dos, on trouve une plaque de verre teintée en blanc et une impressionnante batterie de LED. En approchant le téléviseur du mur, on a une belle lumière qui se répand et qui dépend directement du contenu affiché à l'écran. Les meilleurs résultats sont obtenus si le téléviseur est accroché au mur. En outre, le constructeur a poussé le vice jusqu'à pouvoir piloter en WiFi deux lampes Philips Hue, histoire de compléter l'ambiance dans le reste du salon. La qualité d'image est un peu moins à la fête en revanche. En effet, la dalle est une classique IPS en Full-HD. Le contraste est vraiment réduit, à 1000 :1 environ, à moins de faire appel à des astuces toujours douteuses comme le contraste dynamique. C'est dommage parce que les couleurs sont fidèles. Les Blu-ray sont particulièrement nets et la fluidité très correcte mais le niveau de noir n'est tout simplement pas compétitif. C'est hélas devenu une constante sur ce type de dalle chez la plupart des constructeurs. Pour le reste, l'appareil s'en sort particulièrement bien sur les DVD. La finition est exemplaire, jusque dans la télécommande réversible qui comporte un clavier complet.

CARACTÉRISTIQUES

Technologie LCD/LED, dalle 60 pouces, résolution Full HD, luminosité 450 cd/m2, connectique 4 HDMI, YUV, Péritel, 3 USB, Cinch, DLNA, WiFi, Ethernet

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT Philips, tél.: 01 47 28 10 00**
- **PRIX** 2 990€

Toshiba
Exite Write

Tablette

Comme l'an passé, Toshiba adopte une approche résolument haut de gamme pour sa nouvelle tablette phare sous Android. Malheureusement cela ne se remarque pas vraiment au niveau du design un peu banal. Le plastique argenté est de bonne qualité mais on attendait un peu plus d'une tablette aussi chère. L'obligation de charger la tablette via un port propriétaire n'est pas très réjouissante non plus La tablette est assez lourde du haut de ses 650 grammes, ce qui ne facilite pas la prise en main. Pour l'équipement en revanche, seuls les meilleurs composants ont été retenus. Ainsi, l'écran en très haute définition est lumineux, contrasté et affiche des couleurs très justes. C'est un des meilleurs du marché. A l'intérieur officie un processeur Nvidia Tegra 4, soit ce qui se fait de plus performant aujourd'hui, surtout en termes de capacités graphiques. Sans surprise ; la tablette exécute sans faillir les jeux les plus gourmands dans une parfaite fluidité. L'autonomie est un peu juste avec cinq à sept heures sur une charge. La tablette est également livrée avec plusieurs accessoires très réussis, dont un stylet et un clavier Bluetooth. Malheureu-sement, ces accessoires font monter l'addition. A près de 600 euros, c'est une des tablettes Android les plus chères du marché.

CARACTÉRISTIQUES

Écran 10.1 pouces 2560 x 1600, processeur Nvidia Tegra 4 quadruple cœur 1,6 GHz, Mémoire 16 Go, WiFi n, USB, stylet, clavier, 261 x 179 x 10,5 mm, 650 grammes

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT Toshiba : tél. : 01 47 28 28 28**
- **PRIX** 599€

