JDLI

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs
www.jdli.com

N°260 / 28 février 2014

TITANFALL™

LE FUTUR DES JEUX MULTIJOUEUR

LAURÉAT DE PLUS DE 75 RÉCOMPENSES

"LE FPS RÉINVENTÉ"

Jeux Vidéo MAGAZINE

UN PLAN TRADE AMBITIEUX

UN ACCÉLÉRATEUR DE PRÉCOMMANDE

OFFRE DE PARRAINAGE TITANFALL

PRÉCOMMANDEZ TITANFALL

ET TENTEZ DE

GAGNER UN VOYAGE À L'E3 POUR 6 PERSONNES

AINSI QUE **DES XBOX ONE, DES CASQUES GAMER TURTLE BEACH, DES MANETTES XBOX ONE COLLECTOR, DES ABONNEMENTS AU XBOX LIVE GOLD 3 ET 12 MOIS, DES PRIMA GUIDES...**

TOUS LES PARTICIPANTS SERONT RÉCOMPENSÉS*

VISUELS NON CONTRACTUELS

*RÈGLEMENT COMPLET SUR WWW.TITANFALL-PARRAINAGE.COM

JEU AVEC OBLIGATION D'ACHAT

DEUX TEMPS FORTS POUR LE MOIS DE MARS

LE 13 MARS
SUR XBOX ONE ET PC

LE 27 MARS
SUR XBOX 360

UN DISPOSITIF IMPACTANT EN MAGASIN

16 www.pegi.info

PC DVD ROM

XBOX ONE XBOX 360

© 2014 Electronic Arts Inc. Tous droits réservés. Toutes les marques commerciales appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

Respawn ENTERTAINMENT

EA

Mouvements chez Microsoft

Un nouveau responsable de la division Hardware chez Microsoft, qui chapeaute les activités Xbox, Surface et les mobiles Nokia suite à l'acquisition de la firme, doit être prochainement nommé en la personne de Stephen Elop. Une information non encore officielle à l'heure de notre bouclage, mais confirmée de source sûre. Ce Canadien, ancien patron de Nokia, va reprendre les fonctions auparavant occupées par Julie Larson-Green.

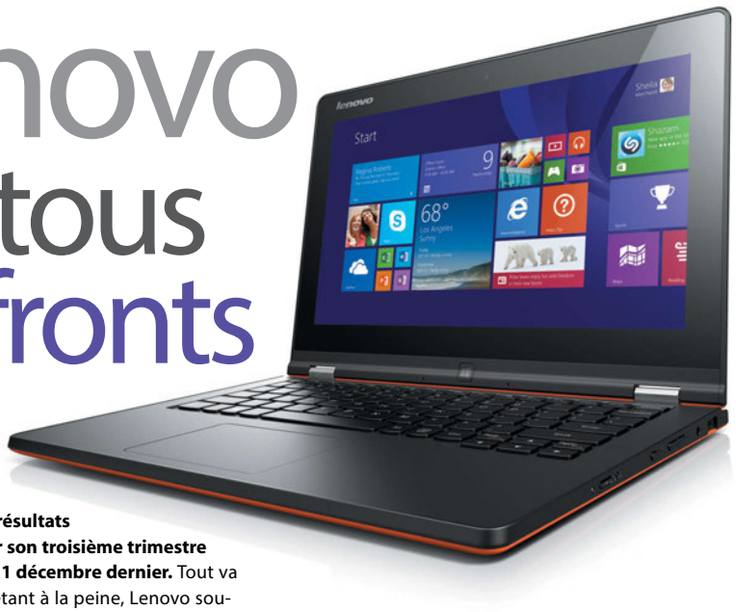
>>> suite page 8

FAI : la guerre reprend

L'accès à Internet en France est l'un des moins chers d'Europe mais peu importe, la guerre des prix repart et c'est fois, c'est Bouygues Telecom qui a dégainé le premier. Chez la filiale du groupe de BTP, l'offre triple play est désormais à 19,99 euros mensuel pour les lignes dégroupées. Elle était jusqu'à présent de 31,90 euros. Pour moins de 20 euros donc, l'abonné aura droit à la box de Bouygues, à Internet haut débit, les appels illimités vers les téléphones fixes de 121 destinations et l'accès à 165 chaines de télévisions. Pour six euros de plus l'abonné aura accès à la Box Sensation qui permet d'appeler gratuitement les téléphones mobiles. Avec cette offensive, Bouygues compte rapidement passer de deux millions d'abonnés en téléphonie fixe à cinq. Free, directement visé par cette opération, rappelle avoir, via sa filiale Alice, une offre triple play à 19,98 euros.

Bouygues Telecom

Lenovo sur tous les fronts



Lenovo vient de publier les résultats enregistrés sur son troisième trimestre fiscal qui s'achevait le 31 décembre dernier. Tout va bien. Le marché du PC étant à la peine, Lenovo souhaite mettre en avant son secteur smartphones et tablettes, déployé au sein de sa division Mobile Internet & Digital Home. Il représente désormais 16% de son chiffre d'affaires, contre 11% l'année dernière. Une belle progression donc avec 17,3 millions d'appareils écoulés. Si pour l'heure Lenovo reste à la cinquième place du classement mondial derrière Samsung, Apple, Huawei et LG, l'ambition affichée est d'atteindre la troisième place, ce que devrait lui permettre de faire le récent rachat de Motorola Mobility. Pour autant le secteur PC n'est pas en reste puisque pour le troisième trimestre consécutif, Lenovo s'impose comme le leader en occupant 18,5% de parts de marché, avec 15,3 millions d'unités vendues. Le marché du PC représente toujours la moitié du chiffre d'affaires total du groupe. Au final, Lenovo enregistre un bénéfice net de 265 millions de dollars, au-dessus des prévisions initiales à 247 millions, le tout pour un chiffre d'affaires de 10,5 milliards de dollars sur la période concernée. Lenovo est donc, plus que jamais, une valeur sûre.

La PS4 décolle au Japon

Après les Etats-Unis et l'Europe, la nouvelle console de salon de Sony est sortie au Japon le 22 février. Sur son premier week-end de ventes, la PlayStation 4 affichait un score très honorable puisque plus de 322 000 consoles avaient été écoulées si l'on en croit le magazine Famitsu. Si le marché japonais est cette fois-ci le dernier servi (les précédentes PlayStation y étaient traditionnellement lancées en avant-première) et si les habitudes des Japonais sont plus que jamais tournées vers le jeu sur mobiles, Sony est parvenu à attiser l'intérêt autour de sa console de salon nouvelle génération. A l'échelle mondiale. Sony annonçait 5,3 millions de consoles vendues dans le monde avant le lancement nippon.

