

# JD Li

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs  
[www.jdli.com](http://www.jdli.com)

N°258 / 24 janvier 2014



# THIEF™

MAÎTRE-VOLEUR

28 Février 2014

PlayStation®4 - Xbox® One - PlayStation®3 - Xbox® 360 - PC

eidos  
MONTREAL

SQUARE ENIX®



SQUARE ENIX®

# FINAL FANTASY X | X-2

HD Remaster

Deux des plus célèbres aventures de leur génération.

Désormais en sublime haute définition.

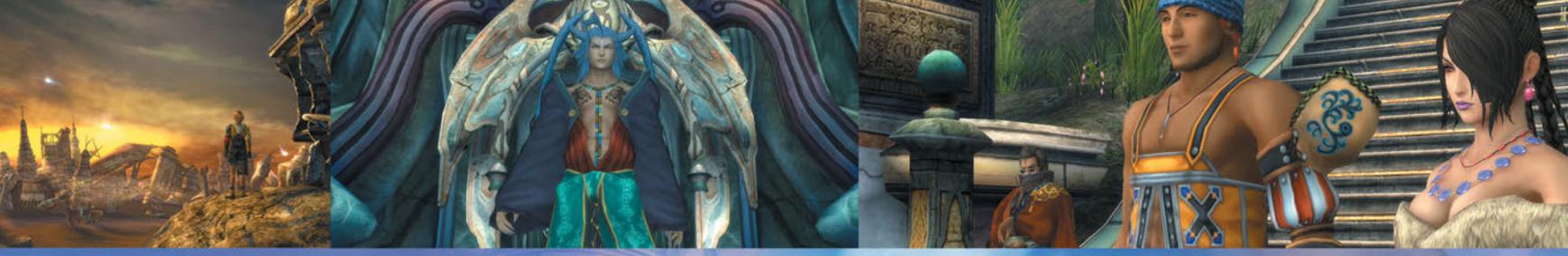
Sortie le 21 Mars 2014



[finalfantasyxHD.com](http://finalfantasyxHD.com)



© 2001-2004, 2013, 2014 SQUARE ENIX CO., LTD. All Rights Reserved.  
CHARACTER DESIGN: TETSUYA NOMURA  
FINAL FANTASY, SQUARE ENIX and the SQUARE ENIX logo are registered trademarks or trademarks of the Square Enix Group. "PS3", "PlayStation", "PS3" and "PS" are registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. "PSVITA" is a trademark of the same company.



# Intel pâtit du marché PC



■ **L'Américain a vu son chiffre d'affaires sur l'année 2013 reculer de... 1%, ce qui est loin d'être une contre-performance dans le contexte d'un marché des PC qui a perdu 10% en volume.** Le bénéfice net, à tout de même 9,6 milliards de dollars, est de son côté en recul

de 13%. S'il tient aisément sa position dominante sur le marché PC, le fondeur n'a pas encore réussi à occuper la même place sur les marchés des smartphones et des tablettes, où la concurrence est nettement plus rude. C'est donc dans cette direction qu'Intel compte faire porter ses efforts cette année, avec l'ambition nette d'y gagner des parts de marché.

## Edito



### En trombe

Tout le monde l'espérait, et les ruptures annoncées par les distributeurs avant même leur mise sur le marché le laissaient supposer : les ventes des consoles de nouvelle génération de Sony et de Microsoft ont bel et bien démarré en trombe. Selon les dernières informations glanées auprès de divers acteurs du secteur, la PlayStation 4 domine, mais la Xbox One s'apparente également à un succès. 250 000 PS4 auraient trouvé preneur, mais ce chiffre aurait été bien plus élevé si Sony avait pu délivrer toutes les commandes, et 130 000 Xbox One, pour laquelle la rupture a sans doute été moins radicale. Rien que de très logique dans cette hiérarchie qui reflète la domination de la console de Sony sur les deux générations précédentes, et ne laisse évidemment pas présager des évolutions sur le long terme. La vraie satisfaction pour les deux constructeurs réside surtout dans le fait que nous sommes face à un démarrage historique, deux fois plus rapide que lors de la génération précédente, ce qui valide leur prix, leur positionnement, ... et souligne l'attente des joueurs. Il va maintenant falloir tenir le rythme et cela suppose trois conditions : des consoles disponibles évidemment, des jeux et du marketing. Cette belle vigueur contraste avec les difficultés auxquelles Nintendo est aujourd'hui confronté avec une Wii U qui ne parvient pas à trouver son public, au point que sa base installée pourrait être rapidement dépassée par l'une ou les deux de ses nouvelles concurrentes, malgré un an de plus de présence sur le marché. Là aussi, des jeux et du marketing ne seront pas de trop pour sauver la situation.

Sébastien Anxolabéhère



# Nintendo en difficulté

■ **La situation de Nintendo devient de plus en plus délicate. Alors que le fabricant et éditeur japonais comptait bien sur les fêtes de fin d'année pour que les ventes de sa console de salon Wii U décollent enfin, rien ne s'est passé comme prévu.** Non seulement la Wii U se vend beaucoup moins qu'attendu, mais la console portable 3DS, si elle s'en sort mieux, est malgré tout en deçà des attentes. Résultat, les discours optimistes ne suffisent plus à masquer la situation et la société a dû publier un avertissement sur ses résultats, désormais dans le rouge. En effet, pour l'exercice clos le 31 mars 2014, le groupe anticipe une perte nette de 25 milliards de yens (190 millions d'euros) en lieu et place des 55 milliards de yens (388 millions d'euros) de bénéfices initialement escomptés. Et côté chiffre d'affaires, le résultat s'annonce comme une dégringolade de grande envergure. Il est désormais attendu à 590 milliards de yens contre 920 milliards prévus. Rappelons-nous que sur l'année fiscale 2008-2009, le chiffre d'affaires de Nintendo avait dépassé les 1800 milliards de yens. Mais à l'époque la console phare du constructeur était la Wii... En fait, Nintendo va retrouver peu ou prou le niveau d'avant le fabuleux succès de la Wii et de la Nintendo DS. Le problème c'est qu'entre-temps le public du jeu vidéo s'est considérablement accru, que le chiffre d'affaires mondial a augmenté, et qu'aujourd'hui Nintendo semble ne plus en profiter.

>>> suite page 8

# Les PC en net recul

■ **Si l'avènement des netbooks avait entamé l'enthousiasme pour les PC desktop, ils subissent désormais de plein fouet la charge des tablettes et autres smartphones avec pour conséquence une chute continue des ventes.** À en croire le cabinet IDC, les ventes mondiales d'ordinateurs sur l'année 2013 accusent encore un recul de 10% à 314,6 millions d'unités écoulées, et ce au profit des tablettes et des smartphones. Si l'on se concentre uniquement sur les trois derniers mois de l'année, on observe une chute de 5,6% par rapport à la même période en 2012, soit le septième trimestre de baisse consécutif ! Si les ambitions sont moins importantes aujourd'hui, elles ne sont toujours pas atteintes malgré les belles performances de Lenovo et Hewlett-Packard qui occupent respectivement 17,1% et 16,6% du marché, devant Dell, 12%. Les grands perdants restent Acer et Asus, en recul très net de 28,5% et 19,6%, autant dire que la douche est froide et que l'eau chaude semble devoir se raréfier...

Lenovo décroche la place de leader mondial devant HP



# 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](mailto:info@exertiscomtrade.fr)

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

## MARCHÉ

8 News

12 Interview : Agence79  
Benjamin Poly, Directeur conseil14 Interview : l'date  
Laurent Michaud, Directeur de la  
Business Unit Jeux vidéo

## HARDWARE

16 Interview : TomTom  
Vincent Martinier,  
Directeur marketing

## SALON

20 Salon : CES 2014  
Encore un effort

## SOFTWARE

40 Interview : Anuman  
Interactive  
Le succès en ligne

44 News

46 Focus :  
ProSiebenSat.1 Games  
Spécialistes du Free-to-play

## GUIDE

48 Guide jeux

TomTom  
Qui arrivera  
le plus vite ?

Avec sa position innovante d'information trafic connectée, TomTom conforte sa position de leader et montre qu'il y a encore bien des pistes à explorer pour que le GPS devienne un assistant à la conduite intelligente au quotidien. Rencontre avec Vincent Martinier, Directeur marketing, qui nous détaille sa vision du marché ainsi que l'actualité de TomTom.

Anuman  
Interactive  
Le succès en ligne

Longtemps associé aux logiciels Vie Pratique sur PC, Anuman Interactive a depuis quelques années radicalement changé de stratégie en se focalisant sur les contenus dématérialisés et en enrichissant son offre côté jeux vidéo et applications pour enfants. Le JDLI a rencontré Stéphane Longeard, Fondateur et dirigeant de la structure qui nous détaille sa politique éditoriale et le mode de fonctionnement de la société.

L'date  
scanne le jeu  
vidéo mondial

L'date vient de publier sa sixième édition de l'étude annuelle portant sur « le marché mondial du jeu vidéo ». Pour l'organisme, qui fait des projections jusqu'en 2017, la croissance sera au rendez-vous. Mais selon les segments de marché et selon les territoires, des différences vont se faire. Laurent Michaud, Directeur de la Business Unit Jeux vidéo à l'date, qui a dirigé l'étude, nous la détaille.

16

CES 2014  
encore un effort

Début janvier, se tenait l'édition 2014 du Consumer Electronic Show, le grand salon mondial dédié à l'électronique grand public. Cette année, le salon montrait de nouveaux produits chez quasiment toutes les marques présentes même si la réelle innovation se faisait rare. TV repliable ou bracelet d'indice solaire de Netatmo comptaient cependant parmi les produits originaux à découvrir sur ce millésime 2014 du salon.

40



JDLI

le Journal Des Loisirs Interactifs

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

**Directeur de la publication**  
Laurent Guerder

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

**Directeur de la rédaction**  
Laurent Guerder  
**Rédacteur en chef**  
Sébastien Anxolabéhère  
01 41 58 58 26  
sanxo@microcoop.com

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

**Secrétaire de rédaction**  
Guy Pichard  
guy@microcoop.com

**Journalistes**  
Benoît Dupont, Jean-Luc  
Marianna, Roland Marianna  
et François Arias

**Photographe**  
Guy Pichard

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

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

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

**MAQUETTE**  
**Directrice Artistique**  
Anastasia Babic  
anastasia@microcoop.com

**Rédacteurs graphistes**  
Benoît Maurice  
Christophe Monfort

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

**Site Web** : www.jdli.com

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

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



 **Polaroid**

Topaz 4.5" Smartphone & Pwatch  
Gold Series

 Ecran  
4.5" QHD

 Processeur  
Quadcore

 Android™  
4.2

 3G+  
Bluetooth

 Double  
Carte Sim

 Double  
Camera 8MP

## Orange dans le capital de G-Cluster

**Orange investit dans le cloud gaming.** Alors que les abonnés à la TV d'Orange peuvent déjà accéder à une offre de jeux en streaming gérée par G-Cluster, l'opérateur français vient de prendre une participation minoritaire dans le capital de la société japonaise.



Cela s'est fait par augmentation de capital. Pour l'opérateur et FAI, cette opération vise à aider G-Cluster à se développer à travers le monde, afin notamment qu'Orange puisse ensuite proposer du cloud gaming ailleurs qu'en France. L'opérateur compte également mieux bénéficier de l'expertise de G-Cluster pour optimiser qualitativement son offre dans le domaine. Orange compte également peser dans le développement du catalogue de titres disponibles. Qualifiant le cloud gaming de « stratégique » pour Orange, Elie Girard, Directeur exécutif de la stratégie et du développement chez Orange, met en avant le développement des réseaux à très haut débit (4G et fibre) pour expliquer cette prise de participation.

## Square Enix France Florent Moreau aux commandes



**Suite à la restructuration de Square Enix France, son Directeur général, Patrick Melchior, a quitté son poste.** C'est désormais Florent Moreau, Directeur marketing et commercial, qui a la responsabilité d'une des rares filiales européennes de l'éditeur japonais qui travaille en direct avec la distribution. Le Benelux est également sous sa responsabilité. Il prend les commandes d'une société qui vient de boucler une bonne année 2013 et dont la rentabilité n'est pas en cause. Entré chez Eidos il y a 17 ans, bien avant le rachat de l'éditeur britannique par Square Enix, il pourra s'appuyer sur son expérience et son intime connaissance des produits, des licences et de la structure de l'éditeur. L'équipe de Square Enix France se compose dorénavant d'une dizaine de salariés.

**SQUARE ENIX**



>>> suite de la Une

# Nintendo en difficulté

## Accident industriel ?

« S'ils ne relancent pas leur console de salon avec des jeux, la Wii U est en passe de devenir un accident industriel ». Pierre Cuilleret, patron de Micromania, ne s'est pas encombré de trop de précautions dans une interview à Challenges.fr publiée le 10 janvier. Il faut dire que les ventes de Wii U sont très mauvaises. Au niveau mondial, le Japonais comptait écouler neuf millions de pièces sur le fiscal. Il devra se contenter de 2,8 millions... Dans l'Hexagone, de l'aveu même de Philippe Lavoué, Directeur général adjoint de Nintendo France, au même site Internet, la base installée ne dépassait pas les 300 000 pièces début 2014. Pour une console commercialisée depuis plus d'un an (novembre 2012), dont le prix (249 euros) est le plus accessible parmi les trois « Next-Gen », la situation est, de toutes évidences, mauvaise. A titre de comparaison, la PlayStation 4 se serait vendue à 250 000 exemplaires en un mois selon nos estimations, et si Sony avait pu satisfaire la demande, la base installée aurait certainement été dès Noël nettement supérieure à celle de la Wii U.

## Et la 3DS ralentit

Si sur le front des consoles de salon la situation est inquiétante, Nintendo s'en sort mieux sur le marché des portables avec la 3DS. Mais là aussi, les prévisions ont été nettement revues à la baisse. Ce ne sont désormais plus 18 millions d'exemplaires que le Japonais espère vendre sur l'année fiscale, mais 13,5 millions, soit une correction de 25 %. Et qui dit moins de consoles vendues, dit moins de jeux, ce qui pèse évidemment sur les résultats. Au niveau français, Philippe Lavoué déclare que la 3DS s'est vendue à un million d'exemplaires sur l'année calendaire, soit un saut de 64 % par rapport à 2012. Cependant, le patron

de Nintendo, Satoru Iwata, n'a pas caché lors d'une conférence de presse à Osaka, qu'il réfléchissait, dans le cadre d'une restructuration sans doute devenue inévitable, à la façon dont Nintendo pourrait se rapprocher du business du jeu sur smartphones. Car c'est bien sur ces devices, ainsi que sur tablettes que le jeu vidéo mobile s'est développé ces dernières années, au détriment des consoles portables.

## Des ajouts dans la manche ?

Nintendo compte maintenant sur les jeux à venir, et singulièrement Mario Kart 8 sur Wii U prévu au printemps, pour retrouver le chemin de la croissance. Certes, le jeu culte du Japonais a certainement tout le potentiel nécessaire pour générer des ventes de hardware, mais l'environnement de 2014 n'est pas celui de 2013, avec deux nouveaux concurrents très bien armés pour capter la population des joueurs qui jusqu'à présent n'ont pas été sensibles aux charmes de la Wii U. Nintendo va certainement devoir réajuster un message marketing qui est mal passé auprès des consommateurs, mais peut-être aussi de distributeurs qui n'ont pas su comment valoriser cette console pour déclencher l'acte d'achat. Enfin, Nintendo se trouve en ce début d'année placé devant le défi de rassurer ses partenaires distributeurs sur le potentiel de sa console de salon à moyen terme. Des distributeurs qui ne cachent pas leur déception face aux méventes de Wii U.



Les linéaires ne sont pas extensibles et Sony et comme Microsoft comptent bien en occuper la plus belle part. Avec non pas une console chacun, mais deux car ni la PS3 ni la Xbox 360 ne vont disparaître tout de suite des rayons. 2014 pourrait bien s'annoncer comme une année charnière pour le Japonais. La cote en bourse de Nintendo a été impactée par ces annonces de la révision de ses objectifs. Le lundi suivant son communiqué, le titre a chuté de plus de 10% à la Bourse de Tokyo.

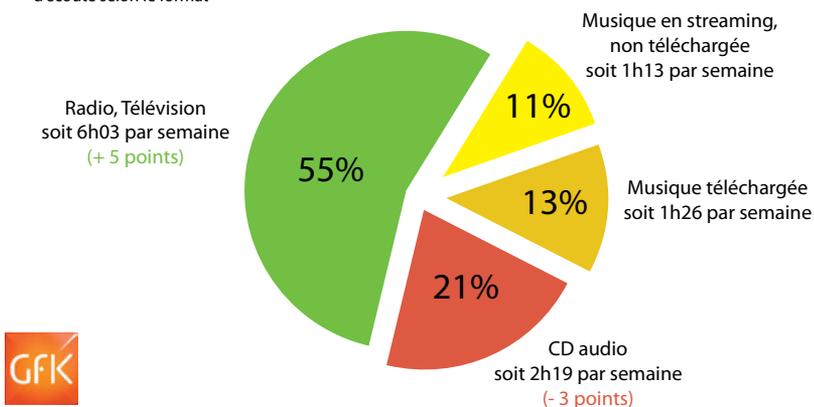


# Les biens culturels

## Ces bien-aimés

### Les Français écoutent 11h de musique par semaine en moyenne

Répartition du temps d'écoute selon le format



inquiétant pour le marché du livre, si le temps consacré à la lecture recule, le budget dédié, également. Ainsi, il était de 81,20 euros en 2013 (septembre 2012-septembre 2013) contre 83,90 un an plus tôt et même 94,60 entre septembre 2010 et septembre 2011.

### Le téléviseur reste au cœur de la vidéo

La multiplication des écrans ne s'accompagne pas d'une désaffection pour l'écran TV pour le visionnage de vidéo. Evidemment, la tablette est régulièrement utilisée pour de la vidéo en streaming, mais GfK note bien que « les téléviseurs restent le principal équipement utilisé pour regarder DVD, Blu-ray et VOD ». Ce signe est sans conteste encourageant pour les fabricants de TV, d'autant que 85% des Français ont visionné des vidéos en 2013. Malgré une mauvaise santé du marché qui perdure année après année, le DVD reste le moyen le plus utilisé pour visionner des vidéos, le Blu-ray ne parvenant décidément pas à opérer le remplacement souhaité. Il faut noter également que les vidéos en streaming séduisent 73% des personnes interrogées.

**Fin décembre, GfK a divulgué les résultats de son étude REC+ menée auprès de 2 360 personnes sur la consommation de biens culturels en France, dont nous vous avons rapidement présenté les résultats dans notre numéro 258.**

Les Français passent autant de temps à consommer des biens culturels, ils sont davantage à en acquérir en France, que ce soit de façon physique ou dématérialisée. Ce sont d'ailleurs les biens dématérialisés qui dominent en volume, puisqu'ils représentent deux achats sur trois. Ce sont les titres de musique téléchargés qui pèsent dans ce chiffre : « les titres de musique téléchargés représentent un quart des biens acquis à eux seuls », précise Laurent Donzel, directeur des marchés de l'entertainment chez GfK. La dématérialisation, c'est aussi le streaming. 57% des Français ont écouté de la musique sous cette forme

en 2013 soit davantage que les 54% qui ont écouté de la musique téléchargée. Au global, 66% des Français ont écouté de la musique dématérialisée en 2013. Le développement des terminaux type smartphone ou tablette contribue au phénomène mais les deux tiers des fichiers sont piratés ou de la musique gratuite.

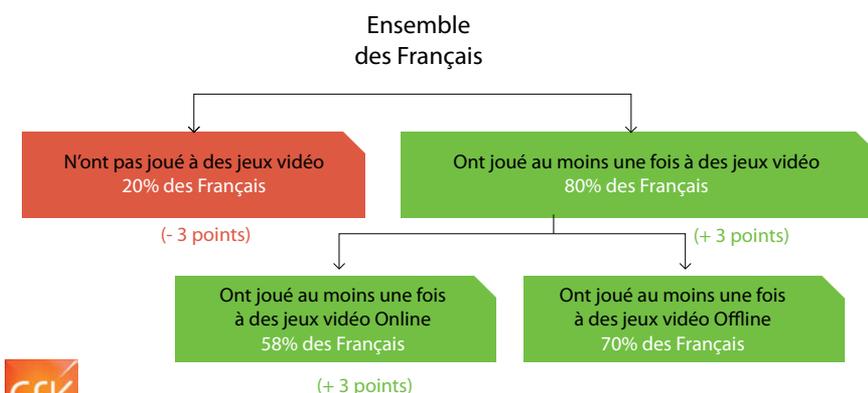
### La lecture recule un peu

La concurrence des loisirs numériques se fait-elle au détriment de la lecture ? Pour GfK, cette activité occupe les Français une heure de moins par semaine, en raison d'un nombre de lecteurs « moyens » en recul par rapport aux « petits lecteurs ». Pourtant, la hausse du taux de pénétration des tablettes dans les foyers ainsi que les bonnes ventes de liseuses numériques permet au segment du livre numérique de croître. Plus

### Le jeu vidéo concerne tout le monde

Le jeu vidéo se démocratise, le jeu vidéo concerne tout le monde, le jeu vidéo est transgénérationnel... c'est le leitmotiv de ces dernières années, mais il s'avère encore plus vrai que prévu. Selon GfK, le jeu vidéo concerne désormais huit Français sur 10. Evidemment, c'est le jeu en ligne (en fait le social gaming) qui est « au cœur de cet écosystème », puisque 58 % des Français s'adonnent à ce loisir. Les tablettes constituent un support bien adopté pour jouer. Un chiffre en hausse de trois points sur un an. GfK note également que ce sont les jeux gratuits qui continuent de dominer, mais que la part des joueurs qui ont dépensé de l'argent progresse.

Pratique des jeux vidéo : 8 Français sur 10 jouent à des jeux vidéo. Le jeu en ligne poursuit lui aussi sa progression.



## Facebook s'offre Branch



Facebook vient de déboursier 15 millions de dollars pour acquérir Branch Media, une société new-yorkaise spécialisée dans le partage de contenu. À l'instar de Google, Facebook poursuit une politique de développement constant, comme le démontre ce rachat de la start-up new-yorkaise, qui fait suite à l'achat de la start-up indienne Little Yes Lab pour un même montant. En deux années d'existence, Branch Media a créé Potluck, une application mobile favorisant les discussions avec les contacts de l'utilisateur, et Branch qui permet de créer des fils de discussion sur le réseau. L'ensemble de l'équipe Branch Media va rejoindre Facebook au sein d'un nouveau département baptisé « Conversations » qui aura pour objectif de créer du lien entre les gens, autour de centres d'intérêts communs. À noter que les services Potluck et Branch ne seront pas interrompus pour le moment.

## Loewe repris par des investisseurs



Parmi les marques de l'EGP, certaines ont un nom immédiatement synonyme de haut de gamme. C'est le cas de Loewe, une marque fondée il y a plus de 90 ans en Allemagne. Implantée essentiellement sur les marchés de l'audio-vidéo, la marque souffre depuis quelques années de la chute des prix sur ces marchés qui rend son positionnement difficile. Elle a donc dû faire appel à des investisseurs. Panthera GmbH, un groupe d'investisseurs familiaux et d'anciens cadres supérieurs d'Apple et de Bang & Olufsen, prend donc le contrôle de Loewe. Une nouvelle société est créée. S'il n'est pas question de remettre en cause la politique premium de la marque, les nouveaux propriétaires comptent bien parvenir à élargir son public et attirer davantage de jeunes. « Nous voulons développer des systèmes de divertissement numérique à domicile qui enchantent nos clients par leur qualité de conception, leur convivialité et leur technologie », a déclaré Jan Gesmar-Larsen, nouveau Président du Conseil administratif et ancien président EMEA d'Apple puis de Dell et vice-Président de B&O. Loewe réalise un chiffre d'affaires de 250 millions d'euros et annonce être présent auprès de 400 revendeurs en France.