SteelSeries
Rival

Souris

Certains joueurs amateurs comme professionnels ont besoin d'une souris simple et sans fioritures avec juste quelques possibilités de personnalisation. C'est le cas de la SteelSeries Rival qui est un modèle équipé de six boutons et d'une molette. La souris est recouverte d'un revêtement en caoutchouc limitant les problèmes liés à la transpiration. Cependant,à l'usage, on remarque une usure prématurée du revêtement au bout de quelques jours d'utilisation. Rien de dramatique en soi puisque cela n'a aucune incidence sur l'utilisation même de la souris. La personnalisation passe par le logiciel SteelSeries ExacTech qui permet de choisir la couleur de l'illumination du logo et surtout d'affecter des fonctions spécifiques aux boutons en fonction des jeux. Par exemple, il sera possible d'attribuer des macros aux boutons situés sur le côté gauche pour optimiser la réactivité dans le jeu. Dernière petite fioriture, il est possible de personnaliser la Rival avec par exemple son pseudo en remplaçant la languette en caoutchouc situé à l'arrière de la souris. A l'usage, la Rival se comporte très bien dans les différents types de jeu et son capteur optique capable de monter jusqu'à 6 500 dpi affiche une très bonne réactivité et précision. Par ailleurs, les boutons situés sur le côté gauche sont aisément accessibles et on apprécie tout particulièrement la texture rugueuse qui se trouve de part et d'autre de la souris. Cela induit une bonne prise en main. La molette est agréable avec un léger effet cranté qui permet de bien doser son action dans les jeux. On regrettera juste que de ce modèle soit uniquement disponible pour les droitiers.

CARACTÉRISTIQUES

Souris 6 boutons, molette, capteur optique 6 500 dpi, logiciel ExacTech, revêtement en caoutchouc, personnalisation des couleurs

- **CATÉGORIE** milieu de gamme
- **CONTACT www.steelseries.com**
- **PRIX** 59,99€

Lenovo
IdeaCentre Horizon 27

Table tactile

Lenovo est le premier constructeur à démocratiser la table tactile avec cet Horizon 27 accessible au grand public. On peut donc placer cet ordinateur à plat sur une table et l'utiliser à plusieurs assis tout autour. Grâce au pied intégré, on peut aussi s'en servir comme d'un ordinateur tout-en-un traditionnel et il est d'ailleurs livré avec un clavier et une souris sans fil. Comme il n'existe aucune application spécifique pour un usage en table tactile, Lenovo a pris les devants et en inclut d'office. Ainsi, l'interface Aura permet de regarder des vidéos et des photos à plusieurs dans des fenêtres distinctes que chacun peut déplacer, orienter et agrandir comme il veut en tactile. C'est idéal pour se montrer mutuellement des photos. Lenovo a aussi préinstallé des applications éducatives pour les enfants, notamment liées au dessin, et surtout des jeux tactiles pensés pour un usage à plusieurs autour d'une table. Dans la boîte sont même livrés des accessoires physiques pour le jeu. Ainsi, l'Air Hockey s'utilise avec deux palettes fournies. Le jeu est basique mais amusant. Deux manettes virtuelles permettent de jouer aux titres d'action mais celui livré n'est pas très élaboré. C'est le Monopoly fourni avec deux dés qui est de loin l'application la plus réussie et qui montre le potentiel ludique de la table tactile. Reste à espérer que les éditeurs proposeront rapidement des jeux adaptés. Plus terre à terre, la finition est bonne, l'écran 27 pouces Full-HD est convaincant mais le processeur Core i basse consommation est un peu léger pour ce type de machine.

CARACTÉRISTIQUES

Processeur Intel Core i5-3337U double cœur 1,8 GHz, mémoire vive 4 Go, écran 27 pouces LED (1920 x 1080), puce graphique Intel HD4000, Disque dur 2 To, WiFi n, Bluetooth 3.0, 8.5 Kg

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT Lenovo : tél. : 01 55 70 38 00**
- **PRIX** 1 499€