McAfee®
An Intel Company

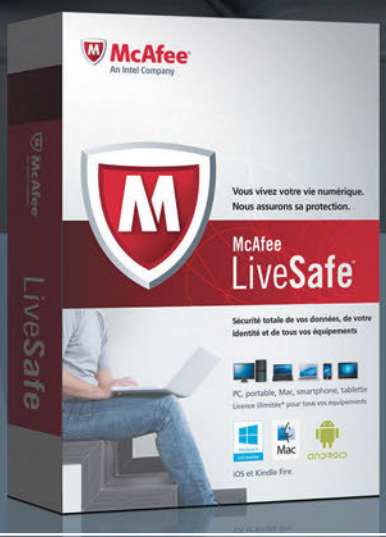
Connecté toujours et partout -
En toute securité !

Notre société numérique change - en temps réel :
Développement des réseaux sociaux, achats sur le web, sauvegarde de ses données dans le Cloud, transactions bancaires via mobiles...

Les menaces et les risques augmentent - en temps réel:
Grâce à son centre de recherche qui traque pirates et virus du monde entier 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, McAfee possède toujours une longueur d'avance sur les criminels du web.

McAfee sécurise l'ensemble de votre vie numérique - en temps réel :
Découvrez le cyberespace sans aucun risque, McAfee assure la protection de vos données, de votre identité et de tous vos équipements.

Solutions de protection ultimes pour PC !



Sécurité totale de vos données, de votre identité et de tous les équipements de votre famille ! (PC, Mac, smartphone, tablette)

Protection globale pour smartphones ou tablettes !

Les Solutions McAfee sont disponibles dans tout le réseau de partenaires Avanquest.

LES SOLUTIONS DE SECURITE PROFESSIONNELLE McAfee®

Avanquest®

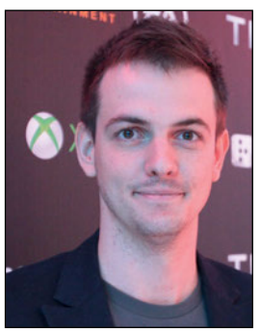
JDLI 260
28 FÉVRIER 2014

Avanquest entre dans une nouvelle ère 12

Fondé il y a maintenant 30 ans, l'éditeur français Avanquest entend bien rester une société de son temps. Pierre Cesarini, nouveau Directeur général depuis mai 2013, a pour mission de redéfinir la stratégie de la société en s'appuyant sur les tendances du marché du numérique et en remettant le produit au centre de toute action. Le JDLI l'a rencontré, ainsi que Renaud Chevallier, Directeur général d'Avanquest Distribution France.

Titanfall, l'artillerie lourde 20

Prévu pour le 13 mars sur Xbox One et PC, Titanfall est attendu comme l'un des titres majeurs du premier trimestre. Jeu d'action multijoueurs développé par un studio expert en la matière, le titre marque également la collaboration rapprochée entre Microsoft et Electronic Arts qui entendent propulser sur le devant de la scène cette toute nouvelle propriété intellectuelle.



Devolo, innover par le courant 32

Devolo a été le premier à commercialiser des prises CPL pour le grand public. Il a acquis un savoir-faire en la matière qui lui permet d'être toujours en avance sur ses concurrents. Autre particularité, Devolo tire avantage du Made in Germany pour se procurer une avance concurrentielle. Dernière innovation en date, Devolo promet du WiFi vraiment partout dans la maison en utilisant le CPL.

New IT, le retour de l'informatique 38

La mode du nomadisme à tout crin a occulté le confort à domicile. En parallèle, les ordinateurs convertibles ont fait d'immenses progrès., tout comme les tout-en-un. Après l'invasion de la tablette, il est probable que l'on assiste à un retour du PC à valeur ajoutée.

MARCHÉ

8 **News**

12 **Interview : Avanquest**
Pierre Césarini, Directeur général et Renaud Chevallier, Directeur général d'Avanquest Distribution France

SOFTWARE

16 **News**

20 **Focus : Titanfall**
L'artillerie lourde signée Electronic Arts

22 **Focus : Wargaming**
World of Tanks investit la Xbox 360

24 **Interview : Pretty Simple**
Criminal Case, le carton français sur Facebook

HARDWARE

28 **News**

32 **Interview : Devolo**
Christoph Rösseler, Vice-president marketing et relations publique et Florian Szigat, Directeur de la communication

36 **Focus : Leap Motion**
Le PC au doigt et à l'œil

38 **Focus : New IT, le retour de l'informatique**
Le PC de bureau à valeur ajoutée

42 **Panorama : ordinateurs tout-en-un**
Retour au salon

GUIDES

46 **Hardware**

48 **Jeux vidéo**

JDLI
le Journal Des Loisirs Interactifs

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

Directeur de la publication
Laurent Guerder

RÉDACTION
Directeur des Rédactions
Stéphane Kauffmann
01 41 58 58 25
skauff@microscoop.com
Directeur de la rédaction
Laurent Guerder
Rédacteur en chef
Sébastien Anxolabéhère
01 41 58 58 26
sanxo@microscoop.com
Rédacteur en chef adjoint
Patrick Hellio : 01 41 58 58 27
phellio@microscoop.com

Secrétaire de rédaction
Guy Pichard
guy@microscoop.com
Journalistes
Benoit Dupont, Jean-Luc Marianna, Roland Marianna et François Arias
Photographe
Guy Pichard

PUBLICITÉ
Directeur de publicité
Miguel Mato : 01 41 58 58 23
miguel@microscoop.com
Directeur de clientèle
Pierre Bon : 01 41 58 59 21
pierre@microscoop.com

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

MAQUETTE
Directrice Artistique
Anastasie Babic
anastasie@microscoop.com
Rédacteurs graphistes
Benoît Maurice
Christophe Monfort
David Elbaze

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

Site Web : www.jdli.com

Imprimé par 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.

LA TABLETTE LA PLUS FINE AU MONDE*

HaierPad 781

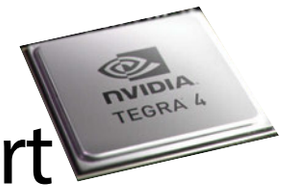
- Android 4.2
- Design ultrafin
- Ecran IPS HD 19,9cm
- Boitier en aluminium
- Processeur quadruple coeur

Haier

*au 31 décembre 2013.