## PlayStation Now Le Cloud PlayStation se détaille

À l'occasion du CES de Las Vegas, Sony a dévoilé le futur système de jeu en streaming PlayStation Now, qui permettra de jouer à distance via le cloud à des jeux PlayStation 3 à partir d'une PS4 ou d'une PS3. Prévu dans un premier temps aux Etats-Unis dès cet été, PlayStation Now permettra donc à tout possesseur d'une PS4 ou d'une PS3 outre-Atlantique d'accéder en streaming à un catalogue de jeux du répertoire de la PS3. La PS Vita y aura ensuite accès, ainsi que les téléviseurs Bravia de la marque. Sony entend par la suite rendre le service

accessible à bon nombre d'appareils connectés à Internet. Les premiers jeux dévoilés sur le service par Sony au CES sont Beyond : Two Souls, God of War : Ascension, The Last of Us et Puppeteer. Selon le fabricant, PlayStation Now donnera accès aux différents services du PSN comme les trophées, les fonctions multijoueurs ou les échanges de messages entre joueurs. L'accès au service se fera via un abonnement ou sous forme de location titre par titre. Aucune date n'a encore été avancée pour la disponibilité du service en Europe.



## Steam début d'année en fanfare

Si la plate-forme communautaire d'achats et de jeux, propriété de Valve, annonçait 65 millions d'utilisateurs en octobre dernier, les Fêtes de fin d'année et la période des soldes ont été très bonnes pour Valve. En effet, Steam vient d'annoncer avoir franchi la barre des 75 millions de comptes actifs, à l'aise sur son fauteuil de leader de la vente des jeux PC en ligne... Il y a donc davantage d'utilisateurs de Steam que du Xbox Live par exemple (environ 50 millions), mais encore moins que chez Sony (110 millions environ). Autres chiffres intéressants, les clients du service en ligne proviennent majoritairement (41%) des États-Unis, de peu devant l'Europe de l'Ouest (40%). Les « miettes » sont ensuite originaires de l'Océanie et de la Russie (5% chacune). Enfin, et assez bizarrement, l'Asie ne représente que 4% des utilisateurs...

### Répartition des ventes de Steam par régions

Amérique du Nord	41 %
Europe de l'ouest	40 %
Océanie	5 %
Russie	5 %
Asie	3 %
Amérique du sud	2 %
Europe de l'est	2 %
Asie du sud-est	1 %
Autres	1 %

# Le Journal des ACCESSOIRES & des objets connectés **Nouveau !!**

**Le 12 mars  
2014...**  
Ne ratez pas  
le n°1



**Le magazine des professionnels  
des accessoires et des objets connectés**  
Un nouveau support pour accompagner un nouveau marché

## Carte d'identité

### PRINT

- Lancement : mars 2014
- Pagination : 56 pages
- Format : L. 240 x H. 310 mm
- Nombre de parutions : 6
- Fréquence (initiale) : bimestrielle
- Prix de vente exemplaire : 8 €
- Prix de l'abonnement : 39 €
- Tirage (initial) : 8000 exemplaires

### TABLETTE

- Lancement : mars 2014
- Plates-formes : iOS & Android
- Prix de vente exemplaire : 4,49 €
- Prix de l'abonnement : 24,99 €



## Univers adressés

- Les revendeurs d'accessoires et d'objets connectés
- Les grossistes et importateurs
- Les acheteurs
- Les acteurs de l'industrie
  - Accessoiristes
  - Editeurs, opérateurs télécoms

Pour recevoir gratuitement le n°1 du JDA, flashez ce QR code  
et remplissez le formulaire





Entretien avec  
**Benjamin Poly,**  
Directeur Conseil

Née il y a cinq ans, **Agence79** se définit comme une **société média** qui s'est spécialisée dans le **digital**. Elle effectue évidemment les **achats d'espaces** mais propose aussi des **prestations en conseil stratégique**, en suivi et optimisation de campagne online. C'est dans ce dernier cadre qu'elle a mis au point **PredictiveMix**, une **solution de « retargeting prédictif »**. Benjamin Poly, Directeur Conseil de la société, nous en dit plus.

Par Sébastien Anxolabéhère

## Quelques clients d'Agence79

L'agence a déjà travaillé avec des clients aussi variés que Parc Astérix, RTL.fr, Futuroscope, Commerzbank, b'Twin (Decathlon), Musée Grévin, CMC Markets...

### Témoignages



« PriceMinister est le coin des bonnes affaires ! Service rapide et efficace ! »

Marjorie

Rakuten group  
**PRICEMINISTER**

### PriceMinister, le tiers de confiance



Le vendeur n'est payé que lorsque l'acheteur est satisfait.

Rakuten group  
**PRICEMINISTER**

# Agence79

## Le retargeting prédictif

### JDLI : Pouvez-vous nous rappeler le positionnement de Agence79 ?

**Benjamin Poly** : C'est une agence indépendante créée il y a cinq ans et qui ambitionne de proposer à ses clients d'utiliser tous les leviers digitaux disponibles pour leur communication. Nous travaillons donc pour des annonceurs qui souhaitent être accompagnés dans la mise en place de stratégie média, dans l'achat d'espace, le suivi et l'optimisation de campagnes online. L'agence est composée d'une équipe de véritables spécialistes.

### Quelles innovations observe-t-on dans la communication digitale ?

L'an passé a vu le développement du Real Time Binding. C'est une méthode qui permet d'acheter des espaces aux enchères en temps réel. On achète directement auprès de l'éditeur du site, et on peut surtout être certain de ne pas dépenser plus que nécessaire pour toucher la bonne cible. L'algorithme détermine l'enchère maximale pour atteindre l'objectif défini par l'annonceur. Mais après ce ciblage des consommateurs, appelé le targeting, vient le retargeting... Quand on a ciblé une personne en phase de recherche sur un site, il faut évidemment mettre en place des outils qui vont l'amener à déclencher l'acte d'achat. Quand il change de site, le retargeting permet de lui adresser un message publicitaire personnalisé, c'est à dire reprenant les données de sa navigation, pour l'amener à l'achat. L'internaute qui s'est intéressé à un téléviseur de la marque X sur un site marchand aura un message publicitaire quand il passera sur un site d'informations généralistes par exemple. L'idée c'est de l'encourager à revenir sur le site marchand en le réexposant à sa recherche. Au passage, une promotion peut apparaître, ou le message peut viser à réassurer l'internaute consommateur hésitant.

### Mais comment suivre cet internaute ?

C'est un système de tracking avec un pixel qui permet de marquer l'internaute avec un cookie. Mais ce que

nous développons aujourd'hui dépasse le retargeting classique. En effet, si le retargeting permet d'atteindre un taux de conversion intéressant, il ne comporte pas que des avantages. En effet, certains internautes apprécient peu d'être suivis dans leur surf par des pubs dont ils perçoivent bien le caractère personnalisé. D'autant plus s'ils sont passés à l'acte d'achat et que l'on continue à les démarcher. Nous avons donc mis au point notre propre technologie de « retargeting prédictif », en collaboration avec la société PredictiveMix fondée par Erick Alphonse et Alain-Pierre Manine, deux Docteur-ingénieurs en intelligence artificielle spécialistes de l'analyse prédictive.

### Comment cela fonctionne-t-il ?

Il s'agit de faire la différence entre trois catégories d'internautes : les réfractaires qui seront gênés, ceux qui ne seront pas impactés par la pub et ceux qui seront au contraire réceptifs. Un algorithme permet de suivre et classer les internautes selon les pages visitées, le temps passé sur un site ou une page, la façon de naviguer... Sur la première catégorie, le retargeting serait contre-productif, sur la deuxième, il serait improductif, sur la troisième, il est productif. Ce sont donc ces internautes-là que l'on cible. L'annonceur peut alors proposer une promotion, adresser un message de réassurance... Nous avons mené une expérience de type « un groupe exposé versus un groupe non exposé », comme on le fait en pharmacie avec un principe actif versus un placebo. Les résultats sont probants sur l'efficacité du retargeting prédictif.

### Le retargeting prédictif a-t-il un coût spécifique ?

Nous le gérons en même temps que les autres leviers, et il intègre une offre globale, car c'est un outil au service d'une prestation globale. Il n'y a donc pas de coût spécifique pour nos clients. En période de forte consommation, comme par exemple durant les Fêtes, les e-commerçants peuvent en tirer un bénéfice probant en augmentant nettement le taux de conversion.

# GARDEZ LA MAÎTRISE DE VOTRE TRAJET

**tomtom**   
**GO**



**CARTOGRAPHIE À VIE**



**CARTE INTERACTIVE**



**TOMTOM TRAFFIC À VIE**



**CARTOGRAPHIE 3D**

**WWW.TOMTOM.COM**



Entretien avec

**Laurent Michaud,**  
Directeur de la business Unit jeux vidéo

L'Idate vient de publier sa sixième édition de l'étude annuelle portant sur « le marché mondial des jeux vidéo ». Pour l'organisme, qui fait des projections jusqu'en 2017, la croissance sera au rendez-vous. Mais selon les segments de marché et les territoires, des différences vont se faire. Laurent Michaud, Directeur de la business Unit jeux vidéo à l'Idate, qui a dirigé l'étude, nous a répondu. Par Sébastien Anxolabéhère



# L'Idate scanne le jeu

**JDLI : L'étude de l'Idate que vous avez dirigée est plutôt optimiste quant à la croissance du marché des jeux vidéo dans le monde ces prochaines années. Sur quoi vous basez-vous ?**

**Laurent Michaud :** Oui, le résultat de notre étude montre que le marché du jeu vidéo mondial devrait afficher une croissance annuelle d'au moins 11% en moyenne sur la période 2014-2017. La croissance est portée évidemment en partie par l'arrivée de la huitième génération de consoles de salon. Jusqu'en 2015-2016, la croissance des ventes sera forte. Celles-ci se stabiliseront ensuite, mais à un niveau élevé. L'autre moteur sera le développement des jeux sur les mobiles et tablettes ainsi que les jeux en ligne. Le marché mondial devrait donc passer de 53,9 milliards d'euros en 2013 à 82,1 en 2017.

**Le marché traditionnel du jeu sur console peut-il rester le cœur du marché du jeu vidéo ?**

Au niveau mondial le jeu sur consoles devrait gagner

des parts de marché entre aujourd'hui et 2017, en raison du déploiement des consoles de salon de nouvelle génération. On estime que cette part passera de 31 à 40 %. Mais ce qu'il faut avoir à l'esprit, c'est que cela est nettement inférieur à ce qui s'est passé à la génération précédente puisqu'en 2008 les consoles de salon avaient une part de marché de 78%. La part de marché des consoles portables est bien plus inconfortable encore. Sous la concurrence des jeux sur terminaux nomades, elle passera de 22% du chiffre d'affaires mondial aujourd'hui à 13% en 2017. Depuis 2013, le premier marché en valeur est celui du jeu en ligne, ce qui reflète notamment l'extraordinaire développement du jeu vidéo auprès du grand public, mais aussi le poids de territoires dans lesquels le micro-ordinateur reste le premier support de jeu.

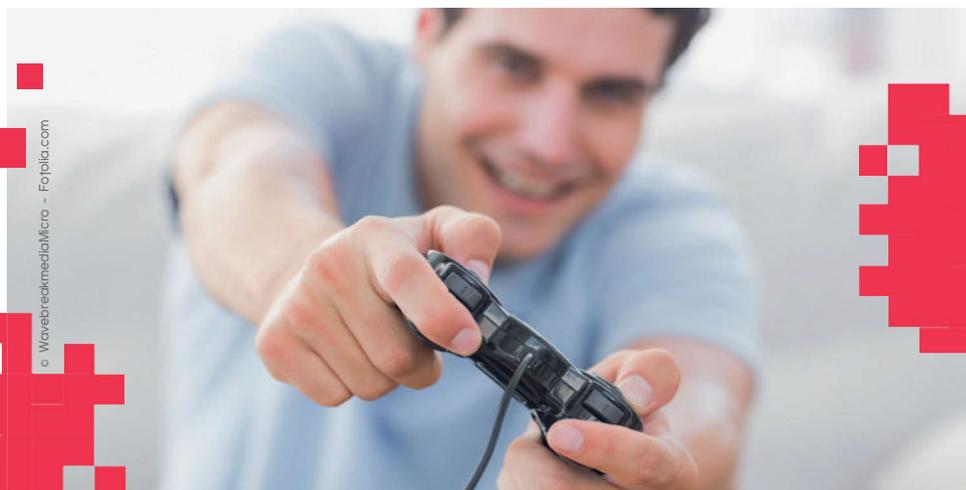
**Ce qui est vrai au niveau mondial l'est-il en Europe et en particulier en France ?**

Il existe des différences importantes selon les zones

géographiques. En Europe, et encore davantage en Amérique du Nord, le jeu en ligne n'est pas parvenu à prendre l'importance qu'il a en Asie par rapport aux consoles. Sur ces territoires, il y a une véritable dynamique du marché des consoles qui s'opère d'autant plus qu'il accompagne l'élargissement du public du jeu vidéo. Les prochaines années seront donc marquées par une part toujours plus élevée des consoles dans la structure du CA du jeu vidéo en Europe, du moins jusqu'à fin 2016. Cette année, cette part est attendue à 45,6%, elle devrait culminer à 51,2% en 2016, puis reculer à 49,3% en 2017, soit quasiment le niveau de 2015. En valeur, le marché consoles, hard et soft cumulés, passera de 18,4 milliards à 21,6 milliards. Au niveau de notre pays, l'Idate évalue à 666 millions d'euros le montant des ventes de hardware consoles en 2014, et à 980 millions les ventes de soft. On estime par exemple qu'il se vendra cette année pas loin de 900 000 PlayStation 4 alors qu'il s'était vendu 430 000 PS3 en 2007, année de son lancement, et 630 000 l'année suivante. La PS3 devrait continuer à se vendre, avec 200 000 pièces écoulées. La Xbox One suivra, avec des volumes de vente évalués à 540 000 pièces, loin devant la Wii U. Nous misons sur 250 000 Wii U vendues en France en 2014, tandis que la 3DS devrait réaliser 460 000 ventes.

**Les Etats-Unis sont-ils dans la même configuration ?**

L'Amérique du Nord est encore plus pro-console que l'Europe. Hardware et software console réunis réalisent aujourd'hui un peu plus de la moitié du marché (53 %) et devraient faire 63 % en 2016. En termes de chiffre d'affaires, l'Amérique du Nord est un peu au-dessus de l'Europe, avec 23,6 milliards d'euros





MARCHÉ

INTERVIEW 15

LAURENT MICHAUD

## Une étude

L'étude annuelle de l'Idate sur le marché mondial du jeu vidéo est une somme d'informations à destination de tous les professionnels du secteur, mais aussi de tous ceux qui s'intéressent à la chaîne de valeur du jeu vidéo. « C'est un rapport qui tente de donner une vision globale de l'industrie à un moment donné, en présentant des perspectives », explique Laurent Michaud. Si l'ensemble de l'étude est commercialisée 3 000 euros (HT), il est possible d'en acquérir des extraits pour un moindre coût. On peut notamment obtenir des données par territoires. Pour l'Europe, les pays détaillés sont : la France, l'Allemagne, le Royaume-Uni, l'Italie, l'Espagne, ainsi que le Benelux et la Scandinavie. Les autres territoires sont regroupés et l'Europe de l'Est est traitée à part. En Asie, l'étude distingue la Chine, le Japon et la Corée du Sud. La région EMEA est séparée en Afrique, Moyen-Orient et Europe centrale et de l'est. Etats-Unis et Canada sont bien évidemment étudiés séparément et composent l'Amérique du Nord. L'Amérique latine est prise dans son ensemble. Parallèlement, à cette étude, l'Idate publie quatre rapports annuels. En 2014, ils porteront sur les consoles « next-gen », les jouets et accessoires de jeux connectés, les jeux sur tablettes, et sur les serious games.

# Le jeu vidéo mondial

attendus pour 2017 contre 19,2 pour cette année 2014. Cependant, là aussi, il convient d'apporter quelques nuances. Tout d'abord, l'homogénéité n'est pas de mise en Europe, avec par exemple, une Allemagne où le marché PC est très puissant. De plus, il reste des territoires à conquérir en Europe, notamment à l'est.

### La concurrence viendra-t-elle du cloud gaming qui prendrait enfin son envol ?

Le cloud gaming est en train d'opérer une offensive significative sur le marché des jeux vidéo. Mais il arrive en grande partie via les consolateurs, qui portent aujourd'hui le contenu et l'interface. La FAI et

fabricant de télévision devront trouver la fonction disruptive clé pour que le cloud gaming sans console gagne en importance de façon significative.

### Au niveau mondial, c'est donc le jeu en ligne qui va tirer le marché ?

Au niveau mondial, oui, car l'Asie est un moteur très fort. Le jeu en ligne sur PC, qu'il s'agisse de social game, de MMO ou d'autres formes de jeu connecté, représente déjà 45% du marché, et pèse d'ores et déjà 12 milliards sur cette région du monde. Mais cette génération de consoles est promise à un très bel avenir, notamment en s'appuyant sur le marché européen, et le marché nord-américain.

### L'ouverture de la Chine au jeu sur console peut-il modifier les choses ?

Il est vrai que le marché chinois, qui était fermé depuis 2000 est de nouveau accessible. Mais cela ne devrait pas avoir de grosses répercussions sur les consoles de nouvelle génération. D'une part, elles accédaient déjà plus ou moins à ce marché par des voies détournées, notamment via Taïwan, d'autre part, la culture de jeu là-bas est très PC. Cependant, les consoles PS3, Xbox 360 et peut-être Wii U pourraient y trouver de nouveaux débouchés. D'ailleurs, depuis deux ans, nous avons intégré la Chine dans notre étude, sans attendre la décision récente des autorités du pays. ■

## Evolution du marché mondial du jeu vidéo par segments - 2013-2017



# TomTom

## Qui arrivera le plus



Avec sa solution innovante d'information trafic connectée, TomTom conforte sa position de leader et montre qu'il y a encore bien des pistes à explorer pour que le GPS devienne un assistant à la conduite intelligente au quotidien. TomTom investit aussi le nouveau marché du sport de masse, pour ceux qui veulent entretenir leur corps de manière ludique et efficace. Par Stéphane Kauffmann

### JDLI : Comment se porte le marché du GPS autonome ? Quelles sont les perspectives pour 2014 ?

**Vincent Martinier :** Ce marché est encore très dynamique même s'il est moins sous les feux de l'actualité avec plus de 60% des conducteurs qui sont équipés. Désormais mature, il représente tout de même 1,5 million de pièces en 2013. Beaucoup de secteurs industriels rêvent d'une telle performance ! La maturité a également accéléré le processus de concentration et il ne demeure qu'une poignée d'acteurs. Nous avons encore gagné des parts de marché ce qui compense la baisse du marché, liée aussi à un contexte économique difficile. L'achat de commodité est souvent différé et il est donc essentiel d'apporter des innovations.

### Comment se situe TomTom sur ce marché à la fois en tant que constructeur comme en tant que fournisseur de cartographie ?

En tant que constructeur de GPS autonomes, nous oscillons entre 50 et 55% de parts de marché selon les mois. Sur la cartographie, nous ne sommes plus que deux acteurs majeurs à cumuler 85% de parts de marché. Ce marché dépasse évidemment celui du GPS autonome car il alimente aussi les appareils intégrés dans les véhicules. Nos parts de marché y sont similaires à celles que nous avons en tant que constructeur et nous vendons nos cartes à de nombreux partenaires qui les intègrent à leur tour dans les GPS qu'ils fabriquent.

### Quelle est la répartition de l'activité entre la cartographie, le GPS autonome, l'application mobile et la première monte ?

TomTom réalise plus qu'un milliard de chiffre d'affaires. Les GPS autonomes et les solutions mobiles représentent environ 60% de notre

activité. Nous avons d'ailleurs vendu plus d'un million et demi d'applications pour smartphones et c'est une des plus rentables de l'App Store. Pour autant, c'est le GPS autonome qui demeure l'outil de choix de nos usagers.

### Expliquez-nous en quoi votre nouveau système de trafic en temps réel est une avancée majeure.

Il faut déjà souligner que nous travaillons sur le sujet depuis plus de sept ans et si c'est complètement transparent pour l'utilisateur, nous en sommes à la septième version. L'innovation majeure a été d'étendre le service à un grand nombre de nos GPS sans nécessiter un abonnement. Le premier modèle à en être équipé ne vaut que 179 euros et propose donc l'info trafic connecté gratuit à vie. Cela va contribuer à populariser rapidement la solution et change radicalement l'usage d'un GPS. Il était ponctuel pour se rendre d'un endroit à un autre lorsque l'on ne connaissait pas le chemin, désormais c'est un outil d'aide à la conduite au quotidien. Pour l'heure, il s'agit surtout d'éviter les bouchons mais demain on parlera de conduite intelligente. Pour la connexion, il y a deux solutions. Les modèles les plus abordables utilisent le smartphone avec lequel ils communiquent en Bluetooth. Après un jumelage initial, c'est transparent pour l'utilisateur car le téléphone se connecte automatiquement à chaque fois qu'il est dans le véhicule. A partir de 299 euros, nous proposons des modèles qui intègrent une carte SIM et qui n'ont donc pas besoin de smartphone. Cette solution ne nécessite pas d'avoir un téléphone dans la voiture et n'ajoute pas de surcoût dû au roaming à l'étranger. Pour ceux qui franchissent souvent les frontières,



Entretien avec

**Vincent Martinier,**  
Directeur marketing

# vite ?



c'est un point important. De plus même si la consommation en énergie est faible, on n'entame pas l'autonomie de son smartphone.

#### Quel est le degré de précision atteint désormais ?

Nos sources sont très nombreuses ce qui permet d'être très précis. Tous les utilisateurs d'un GPS TomTom, que ce soit un modèle autonome, dans une flotte de véhicules ou encore préinstallé dans une voiture, remontent leurs informations sur le lieu où ils se trouvent et sur la vitesse à laquelle ils roulent. Ces données sont bien entendu recueillies de manière anonyme et avec l'accord du propriétaire. A cela s'ajoutent les données fournies par les opérateurs télécom, nos partenaires dans l'automobile et les sources officielles avec leurs réseaux de capteurs et de caméras. A un instant T, nous disposons donc de plusieurs millions de données d'information sur la fluidité du trafic. Après avoir interprétés ces données, nous les renvoyons quasiment en temps réel aux

utilisateurs. Cela concerne tous les axes et tout le réseau routier. De même, nous sommes capables de localiser une difficulté à 10 mètres près, soit 10 fois plus précisément que la plupart des systèmes concurrents. Le rafraîchissement se fait toutes les deux minutes. Le conducteur est donc prévenu quasi immédiatement lors de la formation d'un bouchon, il sait exactement où il commence et où il se termine ce qui permet aussi d'être guidé plus précisément pour l'éviter.