Le CES de Las Vegas dans les meilleures conditions

International CES

Pink Sky Travel vous propose ses forfaits voyage tout inclus

Prix par personne Chambre individuelle	Prix par personne Chambre double	NOS FORFAITS VOYAGES* comprennent les vols, les 4 nuits d'hôtel, les taxes, les petits déjeuners, les resort fees obligatoires qui vous donnent accès gratuitement au fitness center, à l'internet en chambre, au journal quotidien et aux appels locaux et fax, les transferts aéroport/hôtel/aéroport, le badge d'entrée au CES et l'encadrement de notre équipe sur place.
2185 €	1690 €	CIRCUS CIRCUS 3*** Chambre Skyrise Tower Un hôtel mythique sur le thème du cirque à moins de 900 mètres à pied du salon.
2295 €	1895 €	FLAMINGO 3*** Supérieur - Chambre « FAB » Chambres de 1ère catégorie entièrement rénovées en 2012. Accès au CES en 5 min. avec le monorail.
2395 €	1925 €	FLAMINGO 3*** Supérieur - Chambre « GO » Chambres de catégorie supérieure.
2550 €	1995 €	MGM 4**** Supérieur Le plus grand hôtel de la ville, avec + de 25 restaurants, bars et clubs. A 9 min. du salon en monorail.
2650 €	2040 €	TREASURE ISLAND 4**** Sur le thème des pirates, adjacent au plus grand shopping center du strip - le fashion show mall.
3095 €	2385 €	VENETIAN - PALAZZO 5***** Luxe Logement en suite - Doté d'une galerie marchande luxueuse, sur le thème de Venise. Suites de 65m² avec coin salon et bureau.
3195 €	2485 €	WYNN RESORT 5***** Luxe Resort hôtel très luxueux, chambres de 60m².
3295 €	2535 €	ENCORE RESORT 5***** Luxe Le dernier caprice « chic » de la folie Vegas ! LE TOP. Logement en chambres salon / suite de 65m².

* dates de voyage du 06/01/14 au 10/01/14
Tarifs connus en date du 28/08/13 et au taux 1$ = 0,76 euros

NOTRE SUGGESTION AERIENNE AVEC BRITISH AIRWAYS DEPUIS PARIS

VOL DIRECT LONDRES / LAS VEGAS...

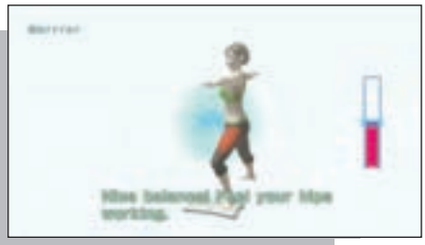
FIN! LES FASTIDIEUSES ESCALES AUX USA, DOUANES, RECUPERATION DE BAGAGES ET CHANGEMENT DE TERMINAL ...
A PARIS, VOUS ENREGISTREZ VOS BAGAGES ET VOS DEUX CARTES D'EMBARQUEMENT VOUS SERONT DÉLIVRÉES. A LONDRES, VOUS CHANGEZ SIMPLEMENT D'APPAREIL.

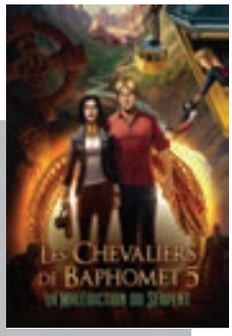
LE PETIT PLUS : LE VOL RETOUR LAS VEGAS / LONDRES DECOLLE LE SOIR A 20H20, VOUS POURREZ AINSI PROFITER PLEINEMENT DES 4 JOURS DE SALON AU LIEU DE 3 !

Pink Sky Travel, agence partenaire du salon CES et des services commerciaux de l'ambassade des Etats-Unis.

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

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





Les Chevaliers de Baphomet 5 :

La Malédiction du Serpent Episode 1

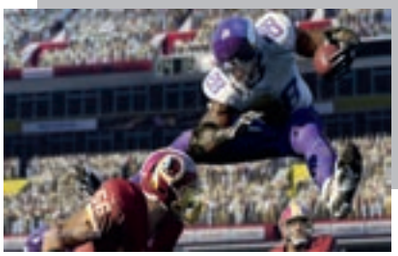
- **Aventure**
- **Décembre**

Série bien connue des amateurs de jeux d'aventure « point'n click », Les Chevaliers de Baphomet revient dans un nouvel opus divisé en deux parties. On y retrouve George Stobbart, héros de la saga, accompagné de l'incontournable Nico Collard qui se lancent cette fois-ci sur les traces d'une conspiration religieuse suite au vol à main armée d'une peinture mystérieuse. Après deux épisodes en 3D, ce titre renoue avec les origines plus traditionnelles de la saga. Le jeu est divisé en deux parties, la suite est attendue pour janvier. Une version boîte est prévue ultérieurement.