Copyright © 2013 HAIER®

Nvidia, bien vert



Pour son quatrième trimestre, le fondeur Nvidia confirme des résultats supérieurs aux attentes grâce à la réussite de sa branche consacrée au gaming qui vient couvrir la contre-performance du secteur mobile. Nvidia affiche un chiffre d'affaires de 1,14 milliard de dollars, soit une hausse de 3 % par rapport à l'année passée. Dans le détail, le département gaming progresse de 14 %, tandis que le mobile chute de 37 % malgré une hausse de 18 % des ventes de Tegra. Il faut dire que le Tegra 4 peine à convaincre, en attendant le Tegra 4i et le Tegra K1, dévoilé lors du dernier CES et doté d'un circuit graphique de génération Kepler. Au final, la marge brute de l'entreprise est de 54,1 % au quatrième trimestre pour un bénéfice net à 147 millions de dollars (-16 %).

SFR A vendre et courtisé

Vivendi hésitait entre vendre l'opérateur et FAI SFR et le faire entrer en bourse ne le détachant totalement du reste du groupe. Ce serait donc l'option un qui ait été retenue, et ils sont désormais quelques-uns à regarder le dossier de près. Numéricâble sur les rangs depuis longtemps est en effet dorénavant rejoint par Bouygues et Free, selon des informations concordantes. Orange reste en dehors de l'affaire, contrainte par la réglementation anti-trust. Mais les deux concurrents directs que sont Free et Bouygues Télécom devraient certainement passer entre les mains du gendarme de la concurrence.

Guide du jeu vidéo, troisième !

La troisième édition du Guide du Jeu Vidéo est parue fin 2013. L'ouvrage, qui regroupe une importante somme de données sur le marché du jeu vidéo ainsi qu'un annuaire des sociétés et écoles liées au secteur, est disponible au prix de 29 euros dans cette nouvelle édition mise à jour et enrichie. Sur 256 pages, ce guide qui se destine en premier lieu aux professionnels et étudiants livre à la fois des analyses du marché pour saisir les enjeux et tendances actuelles (entretiens, panoramas, chiffres du marché…) mais aussi des informations pratiques avec plus d'un millier de contacts (éditeurs, studios, prestataires, agences, sites web, enseignes, presse…). Disponible sur son site officiel, en magasins Fnac, sur Amazon ou auprès de l'AFJV, Le Guide du Jeu Vidéo est signé David Téné, enseignant, et Pierre Gaultier, journaliste. A noter une préface signée par la ministre Fleur Pellerin, ministre déléguée aux PME, à l'innovation et à l'économie numérique. L'ouvrage est publié aux éditions DTC.

>>> suite de la Une

Mouvements chez Microsoft

Les consoles Xbox, les tablettes Surface mais aussi les smartphones Lumia, voici les principaux domaines d'activité dont Stephen Elop va prochainement prendre la responsabilité pour le monde entier chez Microsoft. Selon les informations de 01Net, cette nomination aurait été négociée au moment de l'acquisition par Microsoft de l'activité téléphonie mobile de Nokia il y a quelques mois. C'est un retour chez Microsoft pour l'intéressé puisqu'il y a été à la Direction de la division Entreprises entre 2008 et 2010. Connaissant évidemment bien le dossier Nokia, Elop devrait contribuer à optimiser l'intégration de cette activité au sein du groupe Microsoft. Julie Larson-Green, qui occupait ce poste précédemment, va prendre désormais en charge la division Applications et Services (Bing, Office, Skype). Rien n'indique que ce changement de personne s'accompagnera d'un changement de stratégie. Mais rappelons qu'il y a quelques mois, Stephen Elop alors candidat pour le poste de CEO de la firme de Redmond, avait évoqué la piste d'une revente de l'activité Xbox et de Bing...

Est-ce bien raisonnable ?

C'est la question que tous les observateurs se sont posés à l'annonce du rachat de WhatsApp par Facebook, pour la somme pas modique du tout, de 19 milliards de dollars. WhatsApp, le système de messagerie instantanée qui compte 450 millions d'utilisateurs dans le monde, et qui, pour l'heure, ne gagne pas d'argent. Il s'agit de la plus importante acquisition effectuée par Facebook dans son histoire (Instagram représentait un peu plus de 700 millions de dollars en 2012). Le réseau social va ainsi payer quatre milliards de dollars en numéraire, 12 milliards en actions et trois milliards en primes et actions pour les salariés de WhatsApp au cours des quatre années suivant la signature de l'opération (salariés qui deviendront peu ou prou millionnaires chacuns. En cas d'échec (peu probable) de l'opération, WhatsApp devrait toucher deux milliards de dollars d'indemnités... Selon Mark Zuckerberg, Co-fondateur de Facebook, ce rapprochement va permettre de proposer de *« nouveaux services mobiles accrocheurs et de connecter toujours plus de gens à travers le monde »*. Application pour mobile permettant les échanges instantanés entre utilisateurs, WhatsApp a été lancé en 2009 par deux anciens de Yahoo !. Cinq ans après son lancement, l'application affiche 450 millions d'utilisateurs mensuels à travers le monde et, selon Facebook, engrangerait un million de nouveaux utilisateurs chaque mois. A titre de comparaison, Twitter n'aurait « que » 250 millions d'utilisateurs mensuels. A un moment où des analystes soulignent une moindre représentation des jeunes utilisateurs sur le réseau Facebook, cet investissement sonne comme une volonté de la firme de consolider sa présence notamment auprès de cette cible stratégique que sont les adolescents. Le prix n'en demeure pas moins très impressionnant et rappelle un peu l'époque, au siècle dernier, ou les valeurs Internet atteignaient des valeurs astronomiques. Avant de se crasher.

>>> suite du JDLI 259 (page 8)

Jeux vidéo, état du marché

Dans notre précédent numéro, nous avons commencé à aborder les principales leçons à tirer de l'Essentiel du Jeu Vidéo, le memo que le Sell (Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisir) a publié début février. Belle vigueur du démarrage de la PlayStation 4 et de la Xbox One, difficulté de la Nintendo Wii U et excellente santé de la Nintendo 3DS, le tout dans un marché de 2,7 milliards d'euros. Un chiffre d'affaires finalement pas mauvais.