#### En plus de prévenir des ralentissements et de les contourner, est-ce aussi un élément de sécurité ?

Absolument. Un Français sur quatre déclare avoir été impliqué dans un accident en raison d'un freinage tardif. Le GPS prévient à l'approche d'un bouchon ou d'une difficulté et demande de freiner si le conducteur arrive trop vite. Cela contribue aussi à résorber un bouchon plus rapidement et donc au global à fluidifier le trafic. Le fait que les conducteurs freinent de manière intempestive

« Notre slogan est simple : avec TomTom, vous êtes toujours le premier à destination. »



« Nous avons repensé l'ergonomie de la montre GPS de sport. »



avant de ré-accélérer brutalement prolonge artificiellement le bouchon alors que sa cause est depuis longtemps résorbée. Nous collectons cinq milliards de données par jour en Europe qui nous donnent une connaissance unique de l'état du trafic. Notre slogan est simple : avec TomTom, vous êtes toujours le premier à destination.

**Quelles sont les autres innovations récentes et caractéristiques qui distinguent vos GPS de la concurrence ?**

Nous avons renouvelé à peu près la moitié de nos modèles en 2013. L'interface logicielle a été complètement repensée. Oubliés les menus en cascade, tout se fait directement sur la carte désormais. Par exemple pour vous rendre à un endroit, il suffit de le pointer en tactile sur la carte et de le choisir comme destination. Notre ergonomie suit la même logique que sur un smartphone, notamment avec le zoom à deux doigts. Cela rend l'usage bien plus convivial. Désormais, nous disposons aussi d'une représentation en trois dimensions de 60 villes européennes ce qui aide à se repérer visuellement pour la navigation. Nos cartes sont mises à jour tous les trois mois et pour en bénéficier il suffit de connecter le GPS à un ordinateur. C'est gratuit sur la durée de vie de l'appareil.

**Quelles sont les pistes qui restent à explorer pour le futur ?**

La connexion permanente va permettre de nombreuses évolutions dont le trafic n'est que la première. Nous allons nous acheminer progressivement vers la conduite intelligente et assistée qui va choisir en permanence le meilleur itinéraire et rendre votre parcours le plus sûr possible. Dans un premier temps, nous allons déjà permettre de rendre les trajets quotidiens en ville le plus rapides possibles, non seulement par l'état du trafic mais aussi par l'anticipation des difficultés ce jour-là.

**Après une première collaboration avec Nike, vous avez lancé votre propre montre multisport. Quelles sont vos ambitions sur ce segment ?**

Le partenariat qui nous lie à Nike se poursuit et la montre se vend toujours avec succès. C'est juste que cela a répondu à une problématique bien particulière de la clientèle de Nike et que nous avons voulu nous atteler à des solutions plus universelles. Notre montre se veut avant tout ergonomique et très simple à utiliser pour tous ceux qui veulent améliorer leurs performances dans leurs sessions de sport et aussi les rendre plus ludiques et en faire mieux profiter leur corps. Le modèle de running est complété par un modèle multisport qui ajoute le cyclisme et la natation. Il ne s'agit pas de couvrir tous les besoins des athlètes de compétition mais bien de fournir une solution simple et efficace à tous ceux qui pratiquent ces sports pour s'entretenir. Ce marché est en forte croissance et nous y croyons beaucoup. Il dépasse d'ailleurs le cadre strict du sport pour couvrir plus globalement le fitness et le bien-être. De plus, nous disposons d'un savoir-faire très utile pour investir le secteur avec le GPS, la connexion et l'analyse de données.

**En quoi votre montre se distingue-t-elle de la concurrence ?**

Nous avons repensé l'ergonomie de la montre GPS de sport. Notre interface est simple et intuitive, tout se commande par un seul bouton multidirectionnel. De même, le large écran n'indique que les informations essentielles de manière très lisible. Notre grande force est de rendre une technologie accessible à tous, là où ce type de produit était très compliqué à manipuler par le passé. Nous sommes aussi très à l'écoute de nos utilisateurs pour améliorer le produit par des mises à jour selon les demandes formulées. Enfin, notre technologie Quick GPS permet de démarrer quasi instantanément l'activité ce qui répond justement à une demande forte des utilisateurs. Nous avons des ambitions sur ce marché du sport et du fitness, il y aura des nouveautés en 2014 et ce sera pour nous un relais de croissance important.

**Est-ce que l'engouement pour les montres connectées ne vous donne pas des idées ?**

Si bien entendu, mais nous voulons rester sur le domaine du sport et du fitness que nous maîtrisons. Comme pour la tenue, on change de montre pour faire du sport et on ne l'utilise pas en dehors. Nous lançons en ce moment même une application pour smartphone, sous iOS dans un premier temps, qui va permettre d'échanger sans fil avec la montre multisport et ainsi éviter d'avoir à la connecter physiquement à un ordinateur. Par ce biais, les données seront enregistrées sur nos serveurs et consultables partout, y compris bien sûr sur le smartphone.

**Comment voyez-vous l'avenir ?**

Sur le marché du GPS autonome, nous sommes confiants. Nos voisins européens, anglais et allemands, se sont stabilisés, voire ont affiché une légère croissance récemment. En France et en 2014, on n'en est pas encore là mais on peut espérer une stabilisation au cours de l'année. De plus, nos technologies innovantes incitent à un renouvellement qui n'est pas seulement lié à la nécessité. Ainsi, nous arrivons aussi à tenir le prix moyen qui est chez TomTom de 150 euros, versus 130 sur le marché. Et les nouveaux segments du sport nous ouvrent des horizons prometteurs.





Sans fil. Sans aucune limite.  
Votre musique préférée,  
tout simplement. Partout.



dans une pièce | dans toute la maison | partout



Avec le système d'enceintes sans fil multiroom Jongo, vous pouvez diffuser de la musique et de la radio en streaming à partir de votre smartphone ou votre tablette, où que vous soyez, en intérieur comme en extérieur. Choisissez la combinaison d'enceintes Jongo qui vous convient et construisez le système multiroom qui répondra le mieux à vos besoins... et qui rythmera votre vie au son de ce que vous aimez.



[www.pure.com](http://www.pure.com)  
[connect.pure.com](http://connect.pure.com)  
[facebook.com/pure](https://facebook.com/pure)

**PURE**

# CES

# Encore un



# effort



**Cette année, le salon de Las Vegas montrait de nombreux nouveaux produits chez quasiment toutes les marques présentes !** Ce CES 2014 a encore une fois connu une forte affluence, même si beaucoup d'Américains qui représentent le gros des visiteurs n'ont pu s'y rendre en raison du froid extrême sur la côte Est. Côté français, il est clair que ceux qui ont fait le déplacement étaient nettement moins nombreux, que ce soit la presse, les distributeurs et même les représentants des marques. Chez certains poids lourds, il n'y avait même qu'une ou deux personnes pour les rendez-vous presse et distribution, ce qui frôle l'esclavagisme ! Il est toujours aussi étonnant que les constructeurs investissent des fortunes dans ce type de salon international sans se donner les moyens d'optimiser les retombées. C'est comme pour les visuels après lesquels il

faut courir quand ils existent... Pourtant, ce CES recelait de nombreux nouveaux produits chez quasiment tout le monde. C'est la réelle innovation qui était rare, si on excepte quelques vraies nouveautés comme la TV qui se replie ou le bracelet d'indice solaire chez Netatmo. En fait, cette industrie devient de plus en plus celle de la copie à outrance. Il est vrai qu'il devient difficile d'innover car la diversité est déjà hallucinante mais cela reste possible et d'ailleurs ce sont plutôt de petites marques qui y parviennent. La tentation est trop forte d'imiter ce qui existe (en l'améliorant un peu dans le meilleur des cas). Cela devient une sorte de gangrène de l'industrie du hi-tech. Dès qu'une innovation réelle avec un nouvel usage apparaît, on attend un peu pour voir si le consommateur approuve et si c'est le cas, tout le monde saute dessus comme la misère sur le monde ! Prenons l'exemple du fitness.

Fitbit invente le capteur d'activité, Nike lance le Fuelband et plutôt que de trouver d'autres applications de bien-être connecté, tous les constructeurs de tous bords et quelle que soit leur taille s'y engouffrent. Il y avait bien une centaine de bracelets de ce genre au CES, et surtout tous les mêmes à deux ou trois détails près. Citons pêle-mêle LG, Garmin, Archos, Razer, Sony et bien d'autres encore. Idem pour les montres connectées qui semblent pousser sous chaque caillou en Chine et ailleurs sans que pour l'heure personne n'ait réellement trouvé un concept convaincant ! C'est un peu désolant d'assister à une telle frénésie imitatrice car cela tue les marchés avant qu'ils existent et surtout empêche de se poser la vraie question, celle de l'usage dont il faut partir. Tout reste à inventer de ce point alors que nous entrons tout juste dans l'ère de l'objet connecté.

# Entre tendances et tensions

Cette année, le salon s'annonçait sous des cieux sombres pour les fabricants de TV. Les prévisionnistes tablent sur moins de six millions de téléviseurs en France en 2014. Seul un Français sur 10 changera son téléviseur, un chiffre qui nous ramène à des taux proches des « bonnes années » de l'écran à tube. Tous espèrent éviter une contraction du marché à deux chiffres mais 2014 semble bien mal engagée. D'autant que les nouvelles tendances n'y changeront pas grand-chose ! Cette année au CES, les deux piliers sont l'Ultra-HD et les écrans incurvés. Pour les premiers, c'est sans appel avec des écrans ultra-HD sur tous les stands des constructeurs. La finalisation des normes de connectiques (HDMI 2.0) et de télédiffusion (HEVC) y sont pour quelque chose. De même, certains services de streaming (Netflix et YouTube) font la démonstration d'une diffusion de contenus à la demande en Ultra-HD sur ces téléviseurs. Par le simple fait de la résolution, la taille moyenne des téléviseurs vendus en 2014 risque bien de bondir. Le 32 pouces semble définitivement confiné aux limbes technologiques de l'entrée de gamme, alors que l'Ultra-HD tire les diagonales vers le haut avec 50 pouces minimum. Seul Haier pense introduire du 4k en 42 pouces, ce qui nous

semble pourtant une alternative intéressante. Les dalles incurvées étaient donc la seconde grande tendance de ce salon. Peu de constructeurs n'en avaient pas sur leur stand. La technologie de prédilection est encore et toujours le LED. L'OLED n'a plus autant les faveurs des constructeurs. Pourquoi ? Il semble, comme on pouvait s'y attendre, qu'il soit encore difficile de faire descendre en gamme les écrans OLED. Cette année, on aura donc droit à des écrans LED incurvés, qu'ils soient Ultra-HD ou non d'ailleurs. Mais on sent bien que le doute subsiste encore chez les marques quant à son intérêt réel. La simple présence d'écrans à courber soi-même à la force de la télécommande le démontre. Ce n'est pas un argument de vente si évident. Certains constructeurs présentaient des algorithmes d'amélioration d'image spécialement conçus pour les écrans courbes mais n'y allons pas par quatre chemins, c'est du pipeau ! Ce n'est ni nouveau, ni révolutionnaire. Au-delà des nouveautés produits, ce CES entérine de façon flagrante le basculement de la puissance industrielle du Japon vers la Corée du Sud et sans doute prochainement vers la Chine. Panasonic et Sharp ont du mal

à définir une stratégie claire. Quant à Sony, le constructeur était à 8,3% de part de marché en 2011 au niveau mondial, en revenu, 7,9% en 2012 et 5,1% au premier trimestre 2013. C'est peu, trop peu ! Surtout, la stratégie de la marque est difficile à suivre avec souvent des décisions inverses à la tendance comme le LED incurvé non retenu pour l'Europe... Pour Toshiba, le bilan est tout aussi compliqué avec des parts de marchés de l'ordre de 5%. Bref, tout cela contraste fortement avec l'insolente domination des constructeurs coréens (Samsung, 26% de part de marché au premier trimestre 2013 par exemple). Mais déjà, les fabricants coréens se plaignent de l'agressivité des constructeurs chinois qui cassent les prix sur les écrans Ultra-HD. Et pourtant casser la valeur a été le premier mécanisme par lequel le Japon avant la Corée et la Corée avant la Chine ont pu accéder à une suprématie sur les biens de consommation. On devrait se souvenir qu'un constructeur comme Sharp a commencé par vendre des stylos bille dès 1915 pour une fraction du prix des stylos plumes européens...

## Samsung en courbe et en Ultra-HD

■ **Après l'écran incurvé OLED en 2013, Samsung innove et invente la télé avec défroissage à sec. Si vous trouvez votre téléviseur trop courbé, sa remise à plat s'effectue d'une simple pression sur la télécommande...** Ne riez pas, c'est vrai ! Samsung présentait même plusieurs prototypes de ce genre sur son stand, en 59 et 85 pouces. L'écran flexible est donc bien une réalité. Une démo technologique intéressante mais qui ne débouchera pas sur une application commerciale immédiate, tout comme le 98 pouces 8k à la résolution impressionnante. Tous ces écrans sont d'ailleurs en LED et pas en OLED, de même que ce 105 pouces Ultra-HD au format 21:9ème. Comme chez Toshiba, la résolution n'est pas adaptée au format, même si on ne parle pas de 5k chez Samsung. Samsung en a profité pour présenter un algorithme de traitement d'image adapté aux écrans incurvés. Il permet d'augmenter le contraste local en faisant ressortir le centre de l'image. En fait, ceux qui font un peu de photo vous diront qu'on obtient la même chose en appliquant du vignettage à une image. Pour les produits plus proches de nous, Samsung annonçait trois nouvelles séries très intéressantes, centrées sur l'Ultra-HD. Commençons par la série UH8500 incurvée et à rétro-éclairage LED. Elle sera disponible de 55 à 78 pouces et le balayage est annoncé à 1 200 Hz. À noter que Samsung a apporté des modifications à son système de contrôle gestuel puisqu'il est désormais possible de

zapper en bougeant simplement le doigt. Dans la gamme juste en dessous, on trouve les UH7500, toujours en Ultra-HD mais plat cette fois-ci. Les spécifications sont sensiblement les mêmes au taux de rafraîchissement près, à 1 000 Hz ici. Les tailles sont plus modestes mais on aura d'ici mai du 40 au 60 pouces. Enfin, signalons la mise sur le marché de la série H7000, en Full-HD, reprenant essentiellement les caractéristiques de la série 8000 existante, y compris la forme du pied.



## Netflix en Ultra-HD

■ **Présent sur plusieurs stands, le service de streaming vidéo par abonnement a fait forte impression en proposant la diffusion de vos séries préférées en Ultra-HD, notamment chez LG et Sony. Et chez nous ? On attend toujours...** C'est évidemment une question de gros sous et de législation qui freine l'installation du service en France. Fleur Pellerin, Ministre déléguée chargée des Petites et Moyennes Entreprises, de l'Innovation et de l'Economie numérique, a déclaré sur le salon à nos confrères que « rien n'empêchait l'installation de Netflix en France sauf qu'il y a des obligations, notamment de respect de chronologies des médias et des obligations de soutien à la production cinématographique ». Celle-là, on n'a pas fini de se la raconter à la machine à café chez Netflix...

# LG

## dans la démesure

■ **LG a annoncé le premier écran incurvé 5k 105 pouces de l'histoire... Difficile d'en vouloir aux marques : elles impriment leurs affiches avant de savoir que tous les concurrents font exactement la même chose.**

Mais soit, toujours est-il que sur le stand LG au CES, on pouvait admirer un fabuleux écran 105 pouces incurvé au format 21 :9ème. Le 105UC9, c'est son petit nom, offre une résolution de 5120 x 2160 pixels et intègre un système audio 7.2. C'est bien évidemment un prototype en technologie LED mais on peut se dire qu'avec ce format 2,35, les dalles incurvées commencent vraiment à faire sens. Autre prototype, cette fois beaucoup plus petit déniché au rayon smartphone, un tout petit écran OLED sur substrat plastique, un défi en soi qui permet



d'envisager à terme des écrans totalement flexibles. D'ailleurs, d'écran flexible il en est question aussi du côté des téléviseurs avec un immense écran 77 pouces OLED que l'on peut incurver ou pas. Pour les nouvelles gammes vraiment achetables, signalons une première série d'écrans incurvés, allant du 55 au 77 pouces. Autre surprise, ces écrans de la série C9700 sont Ultra-HD. Pour les LED plats, les nouvelles séries UB9800 vont du 65 au 98 pouces en Ultra-HD. Bien évidemment, toutes ces séries disposent d'une compatibilité HDMI 2.0 et HEVC pour la télédiffusion en Ultra-HD.



# Toshiba en grand large

■ **Chez Toshiba, on a franchement mis le cap sur la très haute définition, avec notamment un 105 pouces estampillé 5k. Il s'agit d'un prototype LED au format 21 :9ème particulièrement bien adapté aux films en 2.35. Mais la « 5k », qu'est-ce que c'est ?**

Et bien, c'est un terme qui nous vient, comme la 4k, du monde professionnel et qui désigne des caméras et systèmes vidéo offrant une résolution d'environ 10 Mpixels dans chaque image. En grand public, cela n'a logiquement aucun sens. En effet, pour diffuser un film 4k sur un écran comme celui-là, une mise à l'échelle est encore nécessaire avec à la clef une perte en qualité d'image. En attendant les contenus « 5k »... On peut toujours rêver, surtout que les contenus 4k se font encore désirer et qu'il se vend encore et toujours plus de DVD que de Blu-ray dans nos rayons. Toujours est-il que la démonstration technologique est très impressionnante. Côté design, on apprécie le look des

enceintes, faites maison. D'ailleurs, le même look est repris sur un autre prototype, un 65 pouces LED Ultra-HD incurvé. Toutefois, aucune commercialisation n'est prévue pour l'instant. En revanche, on aura droit d'ici le milieu de l'année à une nouvelle gamme de téléviseurs Ultra-HD en 58, 65, 70 et 84 pouces. Le look austère n'est pas définitif, c'est la version qui sortira aux Etats-Unis. Pour revenir au design, Toshiba planche aussi sur des intégrations alternatives. L'intégration dans une étagère est des plus intéressantes. L'accent est mis sur la qualité d'assemblage et les matériaux. Plus proche de nous, signalons aussi que Toshiba a suivi le mouvement de standardisation autour de l'Ultra-HD et nous a présenté son processeur HEVC. Ce module assure une compatibilité des téléviseurs avec la réception des chaînes en Ultra-HD. L'espoir fait vivre et en attendant, avec le HDMI 2.0 également, on est paré chez Toshiba.

## Hologramme tactile



■ **C'est sans doute la démonstration technologique la plus impressionnante de ce salon en termes d'affichage.**

On trouvait sur le stand Panasonic un hologramme cliquable ! Techniquement, il s'agit d'un projecteur dans une base équipée d'une lentille de Fresnel gravée sur le plateau. Parallèlement, une caméra 3D mesure la présence de vos doigts et regarde où vous cliquez. Il s'agit là d'un produit très pointu et surtout pensé pour le professionnel. On ne l'aura donc pas demain chez nous, hélas...



## Panasonic la 4ème dimension

■ **Chez Panasonic, la partie TV du stand avait des allures surréalistes. Le fait est que la marque doit changer de discours suite à l'abandon du plasma et cela ne se fait pas si simplement.**

Toujours est-il qu'on se demande bien ce qui va arriver à cette belle marque, tant ses prétentions en matière télévisuelles sont faibles cette année. Il y a des chances que la marque s'oriente vers le secteur professionnel et à terme soit de moins en moins présente sur le segment des produits pour le consommateur. Ces annonces vont donc un peu dans ce sens, à commencer par l'OLED. Chez Panasonic, on maîtrise, au point que l'on peut faire des écrans courbés dans tous les sens. D'ailleurs, cette maîtrise est telle que l'on ne sortira pas d'écran OLED cette année. Argument ? On n'est pas encore au bout de la technologie LED et sur ce point, nous sommes plutôt d'accord. L'objectif de Panasonic est de se rapprocher de la technologie plasma en termes de qualité d'image. Ainsi, Panasonic présentait sur son stand une démonstration dotée d'un rétro-éclairage dynamique de 240 zones, permettant d'approcher la qualité de contraste d'un plasma. S'il s'agit d'un prototype, une série AX900 disposant de 160 blocs devrait être mise sur le marché d'ici la fin de l'année. Il s'agira d'un modèle ultra-HD disponible en 58 et 65 pouces. Une déclinaison techniquement moins ambitieuse, dénommée AX800 devrait aussi voir le jour. Côté interface, Panasonic a revu sa télécommande, exit donc le petit galet pour une forme plus consensuelle. La zappette reste tactile et hérite aussi d'un micro pour le contrôle à la voix.



# Sharp Le Quattron Pro

■ Sharp a introduit une nouvelle technologie, dénommée **Quattron coupe purement et simplement le pixel en deux dans le sens de la hauteur**. L'électronique embarquée contrôle différemment les deux sous-pixels ainsi formés, de façon à doubler dans les faits la résolution verticale de l'image. C'est une sorte d'Ultra-HD light, où seule la résolution verticale serait en 4k, avec des pixels rectangulaires et non plus carrés. C'est sans doute une bonne approche intermédiaire, facilitant la mise à l'échelle des contenus Full-HD. Reste à voir le prix...



## Des écrans mécaniques !

■ On connaissait la technologie d'affichage IGZO de chez Sharp, autorisant des densités de pixels très impressionnantes grâce à la réduction de l'espace interpixel. C'est ainsi que Sharp présentait sur son stand un 15,6 pouces Ultra-HD. Mais la marque va encore plus loin en supprimant cette fois-ci la couche de cristaux liquides entre le rétro-éclairage et les filtres de couleurs. Les pixels LCD seront remplacés à terme par des micro-interrupteurs en micromécanique, des MEMS donc. Les MEMS sont connus dans l'industrie, notamment dans les projecteurs DLP mais aussi dans certains capteurs infrarouges, c'est donc une bonne surprise de voir des micro-obturbateurs dans les applications portables. Avec les MEMS, Sharp prétend pouvoir diviser la consommation par deux tout en conservant la densité. Les images sont époustouflantes. Sharp prévoit un premier développement produit en 2015.



# TP Vision / Philips sous Android

■ Ça bouge au rayon TV connectée ! Enfin a-t-on envie de dire, et tout est en train de se jouer sur le choix des systèmes d'exploitation. Alors que LG parie sur WebOS, TP Vision / Philips optent pour Android dans leur prochaine gamme de TV connectée. De là à dire qu'il y a une sacrée lézarde dans la Smart TV Alliance, il n'y a qu'un pas... Pourtant, on nous dit que non, Philips continuera à supporter les applications issues des deux mondes, Smart TV Alliance et Android. Les raisons de ce revirement sont liées, on s'en doutait, à l'étendue de l'offre applicative, avec notamment de grandes ambitions dans le jeu vidéo. Philips travaille d'ailleurs conjointement avec les principaux éditeurs pour s'assurer que leurs applications supporteront les résolutions élevées, en apportant une expertise technique en termes de mise à l'échelle notamment. Côté technique, la plate-forme choisie utilise un processeur à quatre cœurs Marvell et c'est la version Android 4.2 qui est intégrée. Évidemment, en l'absence de tactile, tout le magasin en ligne Google ne sera pas disponible mais là encore, Philips travaille avec les éditeurs pour proposer des versions fonctionnant avec un pointeur à reconnaissance de mouvement ou avec un contrôleur de jeu vidéo comme on en trouve sur le marché pour quelques dizaines d'euros. Affaire à suivre donc, mais on a bien l'impression que ça sent un peu le sapin du côté de la Smart TV Alliance...