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Revolution Software
- EDITEUR Revolution Software
- DISTRIBUTEUR App Store, Steam
- NOMBRE DE JOUEURS NC
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLIC CONSTATÉ

Environ **22,99€**
(les deux épisodes)

visuel non définitif



Wii Fit U

- **Sport**
- **Le 13 décembre**

Titre au succès colossal sur la première Wii, Wii Fit fait son retour sur la nouvelle console de salon de Nintendo. On trouve ici 77 activités physiques différentes dont 19 tirant directement partie des spécificités du Gamepad. Miiverse, le réseau social de la console, peut être mis à contribution pour communiquer et s'encourager entre utilisateurs. Un nouvel accessoire, Fit Meter, fait son apparition, qui enregistre l'activité de l'utilisateur et permet de rester toujours connecté au logiciel. Le titre est proposé sous la forme du logiciel accompagné d'un Fit Meter ou accompagné en plus d'une balance Board (soft compatible avec l'accessoire original).

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Nintendo
- EDITEUR Nintendo
- DISTRIBUTEUR Nintendo
- NOMBRE DE JOUEURS NC
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

Environ **60€**
(100 euros environ avec Balance Board)

Madden NFL 25

- **Simulation sportive**
- **Disponible**

Déjà présente Xbox 360 et PS3, la simulation de football américain débarque à son tour sur les nouvelles plates-formes. Célébrant les 25 ans de la franchise, le titre gagne en réalisme visuel, bénéficie d'un nouveau système de déplacement (True Step), de mouvements inédits, d'une intelligence artificielle plus poussée (notamment lors du jeu des lignes offensives et défensives, cœur de ce sport) ou encore d'un environnement plus vivant. C'est Adrian Peterson, running-back des Minnesota Vikings et MVP en titre de la NFL, qui orne la jaquette du jeu.

- PLAN MARKETING Non communiqué
- 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

Environ **70€**

Rugby League Live 2

World Cup Edition

- **Simulation sportive**
- **Le 15 décembre**

Le jeu de rugby à XIII, sport si peu médiatisé en France, des Australiens de Big Ant Studios s'offre en cette fin d'année une réédition dédiée à la récente Coupe du Monde de la discipline. Au programme, en plus de la licence exclusive de la compétition et de son contenu, le titre est enrichi sur de nombreux points (mode carrière, statistiques, des nouveaux stades, amélioration du gameplay…). Les commentaires du jeu sont en version originale et assurés deux journalistes de la discipline : Andrew Voss et Phil Gould.

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Big Ant Studios
- EDITEUR HES
- DISTRIBUTEUR Tagmae
- NOMBRE DE JOUEURS 1 à 8
- JEU EN LIGNE Oui
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

Environ **70€**

final
final audio design
since 1974
PANDORA
HOPE
PANDORA VI, l'espoir révélé.
La série Pandora est conçue pour reproduire toute la tension de la musique live dans l'environnement intime d'une paire d'écouteurs. Avec son concept de haut-parleurs à pavillon dotés d'une technologie hybride, le casque Pandora VI Hope est la naissance d'une série qui va de loin surpasser toutes les expériences musicales que vous avez pu connaître avec d'autres écouteurs.
XTRIUM

EMTEC

Passez à la vitesse supérieure !

HIGH WAY

Technologie SSD : Transfert de données ultra rapide et capacité de stockage élevée ! | Résisitance aux chocs et économie d'énergie | Idéal pour la nouvelle génération d'ultrabooks | Un étui de protection offert | Rétro-compatible USB 2.0 | Disponible en 128, 256, 512GB

Vitesses élevées | Format de poche | Contenu | Configuration système | Support technique

Dans la même gamme : clé USB 3.0 Speedway

SPEEDWAY

www.emtec-international.com