Il nous faut maintenant regarder plus en détail qui a performé durant l'année passée. Le classement des éditeurs tel qu'établi par GfK montre d'abord qu'en dépit du caractère déceptif des ventes de Wii U et donc de soft pour cette plate-forme, Nintendo demeure le leader du marché des jeux vidéo, même en ne considérant que les ventes de logiciels. Il faut dire que le Japonais réalise de très belles performances sur sa console portable, où ses licences trustent les meilleures places. Dans le top 10 des ventes en volume toutes plateformes confondues, la Ninendo 3DS place cinq jeux de la cinquième à la dixième place. Tous édités par le fabricant. En valeur, on retrouve Luigi's Mansion 2 et Animal Crossing New Leaf aux sixième et huitième places. Mais pour occuper la plus haute marche du podium en valeur, Nintendo profite également de la très bonne tenue de son fond de catalogue composé avant tout de titres capables de se vendre à de bons niveaux des mois durant, voire davantage. Des hits capables de forts volumes, des jeux qui n'atteignent pas les sommets mais réalisent des scores enviables et des anciens succès qui continuent à se vendre à un prix plus élevé que la moyenne : le modèle économique de Nintendo fait toujours ses preuves.

Derrière le Japonais, on trouve le pur player américain Electronic Arts, qui jouit également d'un catalogue complet en plus de son mega-hit Fifa. Take Two occupe la dernière marche du podium suite à l'incroyable succès de GTA V, vendu en 2013 à 1 359 000 exemplaires sur PlayStation 3 et 586 000 exemplaires sur Xbox 360 ! Au total, le jeu du label Rockstar s'est donc écoulé à 1 945 000 exemplaires sur 2013 et a généré un CA de près de 113 millions d'euros ! Du jamais vu.

Les tops 10 valeur et volume confirment par ailleurs une chose connue : le même jeu sur PlayStation 3 et sur Xbox 360 s'est vendu en 2013 entre deux et trois fois plus sur la console de Sony. C'est vrai pour GTA, pour Call Of Duty Ghosts et encore plus pour Fifa, dont la version Xbox 360 ne parvient pas à se glisser dans les tops.

Profil d'une population

Le Sell a également présenté les fruits du travail de l'institut Ipsos qui a travaillé sur la consommation et les usages des joueuses et joueurs français. Il en ressort que la France compte 28,6 millions de joueurs ou plus exactement 14,3 millions de joueuses et 14,3 millions de joueurs, tant la répartition de la population joueuse est équitable entre les sexes. Ipsos note que logiquement, les plus jeunes sont les concernés, puisque 90 % des 6-10 ans jouent alors que les 11-64 ans ne sont « que » 55 %. Avec six heures consacrées au jeu vidéo par semaine, ce loisir n'apparait pas comme anecdotique.

© B. Wehrle

David Neichel,
Président du SELL

Emmanuel Martin,
DG du SELL

S.E.L.L.

Mais à quoi jouent-ils ?

En toute logique, c'est le jeu online qui arrive en tête avec 56 % de ces six heures qui y sont consacrées contre 31 % du temps passé sur les jeux physiques et 13% sur des applications physiques. Les jeux physiques ne concernent d'ailleurs pas la totalité des 55 % des Français qui jouent. 27 % des 11-64 s'adonnent au jeu console, ce qui fait tout de même 12 millions de joueurs ! En s'appuyant sur les résultats du panel GfK, le Sell met en évidence que les jeux console acheté en France sont majoritairement des jeux tous publics. En effet, en 2012 comme en 2013, 50 % des jeux vendus avaient un PEGI 3 ou 7, c'est-à-dire parfaitement tout publics. En 2012, les 18 + représentaient un quart des volumes vendus, et en 2013, 33 %, en raison du poids de GTA dans les ventes. Du côté de l'offre, 72 % concernait en 2013 des jeux « PEGI 12 » et en deçà.

Un œil sur l'industrie

Enfin, le Sell a tenu à dresser un tableau de l'industrie française du jeu vidéo, en s'appuyant sur le travail des journalistes David Tené et Pierre Gaultier, qui tous les ans éditent un Guide du Jeu Vidéo pour lequel ils contactent l'ensemble des acteurs du marché français. On dénombre près de 8 500 emplois directs générés par 218 sociétés. On remarquera que les sociétés de création (145 structures à 92 % des studios) ont un effectif moyen de 25 personnes, tandis que les sociétés de commercialisation ont un effectif moyen de 70 personnes. Voir tableau ci-contre.

Répartition sectorielle des sociétés de commercialisation

Type de société	Nombre	Effectifs
Agences	31 soit 43 %	174 soit 3 %
Editeurs de jeux	21 soit 29 %	1 955 soit 38 %
Distributeurs et grossistes	9 soit 12 %	349 soit 7 %
Constructeurs de péri.	5 soit 7 %	149 soit 3 %
Enseignes spécialisées	4 soit 5 %	2 390 soit 46 %
Consoliers	3 soit 4 %	147 soit 3 %
Total	**73**	**5164**

Répartition sectorielle des sociétés de création

Type de société	Nombre	Effectifs
Studios	113 soit 78 %	2 893 soit 92 %
Editeurs de programmes	19 soit 13 %	122 soit 4 %
Prestataires	13 soit 9 %	112 soit 4 %
Total	**145**	**3127**

Source : Guide du Jeu Vidéo 2013

Biens techniques
Dernière baisse avant le

On ne se réjouira pas de la baisse du marché des biens techniques enregistrée en France en 2013, de 2%, à 15,4 milliards d'euros, mais en regardant dans le détail, on voit se mettre en place les bases d'un prochain rebond.

En premier lieu, la France n'est pas un mauvais élève en Europe, loin s'en faut. Quand la zone « Europe de l'Ouest » cède 5 %, la France fait beaucoup mieux avec son -2 %. Signal encourageant pour qui croit à l'adage selon lequel les Etats-Unis sont en avance sur l'Europe d'un an, outre-Atlantique, le marché est reparti à la hausse après une nette contraction en 2012.