## Changhong



■ Discret lors de l'IFA 2013, le constructeur chinois Changhong mettait les petits plats dans les grands au CES avec un stand superbe et bien fourni. Signe d'une volonté évidente de s'affirmer en tant que marque, le groupe industriel fort de 100 000 employés affiche désormais le logo de sa marque au centre de l'appareil, alors qu'il était rejeté discrètement dans le coin de la dalle auparavant. Du reste, les nouveautés étaient à l'avenant avec un écran OLED plat de 55 pouces qui restera un prototype mais illustrant le savoir-faire de la marque. Comme les autres, Changhong

disposait d'un écran LED incurvé, là aussi à l'état de prototype. En revanche, la série B6000 va sortir en France. Il s'agit d'une gamme d'écrans Ultra-HD. Le 55 pouces sera commercialisé à 1 200 euros alors qu'il faudra attendre la fin d'année pour voir arriver le 65 pouces à 2 600 euros. Les deux modèles disposent d'une dalle 200 Hz et sont 3D en passif. Outre ces nouveautés, on notera la présence d'une série C5500 LED et Ultra-HD à partir de 55 pouces (Full-HD en dessous) mais non 3D. Elle se distingue par la présence d'un module TV connecté basé sur Android 4.2.

RESOLUTION  
1080p  
VITESSE  
18 km/h  
ALTITUDE  
1787m



Life. Camera. Action.\*



## Action Cam Virb™ Elite

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

VIRB Elite, bien plus qu'une caméra

**GARMIN**®

\* Moteur. Ça tourne. Action.

©2013 Garmin France. RCS Nanterre 349 096 384.

Action Cam HD 1080p avec GPS intégré



# Sony

cultive la  
différence



■ **Sony nous inquiète. Certes, nous sommes toujours particulièrement favorables à leurs écrans Ultra-HD très largement au-dessus de la compétition mais au CES, la marque ne nous a pas franchement impressionnés et les 21 nouveaux modèles d'écrans n'y changeront rien. Il faut bien avouer que leur stratégie et vision à long terme semblent un peu curieuses.** Souvenez-vous à l'IFA 2013, Sony était le premier à présenter un écran LED incurvé. C'était absolument génial car on n'avait pas à payer l'exclusivité technologique de l'OLED mais on nous avait expliqué à l'époque que cela n'avait pas d'avenir. Résultat, au CES 2014, tout le monde présentait des écrans LED incurvés sauf Sony. Au lieu de cela, on a droit à de nouveaux écrans Ultra-HD certes intéressants mais pas non plus révolutionnaires et désespérément plats dans un stand tout en courbe. Fermons la parenthèse. Sony présentait donc la nouvelle série X9 qui va remplacer la série X9005, excellente au demeurant, avec un nouveau design dénommé Wedge. Le pied s'évase vers le bas et la coque suit libérant plus de place pour les enceintes qui restent sur le côté mais opèrent une migration vers le bas. C'est toujours du très beau matériel et le filtre anti reflet semble exceptionnel. On notera aussi que les enceintes ne sont plus des modèles impayables issus de la technologie spatiale, ce qui devrait faire baisser l'addition ! Côté traitement d'image, pas de changement par contre, on reste sur du Xreality Pro, vraiment excellent quand il s'agit de mettre à l'échelle des contenus en Blu-ray vers l'Ultra-HD. On notera aussi que Sony met en avant une technologie HDR d'affichage par zone, dénommée X-tended Dynamic Range. Elle concentre la puissance lumineuse du rétro-éclairage sur les zones claires. On a hâte de voir ce que ça va donner. À noter que cette technologie sera déployée aussi sur la nouvelle série W95, en Full-HD. Côté diagonale, on reste sur des grandes tailles pour les écrans les plus intéressants. Le X9 sera disponible de 55 à 79 pouces. Le W95 en 55 et 65 pouces. Une série très haut de gamme X95 était également présentée, dotée du X-tended Dynamic Range PRO, mais il n'est pas encore certain qu'elle voit le jour chez nous. Aucun prix n'a été communiqué. En TV connectée, Sony annonce une nouvelle interface plus sociale, affichant les tweets en bandeau défilant, style Nasdaq sur CNN. Au vu du succès des LiveTweet d'émissions en France, on ne peut qu'applaudir ! Pour le contenu en Ultra-HD, Netflix sera disponible uniquement aux Etats-Unis mais Sony faisait aussi la démonstration de streaming au format VP9 directement depuis YouTube et cela devrait arriver chez nous.



# TCL/Thomson

## de l'ambition

■ **Sur ce salon, la marque change de braquet puisqu'elle présentait un 110 pouces LED Ultra-HD commercialisé à 150 000 euros !** Autre nouveauté intéressante, un écran OLED 30,5 pouces qui sera commercialisé début 2015. On apprécie tout particulièrement la finition, très colorée et originale. Un 55 pouces OLED sera commercialisé en fin d'année. La marque présentait également un écran incurvé Ultra-HD basé sur un rétro-éclairage LED. Là encore, sa commercialisation est prévue pour les Fêtes. Enfin, plus proche de nous, la marque annonce le renouveau de sa gamme Ultra-HD LED plate classique courant juin, avec toujours un positionnement tarifaire très agressif. Le 50 pouces sera commercialisé à 1 500 euros et le 55 à 2 000 euros.



# LG WebOS dans la TV

■ **Qui se souvient de WebOS ? Il s'agissait d'un OS alternatif développé originellement sous l'égide de HP avant d'être racheté par LG suite à une trop brève carrière sur des ordinateurs portables à bas coût.** C'est donc ce même OS que l'on retrouvera désormais dans les TV connectées de la marque. L'idée est bien sûr de simplifier le travail des développeurs, mais comme pour TP Vision et Philips avec Android, on ne peut s'empêcher de penser qu'il s'agit là aussi d'un coup de canif dans le contrat de mariage Smart TV Alliance. L'interface sous forme de

bandeaux est très élégante, l'ergonomie faisant la part belle à l'usage de la Magic Remote à détection de mouvement. L'idée est aussi de développer une série de surcouches permettant d'afficher des informations en surimpression. On se souvient que c'était un usage qui faisait débat à l'époque des Google TV mais il semble que l'idée ait fait son chemin chez les diffuseurs, avec des accords signés chez France Télévision et Canal+. WebOS serait aussi plus adapté au jeu vidéo puisque LG prévoit un bundle avec une application connectée Skylander et quelques figurines (Activision).



# Haier du rêve et du concret

■ **Le stand du constructeur chinois Haier faisait dans le concret sans pour autant oublier des prototypes qui alimentent les fantasmes.** Commençons par ces derniers. On pouvait admirer sur le stand du constructeur un magnifique écran incurvé Ultra-HD de 65 pouces. C'est plus un produit qu'un prototype puisqu'il est possible que la marque le commercialise en fin d'année à 3 000 euros environ. Haier montrait également un 55 pouces OLED incurvé mais qui restera à l'état de prototype. Comme souvent, Haier innove

dans le domaine de l'interface utilisateur avec notamment un prototype compatible LEAP Motion, ce contrôleur dynamique gestuel de proximité en bougeant les doigts. Les applications concernent surtout le jeu. Autre innovation, la télécommande à reconnaissance d'empreintes qui servira à verrouiller les programmes mais aussi à sécuriser les micro-paiements. Les TV Haier du futur pourraient aussi s'intégrer dans la maison connectée, une des grandes tendances du CES, avec ici le suivi de la qualité de l'air. Plus proche de nous, le constructeur

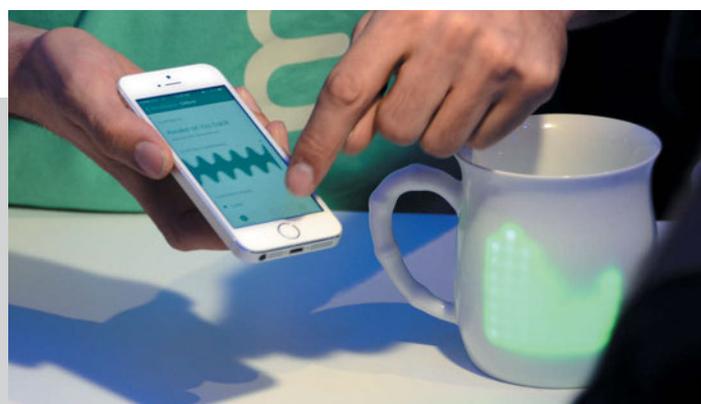
présentait la série H7000 en Ultra-HD. Elle sera disponible de 42 à 55 pouces. Les prix sont vraiment bas puisque le 42 pouces sera commercialisé à 1 000 euros alors que le 50 pouces devrait se négocier 1 200 euros. Ces modèles devraient sortir avant l'été. Et si la 3D ne vous intéresse pas, vous pouvez opter pour la série H6500, techniquement très proche. Le prix du 42 pouces tombe alors à 800 euros, le 50 pouces est à moins de 1 000 euros et il y aura aussi un 65 pouces mais au second semestre.

## Objets connectés

# L'inflation

On s'y attendait, le CES a connu un véritable déferlement d'objets connectés. Le problème c'est que ce ne sont pas des centaines de produits nouveaux mais des centaines de copies des trois existants. Et c'est à peine exagéré ! Prenons l'exemple de la montre. En l'état des technologies, le moins que l'on puisse dire c'est que les modèles existants ne sont guère convaincants. En fait à part les notifications, les messages et la télécommande du lecteur média, il n'y a pas de fonction franchement indispensable et même celles-là ne révolutionnent guère l'usage. Donc avant même que l'on ait pu trouver un usage réellement convaincant, le marché est déjà inondé de très nombreux modèles qui font tous la même chose. Ce faisant, on prend le risque de tuer la poule aux œufs d'or avant même la première couvée ! Il y a tout de même deux écoles, dont une plus convaincante que l'autre. D'un côté il y a les fabricants

qui utilisent des écrans couleurs tactiles haute résolution et qui essaient d'embarquer le plus de technologie possible dans une montre qui n'y ressemble guère et qu'il faut recharger tous les jours. Or comme aucune fonction n'est réellement convaincante, une fois passé l'effet gadget... La seule qui sort du lot, c'est la Onmate bien plus ambitieuse car fonctionnant de manière autonome sous Android avec une implication des développeurs depuis le début et des applications vraiment originales. De l'autre, il y a ceux qui soignent l'aspect montre avec une autonomie digne de ce nom mais se contentant des fonctions de base, comme le nom de l'appel entrant, les notifications et les messages. C'est sans doute la meilleure approche tant que l'on n'a pas trouvé un usage plus percutant. Sauf que l'on ne s'improvise pas horloger pour autant. Et si certains modèles peuvent rivaliser avec les montres mode à 50 euros de l'industrie horlogère, cela ne va guère au-delà. C'est un peu la même chose pour le fitness / bien être. Il y a le tracker d'activité sous forme de bracelet et le tracker d'activité sous forme de bracelet. Alors certes avec ou sans écran et plus ou moins joli mais in fine c'est le



même produit. Il y a pourtant d'autres concepts à inventer et certains en trouvent comme Netatmo avec l'indice solaire ou Lifetrak avec la montre électrocardiogramme. En revanche dès qu'il s'agit de concevoir en partant d'une feuille blanche, les candidats sont moins nombreux. Ainsi pour la domotique, on sent bien que l'on tourne autour du pot. Les capteurs existent et certains essaient de les combiner pour des scénarii innovants comme Archos ou Beewi sans être encore arrivé à l'évident et à l'intuitif qui facilitent la vie au lieu de la compliquer. Pourtant avec le Bluetooth basse consommation, le protocole adéquat existe, c'est plus une question d'interface logicielle et en la matière, on sait combien c'est difficile. Même des méga-géants comme Google et Microsoft se cassent les dents sur l'ergonomie... Alors oui, l'objet connecté est sans doute pour partie l'avenir du hi-tech mais au lieu de tous faire la même chose, mieux vaut se creuser les méninges en partant de l'usage !



Omate



## Android au poignet

■ Au départ les créateurs d'Omate s'étaient lancés un défi ; rendre Android prêt à porter ou wearable comme on dit. Et puis ils ont levé un million de dollars sur Kickstarter pour créer la montre connectée TrueSmart. Il s'agit d'un modèle assez épais intégrant une version 4.2 d'Android, tournant sur un processeur Arm Cortex A7 avec 512 Go de mémoire et 4 Go de stockage pour le modèle d'entrée de gamme. Une version 1 Go / 8 Go est également disponible. La force de cette petite montre tient dans son incroyable ouverture. Aujourd'hui, pas moins de 2 000 développeurs travaillent sur différentes applications, avec le soutien d'Omate qui lance un hackaton tous les vendredis. La montre intègre une carte SIM pour la 3G et dispose d'un GPS. L'écran est un petit TFT 240 x 240 pixels. Les fondateurs de la marque parlent tout simplement de montre connectée 2.0 en opposition avec les montres concurrentes qui ne peuvent pas faire grand-chose sans smartphone à proximité. Toujours est-il que la montre est bien pensée. Elle dispose d'un clavier prédictif et correctif efficace. Et si cela ne suffit pas, la marque travaille avec Nuance pour intégrer Dragon Mobile assistant, une forme de Siri pour Android. L'autonomie est d'une journée et le prix de la version 512 Mo est fixé à 250 euros pour un début de livraison en février. À suivre...

AWOX



et la lumière fut!

■ Le fabricant français spécialisé dans le connecté lance une gamme d'ampoules toutes simples qui se pilotent en Bluetooth par une application iOS et Android. Il est possible d'en piloter plusieurs à la fois. Le modèle 7 W est blanc et vaut 29 euros. Il est possible de régler par l'application l'intensité et la température de l'éclairage. Le modèle 9 W vaut 49 euros et peut en plus changer de couleur au gré des envies de l'utilisateur. On peut même commander l'allumage automatique dès que le smartphone pénètre dans la zone de couverture.

# Archos frénésie connectée



■ Le constructeur français continue sa diversification. Après s'être lancé dans les smartphones, place désormais aux objets connectés, non sans une certaine frénésie puisque tous les genres y passent. On ne peut s'empêcher de penser que pour une partie, ils sont achetés en Asie car on ne voit pas bien comment le constructeur aurait pu développer en interne autant d'appareils à la fois. Commençons par le



fitness et la santé connectée. Bien entendu, Archos lance un bracelet d'activité Bluetooth qui a surtout de remarquable son prix de 50 euros. Ensuite, on passe au tensiomètre connecté tout aussi bon marché à 69 euros, sans oublier l'obligatoire balance Bluetooth à 50 euros qui mesure la masse grasseuse. Ensuite, Archos lance non pas une mais trois montres connectées. Celles-ci se contentent des fonctions basiques, soit la prise d'appel, les notifications et le contrôle média. La première dispose d'un écran LCD noir & blanc et se commande par des boutons. Elle ne vaut que 50 euros et Archos annonce plus d'une semaine d'autonomie. La seconde est équipée d'un écran LCD couleur et tactile. Son prix est de 100 euros et son autonomie se limite à deux jours. Enfin, la plus réussie esthétiquement utilise un affichage e-ink ce qui lui permet d'être courbée, très lisible et allumée en permanence tout en assurant une autonomie de deux semaines. Son prix est de 129 euros et toutes ces montres sont attendues pour l'été. Archos lance également une station météo connectée qui n'est pas sans rappeler celle de Netatmo. Deux modules ronds assez originaux dans leur look assurent la capture des données. Le module extérieur mesure la température et l'hygrométrie. Il est relié en Bluetooth au module intérieur qui capte la température,

l'humidité, la pression et le taux de CO<sup>2</sup>. Ce dernier est relié au réseau domestique en WiFi. Le tout s'affiche sur une application iOS et Android n'importe où, tant que le smartphone est connecté. Le prix est là encore très étudié avec seulement 100 euros. En option, on pourra ajouter à la station un capteur de sol qui mesure la température, l'humidité et l'ensoleillement pour les plantes. Enfin, Archos termine son marathon connecté sur la domotique avec un système d'automatisation et d'information très complet. Au cœur de celui-ci se situe une tablette sept pouces reliée au réseau en WiFi. Entièrement fonctionnelle sous Android, elle recueille les données des capteurs, pilote des modules et sert de centrale de programmation. Son interface de commande peut également s'afficher sur un smartphone où que l'on soit. Les modules sont aussi nombreux que variés. Il y a déjà la prise intelligente Smart Plug qui s'allume et s'éteint à distance mais qui mesure aussi la consommation de l'appareil relié. Le Weather Tag recueille la température et l'humidité. Le Mouvement Tag détecte une ouverture de fenêtre ou de porte grâce à son capteur magnétique. La Mini Cam filme ce qui se passe et le Motion Ball détecte les mouvements. Résistants à l'eau, ces capteurs sont alimentés par piles avec une autonomie de plus d'un an grâce au Bluetooth basse consommation. On peut déjà se servir de chaque élément pour lui-même mais surtout programmer des scénarii du type « la prise s'allume si quelqu'un rentre dans une pièce, un mouvement enregistre la vidéo et un seuil de température déclenche une notification ». Les modules coûtent entre 20 et 40 euros. Le système en vaut 150 et il est fourni avec la tablette, la caméra et un détecteur de mouvement.



## Casio montre fitness à l'envers

■ Alors que les autres fabricants tentent de placer les capteurs de fitness dans l'objet connecté, Casio suit la démarche inverse avec la montre STB-1000. Elle est en Bluetooth mais se sert de la connexion pour afficher les données issues d'applications pour smartphone. Quatre gratuites sont déjà compatibles et couvrent les domaines du running et du cyclisme. De même, il est possible de lire un capteur Bluetooth comme un cardio-fréquence-mètre ou un podomètre. Du coup, la montre dispose d'une autonomie normale de plus d'un an. Si le concept est intéressant, deux problèmes émergent : la complexité de faire fonctionner ensemble différents éléments et surtout la nécessité d'avoir son smartphone sur soi, peu pratique quand on court.





# Beewi

audio, jouet et maison connectés

■ **Le fabricant français est désormais très présent sur le connecté. Le casque BVH-300 fonctionne en Bluetooth et se recharge en le posant sur une station d'accueil. Cette dernière dispose d'une sortie audio analogique qui permet de la relier à toute chaîne audio.** Ainsi, le casque se transforme en relais de streaming pour écouter la musique du smartphone sur tout appareil audio. Le prix est de 150 euros. Le BBS-320 est un système portable audio composé de deux enceintes Bluetooth en forme de cube. Les haut-parleurs et la conception audio ont été réalisés par Cabasse, qui semble vouloir devenir intégrateur de luxe de plus en plus souvent. Le tout se pilote par une application qui permet aussi de régler la tonalité. Le système est vendu 250 euros. Le Fighting Robot est un petit jouet piloté par une application sous iOS, Android et Windows Phone a surtout un intérêt lorsqu'il est opposé à d'autres. Grâce à des capteurs infrarouges, ils peuvent se poursuivre et se tirer dessus jusqu'à ce qu'un soit mortellement atteint. On peut même en utiliser un qui fonctionne de manière aléatoire. Un robot vaut 29 euros. Le système Smart Home de BeWi s'étend avec une ampoule

LED pilotable à distance en Bluetooth avec la possibilité d'en changer la couleur et l'intensité. Son prix est de 40 euros. La prise Smart Plug intègre aussi des capteurs de température et de mouvement. En plus de la lecture des données, on peut aussi piloter la prise par eux. Le prix est de 50 euros. La Smart Weather Station renseigne sur la température, la pression comme l'humidité et coûte 30 euros. En ajoutant à ces capteurs le Gateway qui se branche à la box de la maison, le tout peut se piloter par smartphone depuis n'importe où.



## Assistant de cocktail connecté

■ **Ne plus jamais rater un cocktail en raison d'un problème de dosage, voilà ce que propose Bookstone avec le Perfect Drink.** Il suffit de poser le shaker fourni ou un verre sur la balance reliée en filaire à un smartphone sous iOS ou Android. L'application vous donne les bons ingrédients et surtout calcule la bonne dose pour vous au fur et à mesure que vous versez. Et si vous en mettez trop, l'application ajuste les ingrédients suivants en fonction. Indispensable ! Le prix est de 70 dollars aux États-Unis mais aucune commercialisation n'est prévue France pour l'heure. Messieurs les importateurs...



## Connecte device

montre connectée fashion

■ **Décidemment, deux écoles cohabitent en matière de montres connectées.** Celles qui jouent la techno et les fonctions avec le plus souvent une faible autonomie et un look assez éloigné des montres trendy ; et celles qui ressemblent à des montres alimentées par piles mais ne proposant pas nombre de fonctions. Les montres Cogito se rangent dans cette deuxième catégorie avec une durée de vie de la pile qui dépasse un an selon le

constructeurs Les fonctions se résument à la prise d'appel, aux notifications et au tracking du téléphone. En revanche, elles sont plutôt jolies et ressemblent effectivement à des montres un peu mode. La Classic à 130 euros est vraiment belle et bien finie alors que la Pop plaira aux d'jeuns avec un prix démocratique de 50 euros.



# Mimo



## le bébé hi-tech

■ **Mimo est un body pour bébé qui permet de surveiller le sommeil du bambin, idéal pour les parents névrosés que nous sommes tous à un moment ou un autre.** Le vêtement est en fait équipé de capteurs et d'un module électronique en forme de grenouille qui se fixe magnétiquement dessus. Il transmet les informations en Bluetooth basse consommation à un smartphone ou une tablette sous iOS ou Android grâce à une application. On peut ainsi surveiller la respiration, la température et les mouvements de bébé pendant son sommeil. Une connexion WiFi permet même de surveiller le bébé depuis n'importe quel coin du globe, par exemple pour voir si la babysitter s'occupe bien du rejeton. Plus fort encore, Mimo anticipe le réveil de bébé et met le biberon à chauffer dans le chauffe-biberon optionnel et connecté. Autre option, un mug qui affiche le graphique d'une fonction, par exemple la respiration. Là, c'est pour parents très névrosés. Mimo est disponible aux États-Unis pour 199 dollars. Pour le module électronique, le fabricant a eu recours au système Edison d'Intel qui regroupe sur une carte SD un processeur Atom mobile et un module WiFi. Cela facilite grandement le développement de l'électronique et on devrait le retrouver fréquemment dans divers objets connectés.



## ENZO

surtout une montre

■ **Le fabricant est parti du principe que la connexion était un plus pour une montre qui devait avant tout ressembler à une... montre !** On se contente donc des fonctions les plus basiques, soit l'appel entrant, les messages et l'alerte de proximité pour le smartphone. Le modèle pour hommes vaut 119 euros et celui pour femmes 129. Nous vous laissons juge de la pertinence du parti pris et aussi du look horloger...



## iDevices

### barbecue connecté

■ **Il fallait bien que cela arrive ! Les Américains étant de grands amateurs de « bbq », le hi-tech se devait d'investir l'activité de tout père de famille étatsunien qui se respecte.** Le iGrill 2 a été conçu pour le « serious griller », selon iDevices. L'appareil se fixe magnétiquement au barbecue et dispose de quatre sondes à enfoncer dans la viande pour connaître la température de cuisson. On peut donc griller quatre t-bone steak simultanément ! Plus fort encore, une sonde à placer sous la bouteille de propane, car l'Américain sérieux cuit au gaz, détermine par ultra-sons le taux de remplissage et évite ainsi d'être à sec le dimanche midi en pleine cuisson. Et si d'aventure il faut se ravitailler, l'application smartphone localise le revendeur le plus proche. Évidemment, le iGrill 2 est aussi Bluetooth et permet donc de consulter les températures de la viande à distance sur son iPhone tout en sirotant une Budweiser. Les piles ont une autonomie de deux ans et le prix est de 100 dollars. Sans doute plus adapté à notre marché hexagonal, le Kitchen Thermometer est comme son nom l'indique un thermomètre de cuisson. Il se fixe magnétiquement et dispose de deux sondes à enfoncer dans l'aliment à cuire pour en connaître la température. Cela permet une cuisson adaptée et de servir à la bonne température. Cette dernière s'affiche sur l'écran mais aussi par le Bluetooth sur le smartphone grâce à une application gratuite. Le Kitchen Thermometer vaut 80 dollars et ses deux piles assurent une autonomie de 200 heures. Il en existe aussi une version mini qui ne dispose que d'une sonde et qui est commercialisée 40 dollars.



## Griffin Mario Kart dans la vraie vie

■ **Griffin se lance dans le jouet connecté avec un ensemble de deux voitures radiocommandées par une application sur smartphone iOS et Android.** Un compte-tours physique est fourni ce qui permet à l'application de compter les tours aussi. Griffin livre deux voitures car elles interagissent entre elles grâce à des capteurs. Ainsi, une collision provoquée par l'adversaire peut rendre le véhicule incontrôlable et le faire tirer dans un sens ou dans l'autre. De même, on peut acquérir des bonus qui auront à leur tour un effet sur l'adversaire comme le ralentir ou inverser ses commandes. Du Mario Kart en somme ! Les voitures se rechargent en USB et l'autonomie est d'environ 20 minutes.

## MyKronoz connectée et étanche

■ **MyKronoz dispose d'une gamme complète de montres connectées et prête aussi une réelle attention au design horloger.** The Splash est un nouveau modèle qui, comme son nom le suggère, est résistant à l'eau, suffisamment pour une courte immersion et une douche. Elle fonctionne en Bluetooth avec les téléphones Android / iOS et dispose d'un écran LCD couleur tactile. Du coup, l'autonomie ne dépassera guère les deux jours. En plus des fonctions usuelles, elle fait office de mains libres (toujours aussi ridicule de parler à sa montre) et intègre aussi un podomètre ainsi qu'une commande vocale compatible Siri. Sous Android, elle

synchronise les notifications et les mails. Son prix est de 149 euros. MyKronoz, comme nombre de ses camarades fabricants d'appareils électroniques, se lance aussi dans le traqueur d'activité avec le bracelet ZeFit. Comme les autres, il est en Bluetooth 4.0, dispose d'un petit écran OLED et relaie les données recueillies par une application : pas, distance, sommeil... Ce qui différencie ZeFit réellement, c'est un prix très doux de seulement 49 euros.



## LG fait du sport

■ **Si on avait des doutes sur le fait que le fitness assisté par ordinateur ne soit qu'un épiphénomène, voilà de quoi se rassurer car si des grands comme LG s'y mettent, c'est qu'ils y croient à moyen terme !** Le Lifeband Touch est un bracelet de plus qui mesure l'activité comme par exemple le nombre de pas effectués dans la journée. Un écran OLED tactile permet d'effectuer le paramétrage et de lire les mesures mais c'est surtout à travers l'application smartphone reliée en Bluetooth que l'interaction se fait avec des courbes, des objectifs et des accomplissements. Le Lifeband ne vaut que 99 euros et sa réelle particularité est d'être associable à des écouteurs intra-auriculaires sans fil en

Bluetooth qui font aussi office de capteur du rythme cardiaque derrière l'oreille. La fréquence s'affiche ensuite sur le bracelet et sur l'app. Bien entendu, on peut aussi écouter de la musique durant l'activité et le bracelet permet de piloter les plages musicales sans avoir à sortir le téléphone de sa poche. Disponibilité prévue ce printemps.

## LifeTrack montre cardio efficace

■ **Les montres GPS de sport nécessitent une ceinture cardiaque et toutes les autres tentatives de donner la fréquence cardiaque sur soi s'avèrent très peu précises.** LifeTrak est spécialisé depuis longtemps dans les appareils pour salles de gym avec intégration de la fréquence cardiaque mesurée par électrodes de contact. Le fabricant américain transpose cette technologie dans les montres et pour la première fois, on peut lire son rythme cardiaque sans ceinture accessoire. C'est en fait le principe de l'électro-cardiogramme qui est appliqué et qui donne des résultats très précis. Les montres fonctionnent à piles et disposent d'une autonomie d'un an. Elles recueillent la distance, les pas et les mouvements pour mesurer l'activité et le sommeil. Les



données sont transmises régulièrement au smartphone en Bluetooth. Le modèle R415 très réussi fait également office de centre de notification et de messages en provenance du smartphone. Son prix est de 130 euros.

# Netatmo June bijou solaire



■ **Les objets connectés liés à la santé et au fitness se suivent et se ressemblent mais c'est sans compter sur la jeune société française Netatmo qui avait déjà innové en créant la première station météo connectée.** Appareil d'ailleurs copié par d'autres depuis. Mais qu'à cela ne tienne, Netatmo est encore plus original avec ce bracelet composé d'un bijou Swarovski qui abrite un capteur. Il mesure en fait l'intensité du soleil et des UV. Grâce au Bluetooth et à une application smartphone iOS et Android, la femme qui le porte connaît donc déjà l'intensité de l'exposition et peut agir en fonction. Ainsi, l'application lui recommande le bon indice UV de la crème solaire à appliquer. Elle comptabilise

aussi le temps passé au soleil pour éviter de se surexposer et d'abîmer la peau. Plus fort encore, l'application s'adapte individuellement à la peau de chaque femme, tout simplement en posant initialement quelques questions qui permettent de déterminer la nature de la peau. Le bracelet est en cuir pour un usage urbain mais un autre en caoutchouc est fourni pour des moments d'activité ou de sport. L'idée est vraiment très originale et cible un usage vraiment très précis. Reste à voir si les femmes se soucient suffisamment de leur peau et de leur bronzage sans risque pour investir 95 euros et surtout l'utiliser au quotidien. On peut penser que oui...

# Parrot le drone qui roule

■ **Après le succès de son drone, Parrot le décline en version Mini.** Destiné à un usage en intérieur et toujours piloté par smartphone, il a la particularité d'être équipé de roues lui permettant de rouler sur les murs et au plafond. Parrot annonce aussi qu'il est très stable et très simple à piloter. Le Jumping Sumo est un petit véhicule à deux roues également piloté par smartphone avec la particularité de sauter. Il pourra aussi être doté en option d'un bras lance-billes et d'une pince pour saisir des objets. Aucun prix n'a été annoncé et la commercialisation se fera dans l'année.



# Razer du jeu à la santé

■ **Razer avait déjà diversifié ses gammes en sortant du contexte joueur strict. Il poursuit avec une gamme de casques lifestyle nommée Adaro.** Le modèle stéréo vaut 100 euros, le Bluetooth 150, la version DJ à oreillettes pivotantes 200 et une paire d'intras 80 euros.

Plus étonnant, Razer se lance à son tour dans le bracelet fitness avec le Nabu à 100 euros. Il a la particularité d'intégrer deux écrans, un « public » simple sur le dessus et un « privé » plus grand sur le dessous, visible quand on tourne le poignet. À travers l'application iOS et Android, on dispose évidemment de toutes les informations usuelles comme les pas, la distance et le sommeil. Le bracelet sert aussi de centre de notifications et on peut même échanger ses contacts avec un autre porteur du Nabu simplement en lui serrant la main. L'autonomie annoncée est d'une bonne semaine. Pour ne pas perdre sa clientèle première que sont les joueurs exigeants, Razer a montré le concept Christine, un PC entièrement composé de modules externes, tous amovibles à chaud avec par exemple la carte graphique, le disque dur, l'affichage, etc.



# Sony Play Sports le Smart Tennis

■ **Encore à l'état de prototype, il s'agit d'un petit capteur de 9 grammes qui se colle au bout du manche de la raquette sans la déséquilibrer.** Le capteur analyse le mouvement et affiche le résultat dans une application sous iOS et Android avec laquelle il communique en Bluetooth basse consommation. De manière graphique, il montre où la balle a frappé le tamis, sur les bords ou au centre. Il détecte aussi le coup tenté, comme un revers lifté et donne la vitesse de départ de la balle. A partir de là, l'application vous conseille pour améliorer votre geste et vous pouvez aussi le comparer avec ceux d'autres joueurs. C'est donc en quelque sorte un moniteur de tennis virtuel. Reste à voir si cela améliore vraiment votre jeu car seul la pratique compte mais comprendre ce qui ne va pas peut aider à progresser plus vite.

# Sony le fitness modulable

■ **Sony se met aussi au coach de fitness avec ce bracelet Lifeband à 100 euros.** Contrairement aux autres produits sur le marché, le module électronique avec écran est autonome et détachable du bracelet. Il peut alors s'intégrer à un clip ceinture ou se porter en pendentif. L'idée est d'avoir son coach toujours sur soi pour suivre l'intégralité de son activité physique. Comme les autres, le Lifeband compte les pas et détecte les mouvements du corps pour un compte-rendu d'activité et des objectifs à fixer dans une application sur smartphone Android et iOS.



# Fitbit bracelet sur-connecté

■ **L'inventeur du traqueur d'activité doit se sentir bien à l'étroit au milieu des centaines de marques qui le copient.** Pourtant, Fitbit parvient encore à se distinguer et indique aussi détenir 67% du marché mondial. Le Force est un bracelet haut de gamme à 130 euros qui dispose d'un écran et qui relève toutes les statistiques communes. Il se synchronise aussi avec l'iPhone et une quinzaine de smartphones sous Android pour afficher les notifications.



# La haute résolution

L'audio a cette faculté de toujours trouver un nouvel espace d'expression, sans doute aussi parce qu'il est question de musique et donc surtout d'émotion au-delà du rationnel. Après des années de croissance sans discontinuer, le casque est en repli ce qui n'est guère étonnant au vu du nombre de modèles vendus depuis quelques années. La multiplication de l'offre a sans doute aussi eu pour effet pervers de banaliser l'aspect mode du casque qui faisait que l'on en changeait au gré de son humeur. Des prix souvent abusifs par rapport à la qualité ont sans doute aussi refroidi les ardeurs du consommateur, à l'image de Beats qui domine toujours outrageusement le marché mais dont les ventes en nette baisse ont fait baisser le marché dans son ensemble. À l'opposé, le casque audiophile se porte toujours aussi bien, un peu à l'image de tout l'audio haut de gamme. Les passionnés sont prêts à payer pour la qualité. Seulement, rien ne sert d'acquiescer un casque à plusieurs centaines d'euros pour écouter des MP3 de piètre qualité. Or aujourd'hui, le numérique est quasiment devenu la source exclusive. Il était donc grand

temps que l'on se penche sur la question qui dépend comme toujours en premier lieu des sources. Les choses changent rapidement de ce côté avec par exemple le service en ligne Qobuz qui propose déjà une large bibliothèque en qualité sans perte. Même iTunes s'y est mis ! On peut aller encore plus loin avec des fichiers DSD de qualité maximale mais pour l'heure, seuls le Japon et les Etats-Unis sont concernés. On peut aussi se demander si cela fait sens, tant la différence devient ténue au-delà d'un certain niveau mais en Hi-Fi, ce n'est pas toujours la rationalité qui compte. Pour écouter ces fichiers, des appareils de restitution de bonne qualité sont nécessaires. Si la plupart des smartphones ne sont guère satisfaisants pour le rendu audio de haute qualité, certains sortent du lot comme l'iPhone 5S vraiment performant. Pour lire les fichiers haute résolution, télécharger un lecteur audio adéquat suffit. Mais pour les puristes, il faut aller plus loin comme par exemple Sony qui propose un baladeur audiophile,



des amplificateurs de sources numériques et même un label Hi-Res Audio apposé sur tous les appareils compatibles. L'audio multiroom est l'autre tendance lourde. Après des années de tâtonnement et un défrichage fait par Sonos, le réseau WiFi domestique omniprésent et les smartphones / tablettes ont créé les conditions nécessaires à l'avènement grand public du concept. Et tous les spécialistes de l'audio comme les généralistes de l'électronique s'y engagent. Reste à vérifier l'ergonomie des différents systèmes, car c'est ce qui importe réellement.

## Astell & Kern

### baladeur audiophile ultime

■ **Marque émanant de iRiver, Astell & Kern a su anticiper la tendance vers un son numérique audiophile pour alimenter les casques très haut de gamme qui se multiplient.** Passer au FLAC en 24 bits / 96 KHz change tout et celui qui n'entend pas la différence devrait se contenter d'un casque à 100 euros. Mais Astell & Kern ne s'arrête pas en si bon chemin et lance le AK240 qui traite les fichiers sans perte jusqu'aux DSD à 5,6 Mbits/s, soit ce qui se fait de mieux en matière d'enregistrement numérique. C'est déjà un bel objet en duraluminium, quoique franchement volumineux et lourds pour un baladeur (185 grammes). L'écran tactile AMOLED de 3,3 pouces assisté d'une grosse molette rend les commandes intuitives. Avec 256 Go, la mémoire est largement dimensionnée et il est encore possible de l'étendre grâce à un lecteur micro-SD. Le 240 est également WiFi pour le téléchargement direct. Évidemment, c'est le DAC qui importe surtout, soit le processeur qui décode le fichier musical en analogique. C'est tout simplement le meilleur du marché qui a été

retenu par Astell & Kern, le Cirrus Logic CS4398 qui décode chaque canal séparément. Cirrus Logic s'est spécialisé dans le DAC et cette puce se retrouve notamment dans des décodeurs destinés aux musiciens. Bien sûr, avec un fichier DSD encore difficile à trouver en France, la qualité est parfaite mais on peut aussi se demander si la différence avec du FLAC 96 KHz comme en propose Qobuz est réellement audible. Avec ce baladeur, on se retrouve dans le monde mystique de la Hi-Fi haut de gamme où la passion l'emporte sur la raison. D'ailleurs, le prix du 240 n'a pas encore été annoncé mais gageons qu'il devrait se situer autour des 2 000 euros.



## Audio Technica pour chaque situation



■ **Audio Technica propose une très large gamme de casques et qui s'adresse à des publics et des situations très différents.** La gamme Sonic Fuel cible les jeunes en mouvement et les modèles CHX7 et 51S à 69 et 39 euros sont des intra-auriculaires non intrusifs pour ceux qui n'aiment pas avoir un embout dans les oreilles. Pour autant, ils assurent un bon maintien et un bon couplage. L'OX7AMP est un casque très particulier car il intègre un amplificateur sur piles pour plus de dynamique. Le résultat est très impressionnant et son prix est de 300 euros. Audio Technica se lance à son tour dans le casque de gaming avec deux modèles : un fermé et un ouvert. Ce dernier est particulièrement réussi avec un look moderne. À l'écoute, on est impressionné par l'impact mais aussi par la restitution de tout le spectre sur des casques aidés, il est vrai, par des haut-parleurs géants de 53 mm. Le port est extrêmement confortable. Le tout devrait vraiment plaire aux joueurs fortunés car l'AD61 ouvert vaut 300 euros, alors que l'A61 fermé en vaut 250. Enfin, le casque Solid Bass WS33X impressionne par des graves incroyablement percutantes à un prix tout doux de 79 euros. Un must pour la musique électro ou techno !



## Klipsch du jeu aussi

■ **Klipsch avait pris un beau stand dans le hall central mais avec peu de nouveautés à montrer.** Deux pour être précis ! Il s'agit de casques pour le jeu car comme tous ceux qui fabriquent un casque, Klipsch se lance à son tour dans le gaming. Le KG-200 est un modèle filaire vendu 130 euros et le KG-300 est le même sans fil en Bluetooth. Le look est sympa, le confort de port semble très bon et il y a des commandes directes sur le casque.

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

IMAGES CHOC ! IMAGES CHOC !



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

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

face à l'urgence du problème ! « Ça a commencé le jour de mon déménagement dans mon nouvel appartement », raconte Louis-Lucien M., une victime fondée.

DOSSIER SPECIAL

se d'Aix-la-Chapelle réin

dLAN® 500 WiFi



## ENFIN LE WI-FI DANS CHAQUE PIÈCE

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



Plus d'information:  
[www.devolo.fr/wi-fi](http://www.devolo.fr/wi-fi)

# devolo

The Network Innovation

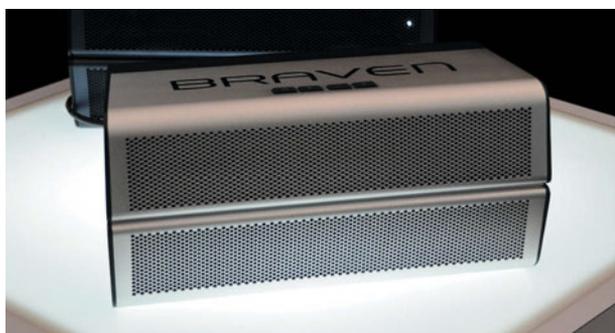


# Audiofly

## un musicien dans l'oreille

■ **Créée par des musiciens, cette marque de casques atypiques s'est focalisée sur les intra-auriculaires dont la particularité est d'afficher un son plus chaud et plus rond que ce proposent habituellement ce type d'écouteurs.** Pour cela, ils utilisent des drivers très particuliers. Le look est également très soigné et s'inspire des instruments de musique, comme par exemple un câble tressé qui rappelle celui d'une guitare et qui en affiche la résistance.

Audiofly étoffe désormais sa gamme de modèles vraiment haut de gamme. Ainsi, l'AF120 à 250 euros dispose de deux haut-parleurs, un équilibré et un dynamique. L'AF140 en intègre trois dont un dynamique à 350 euros, le AF160 en intègre trois équilibrés à 450 euros et l'AF180 même quatre pour 550 euros. Audiofly nous a aussi montré le prototype d'un casque supra-auriculaire fermé qui s'ajuste automatiquement à votre tête et qui semble très prometteur.



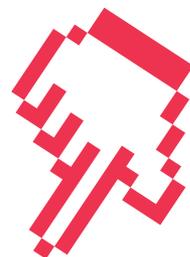
# Braven

## music everywhere

■ **Le fabricant américain d'enceintes Bluetooth de qualité s'attaque lui aussi au multiroom avec des enceintes pour le moins costaudes.** Le système s'appelle Vibe et l'enceinte Station en est le cœur car c'est elle qui se connecte au réseau domestique en WiFi. Malgré sa taille et son poids imposants, elle est alimentée par batterie. Car le système est conçu pour être portable et en dehors du réseau domestique, il est possible d'utiliser le smartphone pour créer le réseau WiFi nécessaire. L'équipement est conséquent avec un subwoofer de cinq pouces, deux tweeters, deux médiums et un radiateur passif. Le niveau possible est énorme et une station suffit à organiser une petite soirée. L'enceinte est également Bluetooth pour du streaming direct. Le système se pilote par une application smartphone / tablette iOS et Android ainsi que sous Windows. Les sources peuvent être celles de l'appareil utilisé, un serveur DLNA, tout PC relié au réseau et également du streaming comme les web-radios ou les services de musique type Spotify. Il est possible d'envoyer différentes sources à plusieurs enceintes et même de créer des groupes d'enceintes. L'enceinte Replay est plus compacte et destinée à étendre le système. Le Vibe Link permet lui de relier tout appareil de restitution comme une chaîne audio en l'intégrant dans le système. Braven annonce aussi une nouvelle enceinte Bluetooth tout-terrain : la BRV-X. On se rappelle déjà l'excellente BRV-1, cette nouvelle version étant plus imposante et plus musclée. Affichant une puissance de 20 Watts, elle est résistante à l'eau et aux chocs. Son autonomie est de 12 heures et le prix annoncé est de 229 euros.

# Hercules

## Disco !



■ **Chez Hercules, c'est le clubbing permanent ! Le spécialiste du mix lance une platine DJ Control Wave conçue pour l'iPad.** Ce dernier servira à la fois de source musicale et d'écran tactile géant. Pour

autant, la platine a tout ce qu'il faut, deux énormes jog wheels, des curseurs et un contrôle sensitif tactile. Le tout est soutenu par des lumières qui flashent au rythme de la musique. À noter que l'iPad se pose sur la platine mais communique avec elle sans fil en Bluetooth. Plus prosaïquement, Hercules a misé sur la simplicité et l'ergonomie avec notamment des effets automatiques. Il est vrai que débiter semble facile. L'association de l'écran tactile de la tablette et la platine physique facilite la tâche. On lance le morceau à partir de l'iPad mais on peut aussi y doubler des commandes ou en avoir d'autres grâce au logiciel dédié Djuced, remanié pour l'occasion et disponible gratuitement. La platine DJ spéciale iPad sera disponible en avril à 300 euros. Et pour parfaire l'ambiance club chez soi, l'enceinte Bluetooth WAE Neo sera l'association idéale. Alimentée par batterie (huit heures d'autonomie) et affichant une puissance de 30 Watts, elle donne de la voix et surtout de la lumière tout en étant transportable. Une rampe de diodes tout autour clignote au rythme de la musique tout en changeant de couleur... L'application WAE revue permet aussi de paramétrer l'éclairage manuellement, en associant une couleur précise par exemple. Elle intègre aussi désormais l'accès aux services de musique en ligne tel que Spotify. Elle se connecte aussi à la platine DJ Wave pour synchroniser ses lumières avec elle. Tout ce qu'il faut pour animer une petite soirée chez soi en somme ! La WAE Neo sera également disponible en avril à 200 euros.

# iOn let's dance

■ **Spécialiste de l'accessoire pour faire la fête, iOn décline une gamme de plus en plus impressionnante.**

Le Mega Party est un système de sonorisation qui affiche 20 000 watts en crête ! Là on peut déjà organiser son propre mini-Festival en Open Air. Avec des subwoofers de 15 pouces dans des enceintes énormes, le niveau possible est assourdissant. La chose s'alimente en Bluetooth mais dispose aussi d'un lecteur de CD et d'une prise USB. Sans parler de deux prises micro pour du karaoké géant. Bien évidemment, chaque enceinte dispose d'une lampe stroboscopique qui émet au rythme de la musique... Le Mega Party est commercialisé 1 000 euros. Plus raisonnable, le Mega Party Express n'est constitué que de deux enceintes dont une sert de commande avec prise USB. Pour 600 euros, elle fait déjà du bruit. Pour 249 euros, vous pouvez casser les oreilles de votre entourage en jouant de la batterie



électronique.

Le Drumkit permet

aussi de relier une source

USB comme un ordinateur ou toute

source audio grâce au line-in. Autre bizarrerie, le Rock On est une enceinte Bluetooth sur batterie en forme de rocher qui résiste aux intempéries et affiche 48 heures d'autonomie pour 100 euros. Le best-seller de iOn, l'enceinte Bluetooth de bonne taille avec boule stroboscopique sur le dessus, passe en version 2. Le Party Rocker 2 dispose aussi d'une application désormais qui permet de gérer finement les effets de lumière. Toujours aussi démesuré, le Road Warrior est une immense enceinte de 200 Watts qui fonctionne en Bluetooth et qui est destinée à être placée dans le coffre d'une voiture pour émettre un bruit assourdissant. Les adeptes du tuning apprécieront. Malin, une petite cassette audio permet de transformer un ancien autoradio en récepteur Bluetooth pour 29 euros. Enfin, le Sound Lounge est un pouf sur lequel on s'assied et qui diffuse de la musique en Bluetooth pour 159 euros.