Evolution du C.A des biens techniques

Allemagne	-5 %
Espagne	-10 %
France	-2 %
Royaume-Uni	-5 %
Italie	0 %
Europe de l'Ouest	**-5 %**
Amérique du Nord	+ 3 %
Amérique du Sud	+2 %
Chine	+ 15 %
Monde	**+ 3 %**

Familles de produits : peu de surprises

Les raisons de la baisse du marché sont connues. Le suréquipement, la crise économique, la concurrence entre devices au sein des biens d'équipement qui tire les prix vers le bas beaucoup trop rapidement.
En toute logique, le marché des téléviseurs demeure baissier. Il s'est vendu en 2013 un million de téléviseurs de moins que l'année précédente, qui déjà avait été en recul. En fait, et cela se vérifie sur tous les territoires européens, le marché n'a fait que retrouver un rythme de croisière normal dans une période qui ne connait pas de rupture technologique majeure. L'apparition de l'écran plat avait entrainé quelques années de croissance démesurée, car elle avait ouvert une ère de renouvellement généralisé tant l'avantage était évident pour les consommateurs. GfK estime

d'ailleurs que la chute devrait être enrayée dès cette année et que les ventes vont se stabiliser. Le relai de croissance attendu pour cette année, la technologie 4k (dont GfK estime les ventes à 200 000 pièces) pourrait apporter de l'air notamment au niveau de la valeur du marché. Les constructeurs comme les distributeurs ont d'ailleurs d'ores et déjà misé sur l'augmentation de la taille moyenne de l'écran qui sera un des leviers pour le succès de la 4k. D'ailleurs, à la question « Quel produit vous fait le plus rêver ? », les Français placent le téléviseur dernière génération en tête, devant une tablette ou un smartphone. Notons d'ailleurs que le prix moyen s'est bien comporté l'an dernier, en hausse de 2 %, à 429 euros. Autre levier, que l'on retrouvera sur tous les marchés, la connexion. En effet, un téléviseur vendu sur quatre était « smart ».
L'arrivée annoncée de Netflix pourrait accélérer l'attrait pour les téléviseurs connectés, si la société américaine passe contrat avec un fabricant plutôt qu'avec un FAI. Rien n'est moins sûr. Mais n'oublions pas que la très bonne pénétration des box Internet en France change un peu la donne par rapport à d'autres pays. Entre 2013 et 2014, les ventes de TV connectées ne devraient connaitre qu'une maigre hausse de cinq points. La faiblesse repérée par GfK sur l'ensemble marché des téléviseurs vient surtout du très net recul du renouvellement des postes secondaires (moins un million en deux ans). A cela, une raison principale, la concurrence des tablettes et la possibilité de regarder ses contenus sur ordinateur.

L'audio recule à son tour

Jusqu'à présent préservé des difficultés, le secteur de l'audio recule à son tour. Avec 1,39 milliard d'euros de CA, le recul est de 6 %. Rien de catastrophique, mais une baisse significative tout de même. Et en dehors de la Hi-Fi de salon, toutes les familles payent leur tribu. Après des années de croissance, ce recul n'a rien d'inquiétant.

Evolution du C.A (millions d'euros)

Catégorie	CA 2013	Evolution vs 2012
Hi-Fi Salon	432	+ 9 %
Audio portable	286	- 24 %
Audio embarqué	94	- 10 %
Audio-Vidéo	268	- 5 %
Casques	311	- 4 %

Et pourtant, le marché ne manque pas de moteurs. Le premier est dans doute la connexion sans fil. « *comptabilisant 1,4 million d'appareils vendus en 2013, soit le double de 2012, elle pèse déjà pour plus du tiers du chiffre d'affaires dela hi-fi et audio-vidéo et sera vraisemblablement majoritaire d'ici 2015*», estime GfK. Les stations d'écoute, avec 940 000 pièces vendues sont un très beau succès. La barre de son, avec 270 000 pièces fait aussi belle figure. La diversification de l'offre dans ce domaine (barre seule, barre et caisson, support sonore, meuble sonorisé…) apparait comme une stratégie payante. Du côté des casques, GfK note que le haut de gamme continue à séduire : un quart des casques intra sont vendus à plus de 99 euros et la même proportion de casques arceau est vendue à plus de 199 euros.

Coup de froid sur la photo

Ce n'est pas une surprise, mais le marché de la photo a connu un net recul sur 2013, de 14 % en valeur. Et la fin d'année s'est avérée sans doute fort décevante. En effet, si début novembre 2013, GfK estimait à 3 870 000 le nombre d'unités vendues en 2013, le constat début février 2014 est

retour de la croissance

encore plus sévère avec seulement 370 000 pièces vendues, soit une chute de 18 % en un an. Le fautif ? L'appareil compact. Il s'en vendait 4,5 millions en 2010, il ne s'en serait vendu que 2,8 millions à peine l'an dernier. La concurrence du smartphone implique que le compact doit se distinguer en montant en gamme. Michael Mathieu, en charge de ce marché pour la France chez l'institut d'études, déclarait d'ailleurs en novembre 2013, *« les gammes positionnées sur la tranche supérieure à 300 euros devraient représenter un quart du chiffre d'affaires des compacts en 2013 »*. Et pour tenir tête aux smartphones, les compacts se doivent de plus ne plus d'être connectées, entre autre pour que l'utilisateur puissent la partager sans attendre sur les réseaux sociaux. Par ailleurs, le marché reste solide sur ses bases, avec plus de 600 000 appareils à objectifs interchangeables vendus dont 500 000 réflex.

IT : plus on vend, moins on vend

C'est le paradoxe identifié depuis longtemps : des volumes de vente en hausse ne font pas un chiffre d'affaires en croissance. En 2013, il s'est vendu 11 millions de devices entrant dans la catégorie IT, un nouveau record, mais le CA a reculé de 1 %, à 6,2 milliards d'euros. Il faut dire que l'essor du marché de la tablette (6,2 millions d'unités en 2013) s'accompagne d'une baisse du prix moyen, pour ne pas dire un effondrement. Mais les ventes d'accessoires dédiés, en hausse de 60 % en valeur, constituent un beau lot de consolation. A 240 euros ce prix moyen

perd 26 % en un an, et même 56 % depuis 2010. Le marché des notebook fait mieux que se maintenir à 3,8 millions d'unités (+1%), avec une montée en puissance des tablettes-PC et du tactile (15 % des ventes en décembre). Si le marché de l'impression recule de 5 %, sous les coups des -40 % du marché des imprimantes laser, il reste une valeur sûre, avec un marché de l'imprimante jet d'encre stable autour de 900 millions depuis trois ans. Pour GfK, *« seuls quelques marchés semblent structurellement en baisse, comme le PC fixe, le Netbook, les webcams PC et les souris »*. Car dans son ensemble, l'IT reste un domaine prometteur en 2014, surtout grâce aux tablettes (7,5 millions de pièces attendues) et aux tablettes-PC (450 000 pièces).