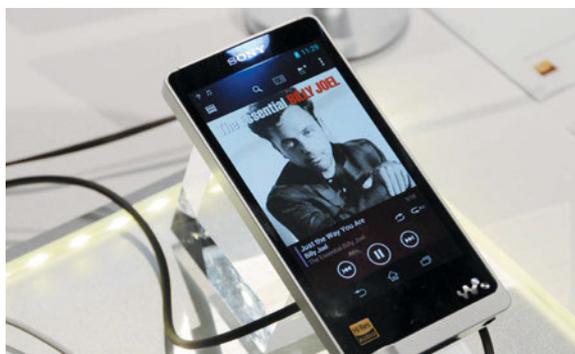
# Sony

## label Hi-Res Audio



■ **Sony confirme la tendance vers un son numérique de meilleure qualité et crée même un nouveau label baptisé Hi-Res Audio au logo qui n'est pas sans rappeler celui du Full-HD.**

Tous les produits compatibles sont capables de restituer des fichiers numériques sans perte comme les FLAC ou les DSD. En plus des amplificateurs audio déjà commercialisés, Sony lance trois systèmes home cinéma Hi-Res, deux 5.1 et un 2.1 à partir de 650 euros. Particulièrement intéressant, le NWZ-ZX1 est un baladeur capable de traiter des fichiers



jusqu'en 24 bits / 192 KHz. Il est équipé du meilleur convertisseur DAC de Cirrus Logic et sera vendu à 700 euros. L'enceinte Bluetooth et WiFi SRS-X9 est également estampillée Hi-Res Audio. Elle traite des fichiers en 24 bits / 192 KHz. D'une puissance de 154 W, elle intègre sept haut-parleurs et s'alimente bien évidemment par le secteur. Sony se lance également dans le support sonore pour téléviseur avec le TV Sound base qui supporte des écrans jusqu'à 30 kg. Le dessus est en verre inrayable et la finition est plutôt luxueuse pour un prix dans la norme de 400 euros.



# Samsung

## multiroom étendu

■ **Samsung se lance à son tour dans le son multiroom mais à grande échelle avec le WAM.** C'est un système très complet qui inclut aussi l'univers du téléviseur. Tous les éléments sont sans fil et se pilotent par une application sous iOS ou Android. Il y a notamment une barre de son et aussi un lecteur Blu-Ray. Pour les éléments audio plus anciens, un boîtier externe permet de les transformer en appareils multiroom. C'est un routeur WiFi qui crée le réseau. Le système comprend aussi des enceintes dédiées M5 et M7 à la fois Bluetooth et WiFi.



■ **C'est la tendance audio de 2014 et logiquement LG lance aussi un système multiroom.**

Pour l'heure, le Wireless Audio System se compose de deux enceintes qui sont à la fois Bluetooth, NFC et WiFi. Le système se pilote par une application sous iOS et Android avec la particularité de décoder des fichiers audio haute qualité jusqu'à 24 bits / 192 KHz, le son haute résolution étant l'autre tendance audio de l'année. L'enceinte NP 8740 affiche une puissance de 140 watts et la 8540 affiche 170 watts. LG lance également une nouvelle barre de son 4.1 avec caisson. Fine et élégante, elle dispose d'un bel afficheur frontal caché derrière la grille. LG décline aussi son support sonore dans une version qui intègre un lecteur Blu-ray et la Smart TV, le LAB540W.

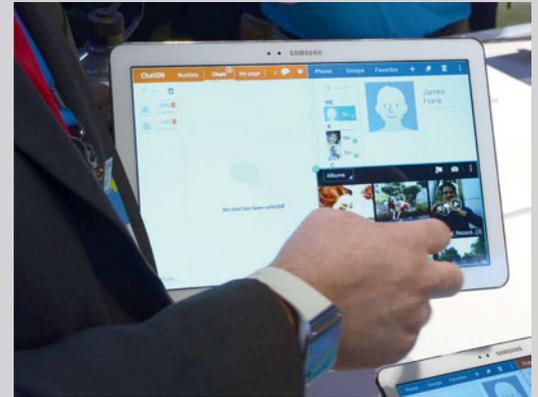


# Pas de révolution !

Si ces familles ne sont pas au cœur du CES, elles y sont tout de même représentées assez largement. Pour l'ordinateur, pas de grandes innovations. On peaufine les concepts existants, notamment les Ultrabooks et les convertibles sous Windows. On voit aussi de ci de là apparaître des ordinateurs sous Android et sous Google Chrome, pas encore de quoi inquiéter Microsoft mais avec un Windows 8 qui hésite encore entre le tactile et la souris ou du moins ne parvient pas à les intégrer l'un à l'autre, il y a sans doute de l'espace. Les tablettes et les téléphones s'affinent encore mais sinon pas de changements notables, si ce n'est l'adoption massive du nouveau processeur Atom d'Intel qui s'avère très performant, peu gourmand et abordable. La vraie révolution est à venir, le temps que les appareils mobiles intègrent le nouveau processeur Tegra K1 de Nvidia qui promet d'avoir sur tablette et sur téléphone les performances d'un PC actuel ou d'une console de salon, surtout d'un point de vue graphique. Cela pourrait bien chambouler

le marché du jeu vidéo ! Alors que le CES avait recueilli la photo après l'arrêt du salon PMA, on ne peut pas dire que les nouveautés marquantes se bousculaient, malgré la présence de tous les acteurs de renom. Il faut dire que le segment du compact s'écroule devant la montée inexorable du smartphone et que l'hybride a encore et toujours du mal à s'imposer (alors que pourtant les appareils ont tout pour plaire). Seule l'impression 3D toute nouvelle a connu une inflation de nouveautés sur le salon. Cela se traduit surtout par des imprimantes bien moins onéreuses, à partir de 600 euros et l'apparition de scanner 3D seuls à même de garantir un succès grand public. Car il faut quand même garder à l'esprit une certaine réalité de ce que le grand public est prêt à faire. Créer des objets 3D, même si c'est simple : sans doute jamais. Puiser dans des fichiers existants : déjà plus mais passé l'effet surprise, quel réel intérêt ? Dupliquer des objets que l'on possède : déjà un peu plus. Nous verrons au fil du temps mais il est probable

que l'impression et la création 3D finissent là où ils font sens en grand public, chez les amateurs de modélisme, de figurines, de bricolage et de création personnelle.



## Samsung tablettes d'élite

■ **Après s'être focalisé essentiellement sur des tablettes entrée de gamme, le constructeur annonce deux gammes à l'opposé.** La Note Pro inclut logiquement un stylet et affiche surtout une taille d'écran de 12,2 pouces d'une résolution de 2560 x 1600 pixels. Pour autant, le poids reste contenu à 750 grammes et la finesse est remarquable avec seulement 7,95 mm. La finition est en hausse mais le dos est toujours constitué de plastique imitation cuir avec fausse couture surpiquée, introduit par les smartphones et toujours aussi peu glamour. À l'intérieur, c'est le processeur octuple cœur de Samsung qui montre ses muscles. Les Tab Pro sans stylet se déclinent en 12,2, 10,1 et 8,4 pouces. L'apparence et les caractéristiques sont très similaires. La 10,1 pouces pèse 469 grammes (exactement le poids d'un certain iPad Air) et la 8,4 pouces se contente de 331 grammes. À noter que Samsung a ajouté un menu multifenêtres et multitâches très pratique. On peut ainsi partager l'écran en quatre sur la 12 pouces et redimensionner très facilement en tactile le rapport et la taille.

## Haier tablettes élégantes

■ **Haier poursuit sa conquête du marché des tablettes en misant toujours sur un design et une finition exceptionnelle à un tarif abordable.** Ainsi, le constructeur chinois devrait lancer sa première tablette sous Windows 8.1 dès avril. La Pad W1048 est équipée d'un processeur Intel Atom de dernière génération qui est très performant et rend toute activité parfaitement fluide. La tablette est également fournie avec Office. L'écran IPS affiche une résolution HD pour une diagonale de 10,1 pouces. Elle sera disponible en avril à 400 euros et fournie avec un dock



magnétique qui tient la tablette debout et fait office de clavier. La Pad 1043 est également dotée d'un écran 10,1 pouces mais Full-HD cette fois. La tablette dispose aussi d'une sortie mini-HDMI, de 16 Go de mémoire et d'un processeur quadruple cœur Rockchip cadencé à 1,6 GHz. Elle est aussi très fine avec 9 mm seulement pour 540 grammes. La finition est très sérieuse et le design est magnifique avec de beaux matériaux comme le dos en aluminium.



## Toshiba ultrabook ultime

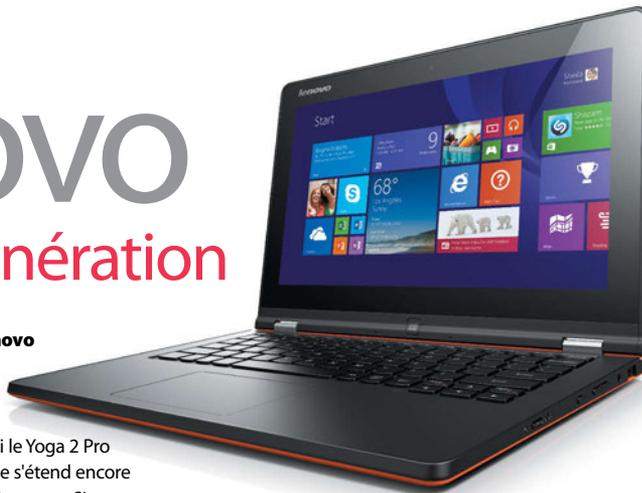
■ **Le Kira réunit à peu près tout ce que l'on peut faire de mieux dans un Ultrabook haut de gamme. L'écran de 13,3 pouces est en très haute définition, 2560 x 1440 pixels.** Il est évidemment tactile et jouit d'un contraste très élevé. Le châssis est en magnésium nid d'abeille, une matière à la fois très solide et vraiment légère. Le design est également très réussi tout comme la finition est parfaite. Le clavier est rétro-éclairé. À l'intérieur office un processeur Intel Core i7 très musclé assisté par un SSD de 256 Go. Malgré une grande finesse, on apprécie les trois ports USB, une sortie HDMI et un son étonnamment puissant. Logiquement, toute cette débauche de luxe à un coût, 1 599 euros pour être précis.

# Lenovo

## seconde génération

■ **Pour ce CES, le leitmotiv de Lenovo est la seconde génération de la plupart des innovations majeures introduites par le numéro un mondial de l'ordinateur l'an passé.**

Si le Yoga 2 Pro avait déjà initié cette évolution, la famille s'étend encore davantage avec le Yoga 2 en 11 et en 13 pouces. Si l'évolution du châssis est moins spectaculaire avec tout de même plus de finesse et une silhouette plus profilée, l'ordinateur convertible le plus convaincant du marché devient surtout très accessible à partir de 599 euros en 11 pouces et 799 euros en 13 pouces. À ce prix, le SSD a été remplacé par un disque dur de 500 Go mais l'écran passe au Full-HD. Évidemment, on retrouve les quatre modes du Yoga avec un écran qui se replie complètement au dos du clavier pour une transformation en tablette. Le



clavier est rétro-éclairé désormais. Le Horizon 2 est toujours un ordinateur tout-en-un 27 pouces qui se transforme en table tactile mais il s'affine considérablement, de 30% précisément par rapport au 1, pour une épaisseur de 19,5 mm seulement. Toujours doté d'une batterie, il est plus mobile et prend moins de place posé à plat sur une table. L'écran tactile passe en très haute résolution, 2560 x 2440 pixels. Désormais, 60 applications et jeux destinés à être utilisés en mode table sont fournis. L'interface tactile, qui permet de se montrer des photos et des vidéos à plusieurs assis autour, s'enrichit d'une fonction mobile pour smartphone. Grâce à l'application gratuite sur iOS et Android, on peut visualiser tout le contenu multimédia du téléphone sur la table. Il est même possible de prendre une photo et il suffit de secouer le smartphone pour que le cliché apparaisse immédiatement sur la table tactile. Le B750 est un nouveau tout-en-un doté d'un écran 29 pouces au format 21:9. Ce format panorama est particulièrement adapté pour regarder des films ou même jouer, d'autant que certaines versions sont dotées d'une carte graphique musclée. Le prix démarre à 1 199 euros. Le N308 est un tout-en-un de 20 pouces qui a la particularité de fonctionner sous Android 4.2. Il est livré avec un clavier et une souris sans fil mais peut aussi se mettre à plat pour un usage tactile et se transporter aisément grâce à la batterie intégrée qui autorise une autonomie de deux heures. Le prix annoncé est de 349 euros seulement.



# Asus

## transformation réussie

■ **Le champion de l'ordinateur mutant continue sur sa lancée avec la deuxième version de sa tablette géante qui fait office d'ordinateur.**

Si la partie Windows demeure inchangée dans le socle, la partie tablette du P1802 est désormais équipée d'un processeur Nvidia Tegra 4 pour plus de fluidité sur l'affichage 18,4 pouces. Le prix démarre à 1 200 euros. La tablette Vivo Tab Note 8 fonctionne sous Windows 8.1 et elle est équipée d'un processeur Intel Atom quadruple cœur de dernière génération dont on connaît les bonnes performances. L'écran HD se dote également d'un stylet Wacom toujours pratique pour les applications classiques du bureau. Pesant seulement 380 grammes, la Note 8 ne vaut que 300 euros. On se souvient du convertible Trio avec un écran / tablette Android et une base Windows, chacun disposant de son processeur. Asus lance maintenant le Transformer Book Duet plus simple avec un seul processeur Intel Core i intégré dans l'écran. La base détachable ne comporte plus que le clavier et de la connectique. Ce convertible est en revanche toujours hybride car on peut choisir entre Windows et Android, le basculement se faisant en quelques secondes par un bouton à l'écran ou par une touche du clavier.

# Nvidia Tegra K1

## performance mobile

■ **Nvidia vient de lancer son nouveau processeur Tegra, le K1. Si l'appellation est en rupture avec les versions précédentes, c'est aussi pour marquer l'avancée que signifie cette nouvelle mouture.** Il s'agit ni plus ni moins d'apporter aux appareils mobiles, smartphones et tablettes des performances graphiques similaires à ce que l'on trouve sur un PC haut de gamme ou sur une console de salon. Nvidia affirme même que le Tegra K1 est « plus performant qu'une Xbox 360 ou une PS3 ». Pour cela, le processeur est équipé de 192 cœurs et intègre 4 Go de mémoire. Il affiche une performance plus de deux fois supérieure à ce que propose le dernier A7 d'Apple que l'on trouve dans l'iPad Air tout en consommant deux fois moins, toujours d'après Nvidia. Mais au-delà de cette annonce de puissance brute finalement peu parlante, ce sont surtout les possibilités graphiques qui sont hallucinantes. Ainsi, les développeurs retrouvent un environnement de programmation très similaire à ce qui se fait sur PC, à la fois au niveau des possibilités et des performances (direct X11 et Open

GL 4.4). Ainsi, il est déjà très facile de porter un jeu PC ou console nouvelle génération sur Android pour Tegra K1. Nvidia affirme avoir mis moins d'une semaine pour adapter un jeu PS3 sur Tegra K1 mais surtout, le rendu graphique possible est époustouflant. Ainsi, il est possible de faire fonctionner de manière parfaitement fluide le moteur graphique Unreal Engine utilisé pour un grand nombre de jeux sur PC ou sur console. Nvidia nous a montré quelques démonstrations particulièrement impressionnantes comme un visage humain qui sur un écran de tablette est absolument photo-réaliste au point que l'on dirait de la vidéo. La démonstration Island montre une île qui se crée avec une végétation luxueuse et un niveau de détails incroyable. C'est au point que l'on peut se demander à quoi cela servira encore à l'avenir d'avoir un PC ou une console de salon pour jouer alors que le téléphone propose la même chose en le reliant au téléviseur. La version 32 bits du Tegra K1 sort au premier

semestre de cette année et pour la version 64 bits il faudra attendre le second semestre. Nvidia nous a aussi déclaré que dans peu de temps, plusieurs smartphones et tablettes équipés en Tegra K1 allaient être annoncés.





## Intel, l'informatique de perception

■ **L'Intel Real Sense est un petit module qui sera à terme intégré dans les ordinateurs portables à côté de la webcam.** Mais à quoi sert-il ? C'est une nouvelle interface homme-machine basée sur la gestuelle et la perception de l'attitude de l'utilisateur. Intel ne cache pas ses ambitions en mettant à disposition des OEM un kit de développement sous la forme d'une webcam externe. Derrière cette technologie de pointe qui permet de contrôler son ordinateur du bout du doigt, il y a une petite société belge, Soft Kinetic. On attend les premiers PC dotés de cette technologie remplaçant du touchpad et de la dalle tactile courant 2015.

## Netgear

le réseau intelligent



■ **Le Nighthawk est le routeur de tous les superlatifs. Déjà, il est à la norme WiFi la plus rapide en AC 1,9 GHz mais surtout, il gère le réseau de manière intelligente.** Ainsi, quel que soit le mix d'appareils connectés en AC et en N, il assure un débit optimal pour tous sans intervention de l'utilisateur. Plus fort encore, il détecte les téléchargements et partage la bande passante de manière optimale s'il y en a plusieurs sur des appareils distincts. Il propose même une prise USB 3 qui permet de connecter un disque dur externe et de l'utiliser pour faire de la sauvegarde intelligente en un clic ou programmée automatiquement. Le Nighthawk vaut 180 euros. Le Trek est un routeur mobile très pratique qui vaut 50 euros. Il peut capter le WiFi, par exemple dans un hôtel, pour le distribuer à plusieurs appareils de manière optimale et sans surcoût. Il peut aussi se connecter en Ethernet filaire si le WiFi ne fonctionne pas bien. Enfin, le Trek peut aussi servir de point d'accès et même de répéteur WiFi. Ce véritable couteau suisse du réseau mobile est alimenté par le secteur ou en USB.



## Acer dans la continuité

■ **Pas beaucoup de nouveautés chez Acer mais plutôt des mises à jour. Comme déjà à l'IFA et au CES de l'an dernier, le constructeur semble ne pas vouloir utiliser ces deux salons pour des annonces marquantes.** Le Z5 est un smartphone cinq pouces doté d'un processeur Mediatek double cœur vendu 170 euros. La tablette B1-720 est une sept pouces HD dotée du même processeur et de 16 Go à 130 euros. La A1-830 est plus marquante en huit pouces car son design est vraiment soigné et son épaisseur réduite avec 8 mm seulement. Elle est dotée d'un processeur Intel Atom de dernière génération qui devrait lui garantir de bonnes performances. Son prix est de 170 euros. Le Z3-800 est un tout-en-un de 21,5 pouces qui peut se mettre à plat et fonctionner sur batterie pour faire office de table tactile. Son prix démarre à 700 euros.



## Sony le même en plus petit

■ **Contrairement aux autres constructeurs, Sony réduit la taille d'écran de son smartphone phare sans toucher aux autres caractéristiques.** Le Z1 Mini affiche ainsi une diagonale d'écran de 4,3 pouces avec une résolution HD. Le processeur est le même et procure des performances de tout premier plan. Étanche, le Z1 convainc par une très belle finition et une finesse extrême pour un poids plume. Le prix devrait avoisiner les 500 euros ce qui est cher pour un smartphone Android de cette taille mais toujours plus abordable que l'iPhone...



## Asus smartphones en nombre



■ **Le fabricant avait déjà fait des incursions dans le domaine de la téléphonie mais désormais il se lance vraiment avec une gamme complète.** Déjà, Asus décline son concept de poupées russes avec un smartphone qui s'insère dans une tablette pour en devenir le composant électronique. Le Padfone Mini se compose donc d'un smartphone quatre pouces HD animé par un processeur Intel Atom de dernière génération très performant et doté d'un capteur photo 8 Mpixels. Son poids n'est que de 116 grammes. Il s'insère dans une coque tablette sept pouces munie de batteries supplémentaires qui pèse 260 grammes. L'ensemble demeure donc léger et ne coûte que 300 euros. C'est raisonnable mais au même prix on peut avoir une tablette et un smartphone aux caractéristiques équivalentes... En parallèle, Asus lance la gamme Zenfone. Elle démarre avec un quatre pouces non HD et capteur photo 5 Mpixels vendu 149 euros appelé Zenfone 4. Le 5 dispose d'un écran cinq pouces HD et d'un capteur 8 Mpixels pour 200 euros. Enfin, le 6 intègre un écran six pouces HD et un capteur 13 Mpixels pour 300 euros. Asus aura fort à faire sur ce segment très convoité où la concurrence est rude mais pourra compter sur un design très fin et très réussi, tout comme sur des processeurs Intel de dernière génération. Asus intègre aussi Zen UI, une surcouche Android qui simplifie l'interface et ajoute de nombreuses fonctions, notamment photos.



## Panasonic zoom miniature



■ Parmi les quelques annonces photo du CES 2014, on retiendra surtout le ZS-40. Il s'agit d'un compact intégrant un capteur 18,1 Mpixels doté d'un zoom Leica 30x avec des prétentions expert et la capture d'image au format RAW. Selon le constructeur, c'est « l'appareil photo 30x le plus

compact du monde ». Côté connectivité, l'appareil dispose du NFC, du GPS et du WiFi. Surtout, il dispose aussi d'un petit viseur électronique, ce qui est rare à ce niveau de compacité. Le prix en revanche est sur le haut de la tranche avec 450 euros.

## Samsung visée orientable

■ Le NX30 est un hybride en forme de reflex. Techniquement, l'appareil embarque un capteur 20 Mpixels capable de monter à 25 600 ISO. Le WiFi et le NFC sont de la partie mais étrangement pas de GPS. Surtout, le NX30 sort de l'ordinaire avec son viseur électronique orientable très confortable de 2,35 Mpixels qui n'est pas sans rappeler un certain Panasonic GX7. L'écran AMOLED de trois pouces est tactile, orientable et passe à 1,04 Mpixels. On pourra donc déclencher de façon tactile.



## Fujifilm bridge tous temps

■ On avait déjà plus ou moins enterré le bridge, l'appareil au look reflex à objectif non interchangeable et doté d'un viseur électronique mais en Gaule, on résiste et le bridge se vend toujours bien ! Fujifilm en profite pour annoncer le premier bridge tous temps, le S1. Il n'est pas étanche mais capable de s'accommoder d'un peu de pluie et de beaucoup de poussière. Il sera donc adapté à un usage outdoor ce que confirme son zoom extrême de 50x équivalent 24-1200 mm. De quoi sérieusement rapprocher le sujet. Pour que la photo ne soit pas floue à une valeur si extrême, une stabilisation optique est de la partie, tout comme un capteur CMOS à un nombre de pixels raisonnable (16 Mpixels) pour une bonne montée en sensibilité. L'écran orientable permet de viser en toute circonstance et les photos pourront être transférées en WiFi. Le S1 filme également en Full-HD.



## Matterform



### la photocopie 3D accessible

■ Matterform est une petite société qui s'est lancée dans ce qui manquait jusqu'ici à l'impression 3D : le scanner pour réaliser enfin une photocopie 3D. La technique

employée utilise une simple caméra et deux faisceaux laser. L'objet tourne lentement sur son plateau. La résolution annoncée est celle d'un cheveu. Mais il faut aussi dire que cette précision se fait au prix d'une lenteur d'exécution certaine. Pour les plus impatientes, on obtient un résultat correct en 14 minutes. Le prix de la petite mallette et de son logiciel est de 580 euros, le tout sera disponible chez nous en cours d'année.

## Da Vinci démocratise l'impression 3D

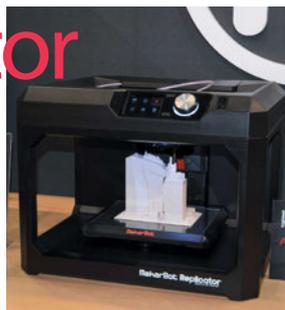
■ Jusqu'ici, si vous vouliez une imprimante 3D performante et pas trop chère, le mieux était encore de l'acheter en kit et de la



fabriquer vous-même. Da Vinci met un coup de pied dans la fourmière avec ce modèle à 500 dollars (donc sans doute hélas 500 euros chez nous). Évidemment à ce prix, l'imprimante ne dispose que d'une simple interface USB. Elle sera disponible en mars partout dans le monde. Pour l'instant, elle utilise des recharges en ABS mais on nous promet du PLA (un matériau moins dur issu de la culture du maïs) sous peu. Le volume d'impression est limité à 15 x 15 x 5 cm. La marque gère les fichiers STL et dispose d'une base de données de modèles, mise à la disposition des utilisateurs via une application Cloud. Il existe aussi une version 2.1 du Da Vinci qui permet d'imprimer un peu plus grand et en WiFi pour 650 dollars, une démarche commerciale très agressive donc.

## Replicator une solution 3D complète

■ Pour tout maîtriser du scannage à l'impression, la société Makerbot commercialise tout ce qu'il faut. Le Makerbot



Digitizer est un scanner 3D permettant de dupliquer numériquement des objets jusqu'à 20 cm de côté. Il est commercialisé pour 800 euros environ et fonctionne à l'aide d'une caméra et de deux faisceaux lasers, une solution somme toute assez classique. Il faut 12 minutes pour scanner un objet d'environ 5 cm de côté mais en prenant quelques précautions. Par exemple, s'il y a des surfaces transparentes, elles doivent être recouvertes au préalable. Une fois scannés, les objets peuvent être imprimés grâce aux Replicator. Cette série d'imprimante existe en plusieurs tailles, de 1 400 à 2 900 euros. Et c'est de loin la solution la plus aboutie que nous ayons vu sur le salon en restant dans le domaine grand public. Au-delà, on tombe dans le domaine professionnel et c'est une autre histoire, avec des prix commençant à 10 000 euros.

Entretien avec

**Stéphane Longeard,**  
Fondateur et dirigeant

# Anuman

## Le succès en ligne

Longtemps associé aux logiciels *Vie Pratique sur PC*, Anuman Interactive a depuis quelques années radicalement changé de stratégie en se focalisant sur les contenus dématérialisés et en enrichissant son offre côté jeux vidéo et applications pour enfants.

Stéphane Longeard, Fondateur et dirigeant de la structure, fait un point avec nous sur la situation de la société et souhaite tirer, en tant qu'éditeur, la sonnette d'alarme en ce qui concerne la production « made in France ». Par Patrick Hellio

### JDLI : Comment se présente aujourd'hui la société Anuman Interactive ?

**Stéphane Longeard :** Suite à l'acquisition de la société par le groupe d'édition Media-Participations (Le Lombard, Dargaud, Dupuis, Citel Vidéo, Fleurus...), ndlr) en 2009, nous avons opéré un virage en nous recentrant intégralement sur les développements multi plateformes dématérialisés (iOS, Android, PC, Mac et dès que possible navigateur Internet) et avec une portée internationale. Nous avons stoppé totalement notre activité de distribution de logiciels physiques il y a un peu plus de deux ans maintenant, en nous recentrant sur la production de contenus numériques. Nous avons fait plusieurs acquisitions ces dernières années comme la marque historique *Microids* (spécialiste du jeu d'aventure), les licences les plus populaires de *Mindscape* (*Horse Star*), le catalogue de *Nobilis* dont notamment *Moto Racer* dont nous préparons un quatrième opus, sans oublier une partie du catalogue de *White Birds* concernant les propriétés intellectuelles créées par *Benoit Sokal*. Ces investissements ont dû représenter un budget de deux millions d'euros environ au cours des quatre dernières années, entre l'achat des licences et la mise à jour du catalogue. Nous nous sommes également portés acquéreurs de marques de journaux spécialisés qui ont eu leur heure de gloire mais qui ont aujourd'hui disparu des kiosques dont *Joystick*, *Tilt* et *Kid's Mania*. A partir de *Joystick*, nous avons créé le

label *Joystick Replay* qui regroupe notre activité dédiée aux remakes/retrogaming, d'autres projets sont à venir et nous souhaitons relancer prochainement les *Tilt d'Or* ! Nous avons par ailleurs ouvert un bureau à Shanghai depuis un an et demi, ce qui nous permet de nous attaquer au marché asiatique que l'on sait difficile mais en pleine expansion (notamment sur le territoire Chinois). Aujourd'hui, Anuman Interactive réalise environ 80% de son chiffre d'affaires en dehors de la France.

### Combien de titres avez-vous au catalogue ? Combien vendez-vous de jeux chaque année ?

Anuman Interactive représente aujourd'hui environ 2 000 références. Côté ventes, je peux vous donner le chiffre d'un peu plus de deux millions de téléchargements par mois sur iOS et Android. Dans notre activité, la part réalisée sur mobiles est désormais quasiment équivalente à ce que nous réalisons sur PC et Mac, tant sous forme digitale via les plateformes *Steam*, *Big Fish*, *Orange* que via les ventes physiques en retail de nos partenaires à qui nous commercialisons les licences comme *Just For Games* en France, *SAD* et *Rondomedia* en Allemagne.

### Comment se répartissent vos ventes sur mobiles entre iOS et Android ?

L'iOS représente environ 85% de nos ventes contre seulement 15% pour Android. Le principal problème de



## Fiche technique

**Nom :** Anuman Interactive

**Statut :** Filiale du groupe Media Participations

**Date de création :** 2000

**Nombre d'employés :** 35

**Chiffre d'affaires 2012 :** 5,92 millions d'euros

# nteractive

la plate-forme Android pour le jeu vidéo est que le public y est habitué à consommer gratuitement... Le nom Google est intimement lié à l'idée de gratuité. La principale source de revenus dans les jeux mobiles, aujourd'hui, c'est l'in-app purchase, l'achat de contenus payants au sein d'un titre téléchargé gratuitement ou à bas prix.

### Comment travaillez-vous avec Microsoft autour de Windows Phone ?

Les relations sont actuellement compliquées entre les personnes de Microsoft et nous. Ils aimeraient accueillir nos catalogues de contenus sur Windows Phone et

Windows 8 RT, mais ils nous imposent en retour des contraintes lourdes (réécriture des applications en OpenGL, intégration d'Azure...), très peu d'aides financières et surtout peu de perspectives de chiffre d'affaires au final. Bien évidemment, l'adaptation ou le portage de nos applications présentent un coût pour nous et il est impensable d'aborder ces nouveaux supports sans aides de la part de Microsoft. Un géant comme Gameloft est présent sur leur plate-forme mais c'est avant tout Microsoft qui a dû payer pour les faire venir. Et quand on passe après Gameloft, il ne reste plus de budget pour inciter les plus petites structures à porter leurs titres sur Windows. J'ai clairement dit à Microsoft

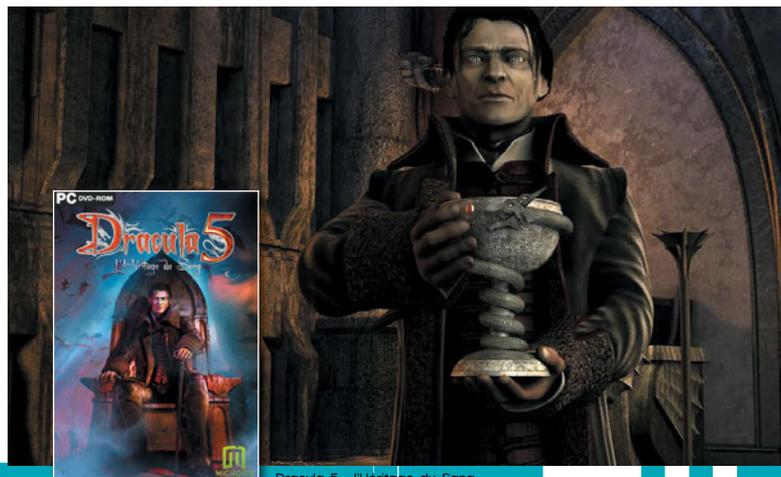
que s'ils ne participaient pas financièrement aux portages, nous ne viendrions pas, surtout vu le peu de revenus générés sur ces plates-formes à l'heure actuelle.

### Quelles sont vos meilleures ventes ?

En chiffre d'affaires, notre best seller est l'application d'architecture Home Design 3D qui représente 800 000 téléchargements par mois à lui seul (5,99 euros en version standard, 9,99 euros en édition Gold) et presque 10 millions d'utilisateurs sur iOS et PC. Le jeu Moto Racer 15th Anniversary est également un titre qui fonctionne très très bien.

### Anuman Interactive dispose-t-il de studios de développement internes ? Comme se passe le sourcing de vos produits ?

Non, nous travaillons uniquement avec des studios en externe depuis quelques années. Nous avons externalisé intégralement la production au moment où Anuman Interactive a intégré le groupe d'édition Media-Participations. Travailler avec des entités externes tisse, je pense, des relations de travail plus efficaces avec les studios. Qui sont, soulignons-le, traités comme des partenaires à part entière avec toujours un intérêt sur les résultats. Nous travaillons aujourd'hui avec près de 25 structures de développement en France, contre une petite dizaine il y a encore deux ans, avec qui nous nous efforçons de créer des relations à long terme. Nous avons monté ce que nous appelons des « usines à fabriquer des jeux ». Ce sont des structures de taille contenue, qui emploient



Dracula 5 : l'Héritage du Sang





Home Design 3D



moyenne entre 10 et 15 personnes auxquelles nous confions nos productions en fonction de leurs savoir-faire propres. Nous fidélisons et incitons à la spécialisation : Little Worlds Studio à Lyon (69), par exemple, travaille sur nos jeux de time management et doit avoir une douzaine de titres à son actif, M-Zone Studio à Pornic (44) réalise depuis quatre ans maintenant nos jeux d'objets cachés, une trentaine de titres à ce jour, Artefacts Studios travaille sur les jeux de racing...

Nos partenaires ont toujours les mêmes contraintes : développer les titres sur iOS, Android, PC, Mac et Web si possible, les rendre compatibles avec l'implémentation de différentes langues et enfin ils doivent intégrer un module propriétaire qui permet de connecter les applications entre elles, favoriser le partage sur les réseaux sociaux et regrouper des données utiles pour faire évoluer les applications. Nous faisons travailler aujourd'hui plus de 200 personnes en France.

**Malgré ces multiples développements locaux, vous vous dites déçus par les aides au financement en France?**

Oui, je pense en particulier aux aides allouées en France via le CNC. Il y a deux ans et demi, alors que nous développons tous ces partenariats avec des studios français, nous avons présenté nos premiers dossiers de candidature. On nous a alors signifié que nous n'avions pas le droit de présenter des projets pour financement en tant qu'éditeur car ce sont les studios de développement et producteurs uniquement qui pouvaient alors en bénéficier, à condition d'être

possesseur de la propriété intellectuelle sur laquelle ils travaillent. Ecarter ainsi les éditeurs de l'équation a d'ailleurs conduit la commission à soutenir de nombreux projets qui n'ont jamais vu le jour, séduisants sur le papier mais sans réel projet d'édition derrière et voués à l'échec. Et ces enveloppes ont trop souvent été confiées à des studios qui fermaient quelques mois après avoir épongé leurs dettes ! Un autre regret que nous avons vis-à-vis de la commission du CNC est que les raisons du refus de soutenir un projet ne sont que peu détaillées ou argumentées. Alors que cela pourrait nous être riche en enseignements et nous aider à comprendre les

en France. Cette décision de remettre l'éditeur dans l'équation est probablement due au fait que certains éditeurs n'hésitaient pas à « récupérer » le financement du CNC obtenu par un studio, pour leur propre compte. En effet, ils déduisaient le montant de l'aide de la somme des royalties reversées au studio, par la suite. Tout ceci se faisait au détriment du studio. Malgré ces nouvelles modalités, la commission a rejeté jusqu'à présent et de manière très opaque notre dossier lié à la pré-production de Syberia 3, jugé « pas assez original »... Rappelons au passage que Syberia représente 2,5 millions de jeux vendus depuis une dizaine d'années et que ce projet va évidemment générer du

« Nous travaillons aujourd'hui avec près de 25 structures de développement en France, contre une petite dizaine il y a deux ans. »

décisions pour faire évoluer nos dossiers... Par comparaison, le Crédit d'impôt Recherche est très nomenclaturé et basé sur des règles plus limpides même si là encore, seuls les studios de développement peuvent en profiter...

**Un éditeur ne peut-il pas désormais présenter un projet auprès du CNC ?**

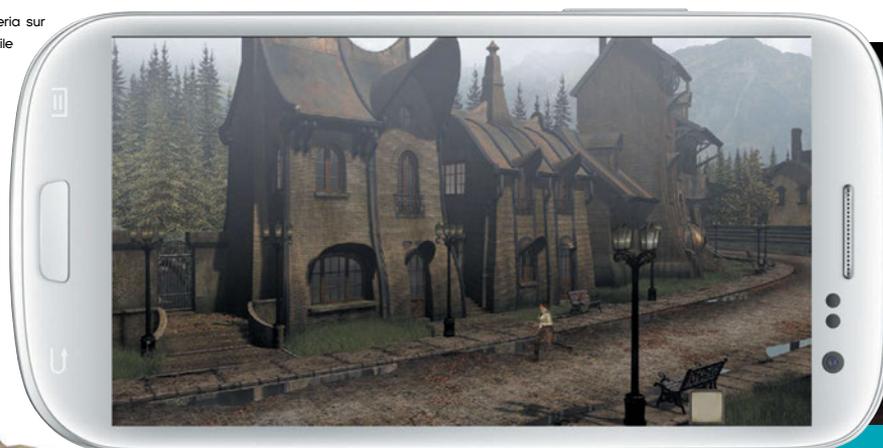
Depuis fin 2012, les modalités de la commission CNC ont été modifiées et un éditeur peut effectivement présenter un projet à condition de supporter la production dans le cadre évidemment d'un studio de développement situé

travail chez les structures de développement en France, sachant qu'il s'agit du plus important que nous ayons jamais mis en place. Autant de critères qui ne semblent à aucun moment pris en compte par la commission du CNC, on se demande d'ailleurs lesquels sont réellement retenus...

**Un avis qui vous semble donc peu fondé ?**

Oui, c'est assez incompréhensible. En montant ce dossier, notre objectif était également de signer cette importante production en rapatriant intégralement le développement en France alors que les deux précédents ont en partie été

Syberia sur mobile



créés au Canada. Mais quoi qu'il en soit, nous ferons tout de même ce jeu en France car nous avons un vrai savoir-faire ici et je trouve qu'il est toujours plus aisé de travailler avec des studios proches géographiquement. Nous allons présenter à nouveau le projet Syberia 3 auprès du CNC, ainsi qu'une demi-douzaine d'autres dossiers sur le premier semestre 2014. Une personne chez nous s'occupe désormais de préparer ces dossiers. Mais à long terme, si nous n'avons pas davantage de soutien pour la production en France, la question va se poser en ce qui nous concerne d'éventuellement aller travailler avec des studios au Canada, nous sommes d'ailleurs actuellement en discussions avec plusieurs structures là-bas... par la force des choses oserais-je dire !

#### **Le soutien aux éditeurs ne vous semble pas suffisant en France ?**

Bien sûr que non. Il faut savoir que faire développer Syberia 3 au Canada nous permettrait d'économiser près de 40% sur le budget total d'environ deux millions d'euros, les règles pour le financement y sont plus claires qu'ici. Nous sortons d'une phase au cours de laquelle bon nombre de studios de développement ont cru pouvoir profiter des plates-formes digitales pour s'auto-éditer. On sait que cela fonctionne pour une infime fraction d'entre eux mais que pour les autres, le soutien d'un éditeur est capital. En France, nous ne sommes plus qu'une poignée d'éditeurs, Focus Home Interactive, Bulkypix, Big Ben, ou encore Ankama, à pouvoir faire travailler les studios français ! Dont les rangs ne cessent de se clairsemer... Aujourd'hui, il est capital que nous soyons soutenus.

#### **Vous montez une opération annuelle visant à attirer de nouveaux talents. En quoi consiste-t-elle précisément ?**

Depuis trois ans, nous avons monté un financement de projets auprès des studios français et le choix se fait, ici, sur des critères exclusivement éditoriaux ! Chaque année, nous avons une enveloppe qui correspond symboliquement à 10 000 euros par année d'existence d'Anuman Interactive (130 000 euros en 2013, 140 000 cette année) et cette somme est allouée à des projets qui nous sont soumis par les studios, des développeurs indépendants ou des étudiants en France et dont nous repérons le potentiel. En 2012, pour les 12 ans d'Anuman, nous avons une enveloppe de 120 000 euros et nous avons reçu une centaine de projets. Cette opération qui a exceptionnellement porté sur 200 000 euros a permis la création de deux titres dont 9 Elephants qui sort actuellement, un jeu d'aventure et d'enquête dans le Paris des années 30 et Hospital Manager, un titre de gestion dans le milieu hospitalier. Cela a été pour nous chaque fois l'occasion de travailler pour la première fois avec de nouvelles structures. Nous avons pris du retard pour la sélection 2013, mais l'heureux gagnant sera très prochainement annoncé.



« Si nous n'avons pas davantage de soutien pour la production en France, la question va se poser en ce qui nous concerne d'éventuellement aller travailler avec des studios au Canada. »

#### **Combien de temps prend en moyenne le développement d'un jeu ?**

Entre six et huit mois environ quand tout se passe bien, en dehors de certaines grosses productions comme Syberia 3. On peut monter à 12 mois quand des difficultés se présentent. Cela représente environ 25% des cas de figure et c'est avant tout lié à des changements de modes de consommation. Comme le passage du Premium au Free-to-play qui demande de revoir en profondeur la manière dont fonctionne un titre.

#### **Comment s'articulent les différents labels dans votre catalogue ?**

La marque Anuman est, historiquement, liée à nos produits dédiés vie pratique et c'est toujours le cas sur mobiles, PC et Mac. Microïds est notre label destiné aux jeux d'aventure et aux jeux d'objets cachés. Kid's Mania regroupe nos logiciels destinés aux enfants et Joystick Replay accueille les rééditions de jeux retro. Microïds Games for All est un label qui accueille les jeux pour toute la famille. Dans un autre registre, via la marque Joystick, nous aimerions proposer à la vente des reproductions des numéros du fameux mensuel

spécialisé, des collector dont on pourra commander l'exacte réplique du numéro de son choix. Je rêve également de faire relancer le magazine, lorsque nous aurons trouvé la bonne formule. Mais tout cela est encore en réflexion et les choses avancent peu à peu.

#### **Exploitez-vous les licences du groupe Media Participations ?**

Evidemment, nous y avons accès. La difficulté à laquelle nous devons faire face est que 95% des franchises du groupe sont franco-belges, ce qui limite la portée internationale que nous visons avec nos titres. C'est pourquoi nous avons lancé ce programme d'acquisition de franchises connues dans le monde entier en provenance des catalogues Mindscape, Microïds... Appartenir à un tel groupe est évidemment une force et nous offre des opportunités. Alors que nous travaillons sur le jeu Syberia 3, une bande dessinée basée sur cet univers est également en préparation et sera publiée par le groupe.

#### **Des changements dans l'organisation ont-ils eu lieu suite au rapprochement avec Media Participations ?**

Outre la gestion d'Anuman Interactive, je suis devenu responsable de tout l'aspect digital du groupe Media Participations. Ici à Montreuil, le nouveau pôle digital regroupe donc l'activité jeu vidéo (Anuman Interactive, ainsi que Gravity Europe qui est spécialisé dans les MMO avec par exemple le jeu Ragnarok) mais aussi Izneo qui propose des services d'achat et de location de bande dessinée numérique. Je supervise également l'éditeur Citel Video pour la partie dématérialisée. L'objectif du groupe a été de réunir les gens qui travaillent sur ces domaines dans un même endroit afin que les différentes filiales du groupe profitent des compétences acquises et créent des synergies entre elles. Le dématérialisé ne se travaille pas de la même manière et Media Participations l'a bien compris.



# Evolve, rendez-vous multijoueurs



■ **2K Games annonce un nouveau jeu à paraître cet automne, intitulé Evolve.** Si les informations se font encore rares au sujet du titre (il serait question de traque de proies sur une planète hostile), son pedigree parle pour lui puisque l'on sait qu'il est en développement actuellement sur PC, PlayStation 4 et Xbox One chez le studio américain Turtle Rock. Développeurs de Left 4 Dead pour Valve, on les sait passés maîtres dans l'art du jeu de tir multijoueurs en ligne. Evolve devrait proposer des cas de figure innovants dans ce domaine, comme le fait d'opposer quatre joueurs humains en vue subjective à un cinquième incarnant un monstre à jouer, lui, à la troisième personne. Affaire à suivre !

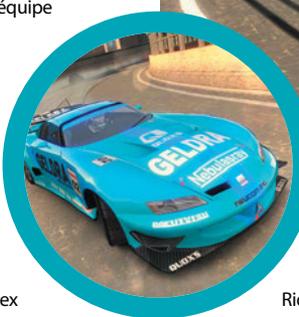


# Ridge Racer

met la gomme sur mobiles



■ Il y a quelques semaines, Namco Bandai publiait Ridge Racer Slipstream, un nouveau volet de la fameuse série de jeux de courses, cette fois spécialement concocté pour mobiles. Un développement qui a été dirigé depuis la filiale américaine de Namco Bandai, en partenariat avec un studio spécialisé dans les simulations, Invictus Games, une équipe expérimentée dans le domaine du jeu de course basé sur un gameplay tactile. Disponible sur machines iOS (une version Android est en préparation), le titre permet de participer aux courses de vitesse à bord de bolides survoltés, à grands renforts de ces dérapages contrôlés qui sont la marque de fabrique de la série. « Le jeu est proposé en Premium à 2,69 euros, auxquels peuvent s'ajouter des microtransactions », détaille Alex Adjaj, Director Global Strategy, Mobile sales & marketing chez Namco Bandai America. « Mais il est tout à fait possible de jouer à l'intégralité du jeu et de débloquer tous ses contenus sans dépenser le moindre centime supplémentaire. C'est un élément primordial pour les jeux reposant sur ce business model ». Douze voitures différentes sont incluses dans le jeu, avec 300 modifications possibles pour personnaliser l'apparence de son bolide. Différents modes de jeu sont proposés, depuis le mode carrière pour les plus assidus aux courses rapides à pratiquer entre deux



stations de bus. Ce n'est pas la première apparition de Ridge Racer sur mobile, l'éditeur rappelant qu'un titre était paru il y a une petite dizaine d'années sur Nokia N95, ainsi qu'un Ridge Racer Accelerated en 2009 sur iOS, reprenant la plupart des éléments de Ridge Racer 2 sur console PSP. Mais le nouveau Slipstream affiche de toutes autres ambitions. « Le développement du jeu a pris environ un an », précise l'éditeur, mobilisant en tout une petite trentaine de personnes. « La tendance est aux développements de plus en plus longs sur mobiles, avec la montée en puissance des capacités des mobiles et tablettes ». Créée en arcade en 1993, la série Ridge Racer a connu depuis pas moins de 25 déclinaisons différentes sur consoles, PC ou mobiles.