De nombreux segments de marché structurellement en baisse

Catégorie	Evolution 2013 vs 2012
Netbook	-72 %
Desktop	-17 %
Webcam	-18 %
Clavier filaire	-9 %
Souris	-8 %

Perspectives 2014

Catégorie	Volume (en M. d'unités)	Evolution 2014 vs 2013
Tablette	7,5	+21 %
Tablette-PC	0,5	+ 250 %
PC portables	3,7	-5 %
Pc bureau	0,7	-5 %

Telecom : croissance continue

C'est le retour de la croissance pour le marché de des telecoms en France. Tiré par les offres low cost des opérateurs contraints de venir sur le terrain de Free, le marché progresse avec 23,6 millions d'unités vendues. Un téléphone sur quatre vendus l'a été sans abonnement. Certes là aussi, les fabricants proposent des téléphones mobiles de moins en moins chers, désormais sous les 150 euros en entrée de gamme. Sur les 23,6 millions de téléphones mobiles vendus, 15,8 étaient des smartphones. Le marché bénéficie

évidemment de l'attrait de la 4G, mais pas uniquement. Le bon accueil des phablettes, ces téléphones à grand écran a en effet entrainé une augmentation de la taille moyenne de l'écran de 10 %. Ces changements d'organisation du marché se sont évidemment accompagnés de changement dans la structure de la distribution. Les boutiques spécialisées perdent du terrain au profit des hypermarchés et des multispécialistes. Ces réseaux ne vendent quasiment plus de téléphones avec abonnement, et les spécialistes télécoms, qui vendaient en 2011 plus d'un téléphone « SIM free » sur deux en 2011, en ont vendu à peine un sur quatre en 2013.

Poids des tranches de prix dans les ventes de smartphones en 2013 SIM free – Volume

0-100 euros	27 %
100-150 euros	21 %
Plus de 150 euros	52 %

Ventes de smartphones par circuits de distribution – SIM free – Volume

	2011	2013
Hypermarchés	12 %	22 %
Multispécialistes	7 %	25 %
VAD et divers	28 %	28 %
Spécialistes tel.	53 %	25 %

Avanque entre dans une nouvelle ère

JDLI : Avanquest réalise une centaine de millions d'euros de chiffre d'affaires et emploie près de 500 collaborateurs dans le monde. Quelles ont été les étapes du développement de la société ?

Pierre Cesarini : Avanquest s'est d'abord développé avec les logiciels de communication dont le célèbre Winfax, vendu en grande partie en OEM. Au tournant des années 2000, la stratégie s'est davantage tournée vers le B to C avec notamment des gammes de logiciels de productivité vendues dans le retail. A cette époque la société a procédé par croissance externe, avec des acquisitions importantes de sociétés comme Nova, Emme Interactive ou un peu plus tard Micro Application. Cela lui a permis d'atteindre la barre des 100 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2007. En 2008, pour s'adapter à la baisse du marché physique, il a fallu prendre le virage de la distribution digitale et des services dématérialisés, sans bien sûr renoncer à être présent sur le marché physique. Aujourd'hui, il s'agit pour Avanquest de remettre de l'ordre dans ses activités pour se concentrer sur les plus prometteuses, celles qui offrent des perspectives pérennes à long terme. Car depuis 2007, le chiffre d'affaires n'a pas connu de croissance, même si sa structure a changé, avec un déplacement de 35 millions d'euros du retail vers les services dématérialisés. Il faut repartir de l'avant et ne pas se contenter de préserver ce CA. Nous démarrons aujourd'hui un nouveau cycle de croissance en entamant une deuxième phase de la mutation de la société vers le digital.

Près de 80% du CA est réalisé hors de nos frontières. Où êtes-vous présents ?

Nous sommes présents directement dans sept pays et dans sept autres de façon indirecte. Les Etats-Unis sont évidemment un territoire majeur, surtout pour l'activité d'hébergement et de création de sites Internet et de développement en ligne. Ce territoire, du fait de sa population, est notre premier marché avec plus de 40% du CA. En Grande-Bretagne, comme en Allemagne, le retail est une activité importante. En France, d'où la majeure partie des activités Internet de la société sont gérées, online et offline ont un poids significatif. Et il ne faut pas oublier qu'Avanquest a toujours une activité de vente de logiciels OEM. Nous travaillons notamment avec la branche téléphonie mobile de Sony qui intègre dans ses appareils des logiciels Avanquest.

Quels sont les ressorts de croissance aujourd'hui ?

Il faut mieux valoriser nos atouts et remettre le produit au centre de notre approche. La société a besoin de concentrer ses forces et ses investissements pour améliorer la synergie interne et investir totalement des secteurs en forte croissance. Avanquest a dans ses équipes des ingénieurs performants, il faut remettre leur travail et leur créativité en avant. Mais Avanquest c'est aussi une capacité de distribution internationale tant physique que digitale. Nous travaillons avec 20 000 points de vente à travers le monde, grâce à des structures commerciales développées, et nous adressons tous les pays à travers une vingtaine de sites Internet. Nous devons nous concentrer sur moins de secteurs, et nous canaliser sur les plus porteurs d'avenir. Nous en avons identifié deux que nous considérons comme particulièrement porteurs pour l'avenir : la création digitale personnalisée et l'univers des objets connectés.

Qu'attendez-vous de la création personnelle digitale ?

Sur l'exercice 2012-2013, cela représente déjà une trentaine de millions d'euros, en cumulant tous les revenus issus du monde de la photo et de l'image. La croissance viendra en grande partie du développement de photos en ligne, le web-to-print, surtout dans sa version mobile. Ce que l'on appelle le « mobile-to-print » a beaucoup d'avenir, il connait un essor très rapide aux Etats-Unis là où nous avons débuté, en raison de la taille du marché. L'idée est simple ; à partir de l'application FreePrints, que l'on télécharge sur son smartphone sous iOS ou Android, on commande le développement de ses photos qui arrivent sur papier argentique dans les quatre/cinq jours suivant dans la boite aux lettres. Ça peut être les photos prises avec le smartphone, ou des photos venues de Facebook, Instagram, Dropbox, Flickr ou Picasa. Nous offrons gratuitement 1 000 photos en format 10 x15 par an, le client n'a à régler que les frais de port. Le smartphone est l'appareil photo que l'on a toujours sur soi. Evidemment, avec ce service, on peut demander l'expédition des photos où l'on veut. Vous êtes chez des amis, vous leur adressez sans même le leur dire des clichés que vous venez de faire. En vacances, vous envoyez des photos à la famille, etc. C'est facile, amusant, et d'un coût très faible. Il n'y a pas de manipulation à faire, pas de carte à sortir du smartphone. Aux Etats-Unis, ce business représente déjà 15 millions de dollars. Nous avons débuté en France fin 2013, suivi par la Grande-Bretagne en janvier et nous allons déployer ce service en Europe. Le mobile to print est l'illustration des synergies possibles au sein du groupe, puisque le Web to print et la mobilité font totalement partie de nos activités phares.

Entretien avec

Pierre Césarini,
Directeur général

est

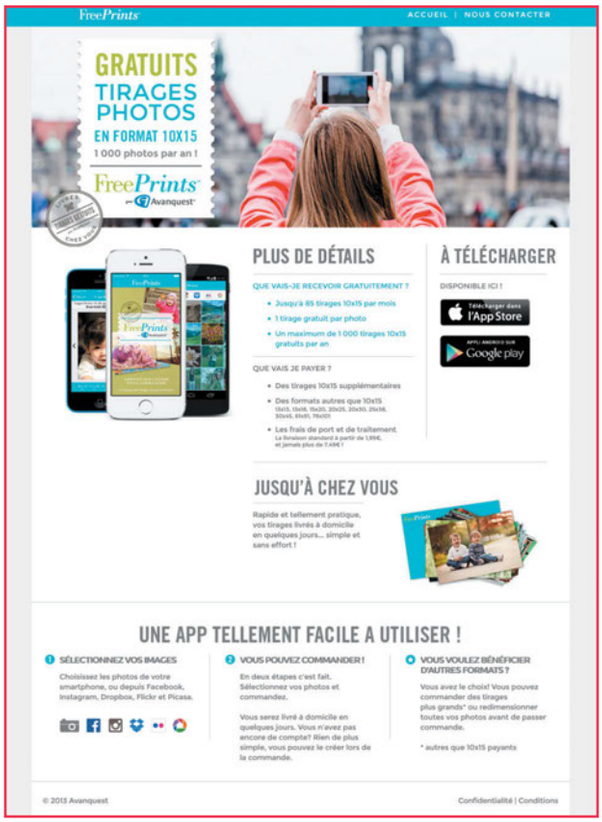
Fondé il y a maintenant 30 ans, l'éditeur français Avanquest entend bien rester une société de son temps. L'arrivée d'un nouveau Directeur général, Pierre Cesarini, en mai 2013 est un signe fort adressé aux marchés. Après une longue expérience dans la hi-tech, notamment au siège d'Apple à Cupertino, il a pour mission de redéfinir la stratégie de la société en s'appuyant sur les tendances du marché du numérique et en remettant le produit au centre de toute action. Nous l'avons rencontré au siège d'Avanquest, à la Garenne-Colombes (92).

Par Sébastien Anxolabéhère - Photos : Guy Pichard

Comment gagnez-vous de l'argent ?
Nous facturons les formats autres de 10 x 15, les tirages supplémentaires de la même photo, et au-delà de 85 photos par mois, c'est-à-dire un millier dans l'année. Avec les smartphones actuels, il est possible de réaliser des clichés agrandissables sans perte de qualité, c'est pour cela que nous proposons des tirages jusqu'à 76 x 101 cm. Par la suite, nous proposerons d'autres déclinaisons, comme des cadres ou des impressions sur d'autres supports. On peut même imaginer à terme des objets en impression 3D. Nous travaillons avec un partenaire de dimension mondiale, le même en Europe et en Amérique du Nord, capable de nous accompagner dans le développement de cette activité. Le mobile to print est par ailleurs un très bon moyen pour acquérir de nouveaux clients.

Le deuxième axe concerne les objets connectés. Que souhaitez-vous proposer ?
Ce qu'on appelle l'Internet des objets est une vraie révolution qui s'amorce. La question pour Avanquest

Avanque



est « qu'est-ce que nous pouvons apporter ? ». La société a une expertise rare dans le domaine des logiciels utilitaires. Ces logiciels, ces savoir-faire, nous pouvons les décliner pour tous les devices connectés qui apparaissent, et qui vont avoir besoin d'être protégés, mis à jour, dont les données devront être sécurisées et sauvegardées. Mais il y a un autre enjeu pour les consommateurs : pouvoir accéder et piloter ces objets simplement à partir d'une interface unique. Nous allons donc proposer une plate-forme installée sur le PC, le smartphone ou la tablette qui permet cela, et qui évidemment assure également la sécurisation des données. C'est le « Cloud Base Device Management », la gestion via le cloud. Nous pourrons monétiser cette offre avec de l'abonnement, des services, de l'hébergement… Nous pouvons vendre cette solution et les services qui l'accompagnent en BtoC, mais aussi en BtoB à des industriels, des opérateurs, voire des distributeurs. Et même si notre principale approche des objets connectés se fait par le software, nous comptons également développer notre propre gamme de produits connectés que nous pouvons distribuer via notre présence retail, Internet compris. Et dans ce domaine, il n'est pas question de proposer des objets sourcés en Chine identiques à ce que les autres proposent. Nous devrons là aussi savoir être innovants pour apporter de la plus-value au marché.

Que représente aujourd'hui l'écosystème « objets connectés » dans le CA d'Avanquest ?
Si on cumule les différents business actuels qui sont concernés par cette nouvelle approche, nous arrivons à 30 millions d'euros, autant que pour la création digitale personnalisée.

Sur un total de 100 millions, il reste donc 40 millions de CA. De quelles activités proviennent-ils ?
C'est essentiellement l'activité BtoB et la distribution physique, notamment de logiciels d'architecture, de généalogie ou de Codes de la Route qui génèrent ces revenus.

Quels sont vos objectifs de croissance ?
Nous projetons de réaliser un chiffre d'affaires de 150 millions d'euros à trois ans. La croissance se fera sur les deux secteurs identifiés comme pérennes et qui permettent de remettre en synergies tous les atouts de l'entreprise, c'est-à-dire la création digitale et les objets connectés.

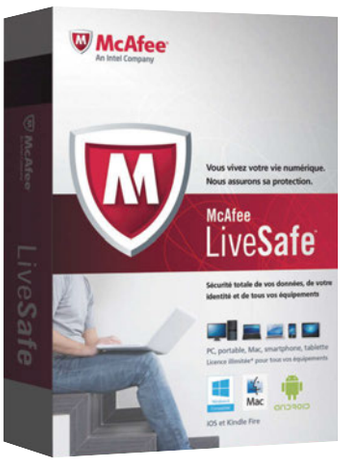
« La croissance d'Avanquest se fera sur les deux secteurs identifiés comme pérennes et qui permettent de remettre en synergies tous les atouts de l'entreprise : la création digitale et les objets connectés. »

st® software

McAfee fait référence dans le monde des logiciels antivirus. Après avoir privilégié la vente par téléchargement, la société qui appartient à Intel depuis 2010 est décidée à retrouver le chemin des rayons, dans les principaux circuits de distribution français. Et c'est à Avanquest qu'a été confiée cette mission. Renaud Chevallier, Directeur général d'Avanquest Distribution France, se réjouit de cet apport à son catalogue.