# Diablo, de la suite dans les idées



■ D'ici quelques semaines, les joueurs sur PC et Mac pourront se replonger dans l'univers de Diablo 3 avec la première extension dédiée au jeu, Reaper of Souls. Prévus pour le 25 mars, celle-ci dotera le jeu d'action/rôle d'un nouvel acte inédit, d'un nouveau personnage jouable supplémentaire (le croisé) et de nouvelles contrées à explorer pour mettre fin à la menace représentée par l'entité surnaturelle Malthaël. Les personnages pourront monter le niveau maximum à 70 désormais via cette extension. « Avec Reaper of Souls, nous ramenons Diablo 3 vers ses racines plus sombres et sanguinaires et nous offrons aux joueurs un nouveau moyen de vivre le jeu », souligne Mike Morhaime, Président de Blizzard Entertainment. Reaper of Souls est disponible en édition standard (39,99 euros en boîte ou téléchargement) ou en version Deluxe (59,99 euros) dotée de nombreux bonus. Côté consoles, les possesseurs de PlayStation 4 pourront patienter pour Diablo 3 : Ultimate Evil, une version comprenant le titre original ainsi que cette nouvelle extension (date de sortie non communiquée).

# Alien : retour aux sources



Adaptée moult fois en jeux vidéo, la saga Alien a la plupart du temps privilégié l'action pour faire monter l'adrénaline du joueur.

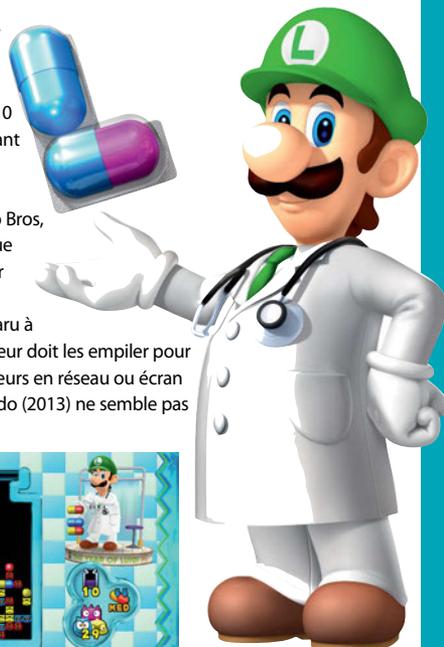
Sega annonce aujourd'hui un nouveau titre, Alien : Isolation, dont l'objectif est visiblement de revenir aux sources, « une expérience d'horreur et de survie en vue subjective qui retranscrira toute la tension et la peur du grand classique réalisé par Ridley Scott en 1979 ». Rappelons en effet que le film fondateur mettait principalement en scène un huis-clos spatial étouffant, avec une menace terrifiante incarnée par un seul Alien... mais quel Alien ! Ce jeu attendu pour la fin d'année entend donc revenir à la formule originelle en privilégiant l'ambiance et l'aspect survie face à une menace implacable. C'est le studio britannique Creative Assembly (Rome Total War, Shogun...) qui est aux commandes de ce développement sur PC, PS4, Xbox



One, PS3 et Xbox 360. Il s'inscrit dans la célébration des 35 ans du film de Ridley Scott, que Twentieth Century Fox entend avec diverses manifestations. C'est Koch Media qui se chargera de la distribution du titre en France.

# Luigi et classiques en téléchargement sur Wii U

En attendant les grands titres attendus pour cette année (Donkey Kong Country Tropical Freeze le 21 février, Mario Kart 8...), Nintendo alimente le catalogue de la Wii U via des productions inédites sur la plate-forme de téléchargement eShop. Paru fin décembre, NES Remix (10 euros environ) se présente comme une compilation de mini-jeux reprenant des séquences à la difficulté progressive de grands classiques de la toute première console de salon de Nintendo, la NES. Au fil des niveaux s'enchaînant, le joueur se replonge ainsi dans des extraits de Super Mario Bros, Donkey Kong 1 et Jr, The Legend of Zelda, Excite Bike... Avec pour chaque séquence un défi particulier à remplir. Un moyen original de se replonger dans des titres mythiques de la marque... Paru mi-janvier, Dr Luigi se présente quant à lui comme une nouvelle version du célèbre Dr Mario paru à l'époque sur NES. Des médicaments tombent du haut de l'écran et le joueur doit les empiler pour faire disparaître de dangereux virus. Quatre modes de jeu et du multijoueurs en réseau ou écran divisé sont proposés ici (15 euros environ). L'année de Luigi selon Nintendo (2013) ne semble pas encore bouclée !



# Far Cry, invitation aux voyages



En attendant d'en savoir plus sur un Far Cry 4, Ubisoft propose de réviser ses classiques via une compilation plutôt généreuse. Prévue pour le 13 février sur PC, PlayStation 3 et Xbox 360, Far Cry The Wild Expedition réunira Far Cry Classic, Far Cry 2, Far Cry 3 ainsi que l'épisode rétro-futuriste Blood Dragon. Quatre titres incontournables dans le domaine du jeu d'action en vue subjective, dans cette compilation qui sera proposée à 39,99 euros. Belle affaire !

# SimCity bientôt jouable hors ligne



Suite aux rumeurs de la fin d'année à ce sujet, Maxis (le studio à l'origine du jeu) vient d'annoncer par le biais de son General Manager Patrick Buechner que SimCity allait bientôt pouvoir se passer du Web lors des parties. Presque un an après la sortie du titre sur PC (7 mars 2013) qui a connu un lancement plein d'embuches, le développeur américain semble donc avoir écouté les doléances des joueurs à ce sujet. « Tout votre contenu précédemment téléchargé sera disponible pour vous à tout moment, n'importe où, sans avoir besoin d'une connexion Internet » a détaillé Patrick Buechner. Ce mode hors ligne sera donc l'une des principales nouveautés de la mise à jour (gratuite) 10.0 du jeu. Sa date de mise à disposition n'est en revanche pas annoncée.

GunZ 2  
The Second Duel

# ProSiebenSat.1 Games Spécialiste du Free-to-play

Fin décembre, l'éditeur allemand ProSiebenSat.1 Games organisait un événement à Paris pour présenter à la presse ses dernières productions dans le domaine des jeux Free-to-play. Avec notamment KingsRoad et GunZ 2 The Second Duel, deux titres à la réalisation assez impressionnante. *Par Patrick Hellio*

**GunZ 2 The Second Duel sur PC fait son effet. Une fois installé le logiciel client sur l'ordinateur, ce jeu**

**d'action à la troisième personne impressionne d'emblée par la qualité de sa réalisation.**

Graphismes, vélocité, réactivité des commandes : GunZ 2 est de ces Free-to-play qui n'ont plus grand-chose à envier à certaines productions « full price ». Suite d'un titre sorti il y a une dizaine d'années, GunZ 2 est actuellement en « Community Beta » (accessible aisément sur le site officiel) et sera officiellement lancé au cours de ce premier semestre 2014. S'il est jouable en solo ou en coopération via un

mode scénario, le titre prend toute son ampleur en multijoueurs (jusqu'à 10 joueurs dans une partie) dans des affrontements survoltés à coups d'armes à feu et de combats rapprochés. Tout en arborant un gameplay retro (on pense aux Quake ou Unreal Tournament de la grand époque), le titre remporte l'adhésion par la qualité de sa réalisation et son action débridée, sachant qu'il est par exemple possible de se propulser et de marcher sur les murs ! Cinq modes de jeu, quatre classes de personnages sont au menu... Impressionnant surtout lorsque l'on sait que le studio coréen qui a développé le titre, Maiet Entertainment, ne comprend qu'une trentaine de personnes... Plus classique mais tout aussi soigné, le KingsRoad de Rumble Entertainment (un million de joueurs actifs dans le monde selon l'éditeur) se présente comme un jeu d'action/rôle dans la lignée de Diablo. Là encore, réalisation soignée et profondeur sont au rendez-vous de ce titre, jouable sur navigateur Web et Facebook, qui est d'ores et déjà disponible en version française. Multi plate-formes, le titre profitera d'une passerelle également vers les mobiles. Des spots TV en janvier sont au programme sur TF1 et M6 pour soutenir le lancement.



MedPi 2014

# NEW BUSINESS

 Reed Expositions [www.medpi.com](http://www.medpi.com)

**DU 13 AU 16 MAI 2014**  
**GRIMALDI FORUM - MONACO**



KingsRoad

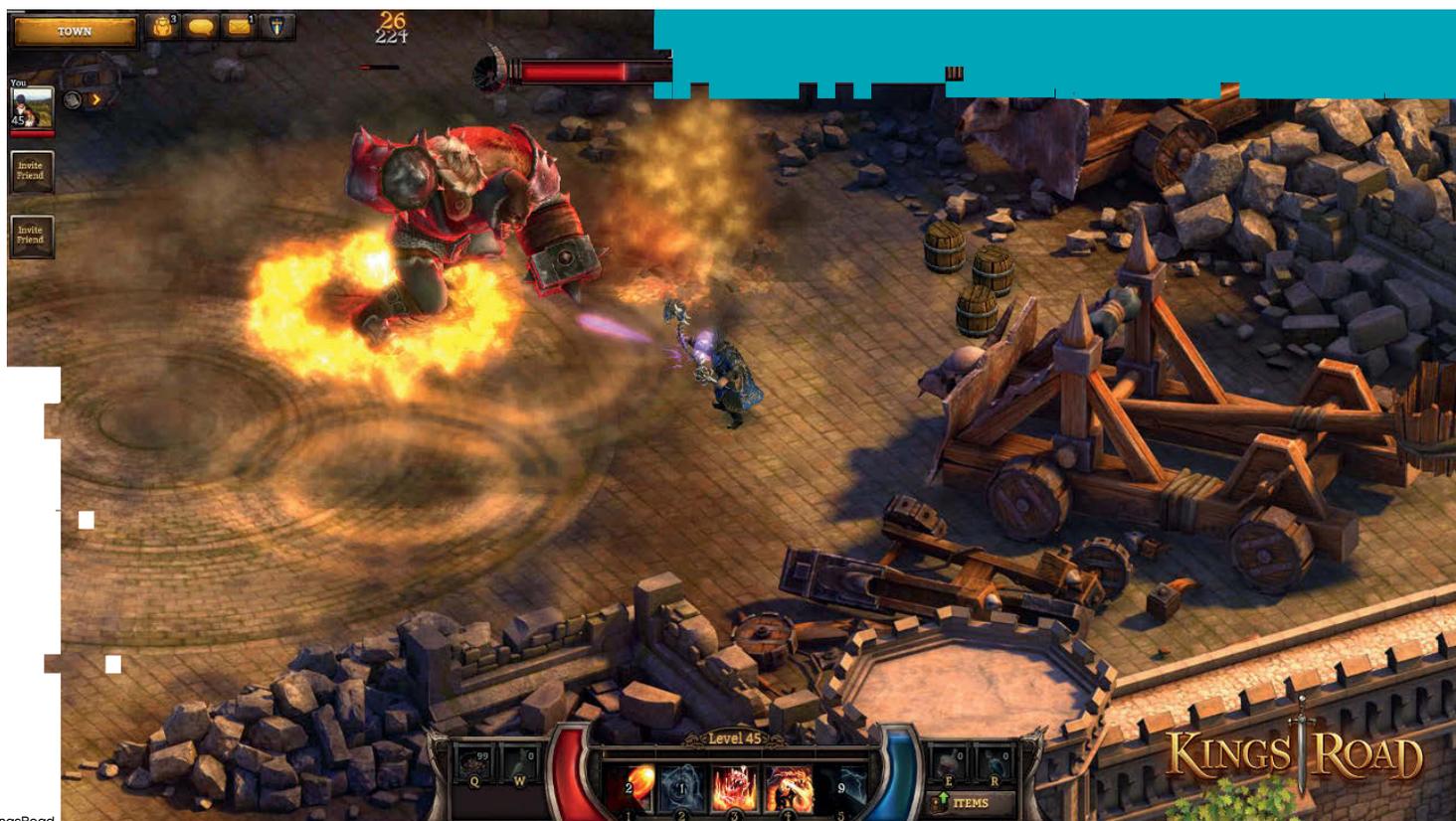


« nous pouvons repérer sur d'autres marchés et que nous publions après les avoir adaptés, localisés. Vient ensuite le mobile, sur lequel nous travaillons activement et sur lequel nous avons commencé à publier des titres en 2013. Enfin, la distribution d'éditeurs tiers est également une activité importante ». L'éditeur a ainsi noué des partenariats avec Bigpoint, EA ou Ubisoft pour distribuer leurs jeux sur son portail en Allemagne et, pour certains, soutenir les titres sur les chaînes de TV du groupe en publicité. Parmi les chantiers de l'éditeur en 2014, celui-ci cite son développement sur de nouveaux marchés « Les Etats-Unis, le Canada, le Mexique en 2014, ainsi que de nouveaux territoires comme la Pologne, la Scandinavie ou la Turquie ». En France, ProSiebenSat.1 a signé de nouveaux partenariats avec de puissants acteurs locaux pour la distribution de ses jeux dont TF1 et M6, avec au menu des titres comme Asterix et ses Amis. En 2014, Gunz 2 et Kings Road seront deux titres importants pour l'éditeur, aux côtés de Everquest Next ou encore Creatures Online de Bigben Interactive, décliné en versions Web et mobiles.

## Importants investissements

ProSiebenSat.1 Games est une filiale du groupe allemand ProSiebenSat.1 Media, qui est un acteur majeur de la télévision outre-Rhin. « Si la télévision constitue toujours la principale source de revenus du groupe, une diversification a été lancée depuis 2006 », explique un porte-parole. Portail de VOD, agence de voyage font partie de ce processus, ainsi donc que la division jeux vidéo. « ProSiebenSat.1 Games a fait le choix de se focaliser sur les Free-to-play car nous croyons

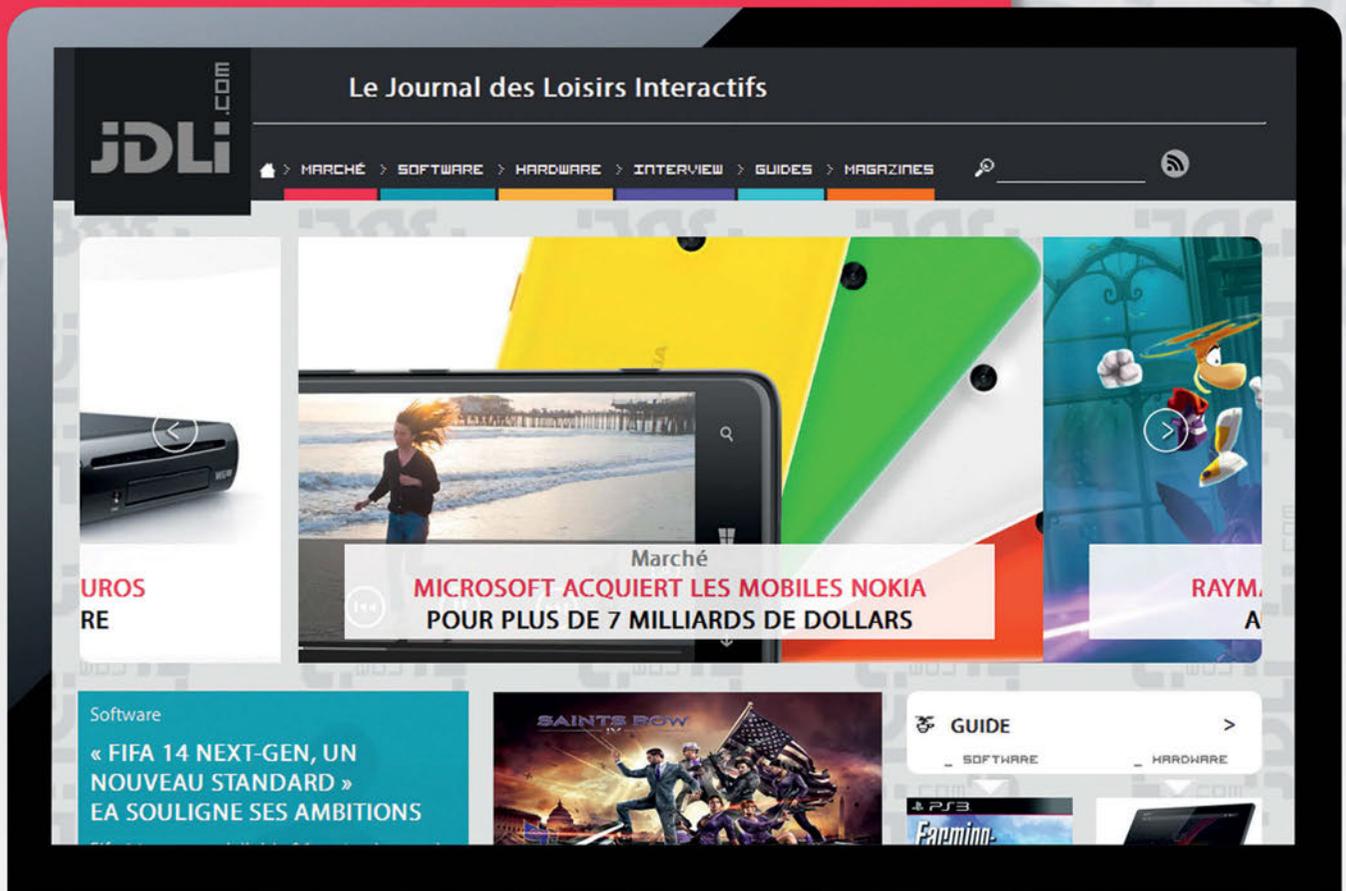
énormément en ce modèle qui offre l'accès des jeux au plus grand nombre ». L'éditeur dispose aujourd'hui d'un joli catalogue de titres. « Nous sommes devenus l'un des éditeurs majeurs du Free-to-play en Europe et ambitionnons de devenir leaders ». ProSiebenSat.1 Games a ainsi signé un accord d'édition avec Sony Online pour ses productions sur PC en Free-to-play (DC Universe Online, Planetside 2, Everquest 2...). « Le business model de la société repose sur trois principaux axes », détaille l'éditeur. « Tout d'abord, le développement de nos propres licences comme Gunz 2, S4 League ou Maestria, avec des titres que



KingsRoad

# JDLI.COM

fait peau neuve !



Etre au courant de tout  
**IMMÉDIATEMENT !**



visuel non définitif



## Castlevania : Lords of Shadow 2

### ■ Action

#### ■ Le 27 février

Un peu plus de trois ans après le premier volet (octobre 2010), Konami propose une suite au remarqué et très gothique Castlevania Lords of Shadow. Après un volet sur Nintendo 3DS (Mirror of Fate), le studio espagnol de MercurySteam entend finaliser la saga avec ce titre dans lequel le joueur incarne Dracula en personne. Pour vaincre Satan, il devra récupérer ses différents pouvoirs surnaturels. Jeu d'action à la troisième personne dans un univers plus ouvert, ce troisième

opus de la saga inscrit le fameux personnage sur la voie de la rédemption.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** MercurySteam Entertainment
- **ÉDITEUR** Konami
- **DISTRIBUTEUR** Konami
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS** 50€ environ (consoles) 45€ environ (PC)



## Far Cry The Wild Expedition

### ■ Action

#### ■ Le 13 février

Ubisoft a la bonne idée de réunir dans une compilation les différents volets de la saga Far Cry, référence incontournable dans le domaine du jeu d'action en vue subjective avec univers ouvert. The Wild Expedition inclut donc Far Cry Classic et ses décors paradisiaques, Far Cry 2 et ses plaines africaines, Far Cry 3 et ses lagons mais aussi l'univers retro-futuriste de l'épisode Blood Dragon, dédié aux inconsolables des années 80. Des heures de jeu pour une quarantaine d'euros.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Ubisoft
- **ÉDITEUR** Ubisoft
- **DISTRIBUTEUR** Ubisoft
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ** 40€ environ



## Donkey Kong Country : Tropical Freeze

### ■ Plate-forme

#### ■ Le 21 février

Présente-t-on encore Donkey Kong ? Figure incontournable de l'univers Nintendo, le gorille arrive pour la première fois sur Wii U avec un volet dans lequel il doit repousser une attaque viking ! Cet épisode inédit va prendre place sur six îles différentes et permettra pour la première fois de profiter du patriarche Cranky Kong (armé de sa canne !) comme personnage jouable aux côtés de Donkey Kong, Diddy Kong et Dixie Kong. Probablement une nouvelle valeur sûre du jeu de plate-forme sur la console de salon.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Retro Studio
- **ÉDITEUR** Nintendo
- **DISTRIBUTEUR** Nintendo
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 2
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ** 60€ environ



## Dragon Ball Z : Battle of Z

### ■ Combat

#### ■ Le 24 janvier

L'univers Dragon Ball Z profite d'une nouvelle adaptation en jeu vidéo avec Battle of Z, qui va mettre les dantesques combats en 3D à l'honneur. Dans ce nouveau titre, il faudra parfois savoir s'allier avec d'autres joueurs pour pouvoir battre des ennemis redoutables... Les affrontements ont lieu dans des environnements ouverts de grande taille permettant d'accueillir des combats en ligne pouvant héberger jusqu'à huit joueurs simultanément ou quatre en coopération. De puissants ennemis comme Vegeta gorille géant ou Freezer sont au programme.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Namco Bandai
- **ÉDITEUR** Namco Bandai
- **DISTRIBUTEUR** Namco Bandai
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 8
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS** 60€ environ (PS3, 360) 40€ environ (Vita)

Stockez. Partagez. Visionnez en streaming  
.... en toute simplicité.

## NOUVEAU SanDisk Connect™ Wireless Flash Drive



### CONNECTEZ VOTRE CONTENU

Ne serait-il pas génial d'ajouter instantanément de l'espace de stockage à votre smartphone ou tablette ? Ou bien de pouvoir transférer de la musique, des photos et des vidéos d'un appareil à un autre sans avoir besoin de câbles et d'avoir toujours sur soi l'ensemble de ses fichiers ? Et que pensez-vous de pouvoir visionner en streaming des vidéos jusqu'à 3 appareils connectés en simultané ?



**Compatible avec les dernières générations de smartphones, tablettes et ordinateurs.**

Avec jusqu'à 64 Go<sup>1</sup> de capacité de stockage sans fil, le nouveau SanDisk Connect Wireless Flash Drive vous laisse faire tout cela et bien plus encore... en toute simplicité.

Retrouvez plus d'informations sur toutes les possibilités du nouveau SanDisk Connect Wireless Flash Drive sur

[www.SanDisk.fr/Connect](http://www.SanDisk.fr/Connect)

<sup>1</sup> 1 Go = 1 000 000 000 d'octets. Une partie de la capacité n'est pas disponible pour le stockage de données. Images écran simulées. © Membres SanDisk Extreme™ team : Joao Carlos, Daisy Gilardini, Andres Magai, David Newton, Souheil Semaan, Alan Struut, Richard Walch. SanDisk et SanDisk Extreme sont des marques déposées de SanDisk Corporation, enregistrées aux Etats-Unis et dans d'autres pays. SanDisk Connect est une marque déposée de SanDisk Corporation. © 2013 SanDisk Corporation. Tous droits réservés.

# SanDisk®

# LA TABLETTE LA PLUS FINE AU MONDE\*

HaierPad 781

6,6  
mm



- Android 4.2
- Design ultrafin
- Ecran IPS HD 19,9cm
- Boitier en aluminium
- Processeur quadruple coeur

# Haier

\*au 31 décembre 2013.



Copyright © 2013 HAIER®