Entretien avec

Renaud Chevallier,
Directeur général
d'Avanquest
Distribution France



JDLI : McAfee a donc décidé de reprendre le chemin des linéaires. Pourquoi ?
Renaud Chevallier : McAfee s'était éloigné de la distribution grand public directe depuis un peu plus de trois ans, privilégiant l'OEM avec des constructeurs IT ou même des fournisseurs d'accès comme Free. Les réseaux de revendeurs, s'adressant dans une large mesure aux TPE étaient également conservés. Mais les réseaux grand public n'étaient plus vraiment adressés. Intel qui est le propriétaire de McAfee a souhaité, dans le cadre de sa stratégie grand public, que McAfee retrouve sa place dans les réseaux grand public et gagne en France les 32% de part de marché déjà acquises dans le monde. Dans la mesure où Avanquest est le principal distributeur de logiciels utilitaires en France, nous nous sommes tout naturellement entendus. Intel nous a choisis pour notre qualité de service et notre force commerciale sur le terrain.

Cela n'entre pas en concurrence avec des logiciels que vous distribuez déjà ?
Non ! Et c'est même tout l'inverse. Nous avons une gamme très pointue d'utilitaires, mais nous péchions par le manque d'antivirus haut de gamme, capable de concurrencer les marques les mieux implantées. Suite à cet accord, nous sommes en mesure de couvrir tous les besoins en logiciels hors jeux.

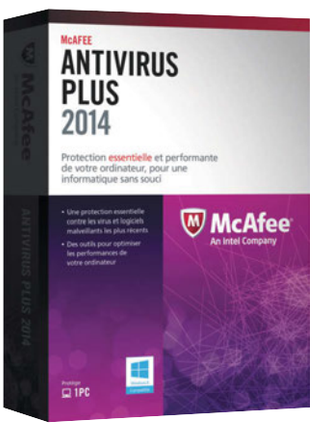
Comment se compose la gamme McAfee ?
Au total, elle comporte huit références. Evidemment, l'idée n'est pas d'implanter les huit dans toutes les enseignes. En revanche, il y a un produit que nous comptons bien implanter dans le maximum d'enseignes, c'est « LiveSafe ».

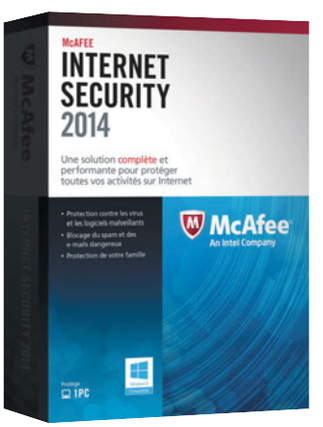
Quelles sont les caractéristiques de LiveSafe ?
C'est un produit extraordinaire qui protège toute la vie digitale, les PC, les Mac, mais aussi les smartphones ou les tablettes. L'idée de Life Safe est de proposer pour tous les membres du foyer et tous leurs devices une protection contre les virus, spywares et malwares, mais aussi un coffre-fort digital qui stocke les données sensibles comme, les données bancaires ou de scans de pièces d'identité. Un coffre-fort tellement sécurisé qu'il bénéficie d'une technologie d'authentification biométrique qui analyse la voix et le visage. Il permet également de sécuriser les noms d'utilisateurs et mots-de-passe nécessaires sur de nombreux sites et de s'y connecter automatiquement. Il peut également remplir automatiquement des formulaires, et enfin, grâce à une interface unique, LiveSafe permet de prendre à distance le contrôle de vos appareils. Cela permet d'effacer des documents à distance par exemple ou même de localiser et bloquer un appareil volé ou perdu.

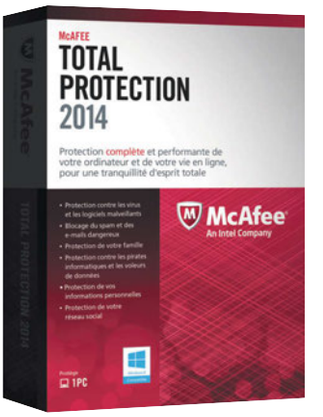
Quelles opérations comptez-vous mettre en place pour promouvoir McAfee auprès des points de vente ?
Soutenus par McAfee/Intel, nous allons déployer des moyens conséquents et des budgets, tant auprès des revendeurs que des réseaux grand-publics et évidemment en direction du consommateur final. Pour les revendeurs, nous réfléchissons à la mise en place d'un Club Premium qui donnerait accès à des offres privilégiées en échange d'un engagement sur notre collaboration. Pour le trade, nous prévoyons de déployer des animations, fournir des PLV spectaculaires, annoncer dans les catalogues des enseignes… nous sommes à l'écoute de leurs besoins.

Dans quelles enseignes les logiciels McAfee sont-ils d'ores et déjà référencés ?
Leclerc, Cora, Amazon, des réseaux indépendants. Notre travail vient juste de commencer.

Les rayons logiciels PC n'étant pas extensibles, les enseignes qui référencement McAfee devront-elles se séparer d'un autre fournisseur ?
C'est tout à fait possible en effet.







Coup de jeune pour Final Fantasy X

Sortis en 2002 puis 2004 sur PlayStation 2, Final Fantasy X et son spin-off Final Fantasy X-2 profitent d'une réédition sur PlayStation 3 et PS Vita. C'est le 21 mars que les deux consoles de Sony permettront de se replonger dans ces volets marquants de la saga, qui propulsaient alors la fameuse série sur une nouvelle génération de consoles. Disponibles en versions physiques et dématérialisées sur les deux consoles, ces rééditions profitent évidemment de quelques apports comme des graphismes rehaussés en haute définition et une bande originale également retravaillée en HD. Square Enix précise par ailleurs que ce sont les éditions internationales des jeux qui sont présentes ici, publiés au Japon et comprenant du contenu additionnel. A noter enfin qu'outre la prise en compte de trophées, ces deux versions sont « cross-save », ce qui permet de débuter sa partie sur une machine pour la poursuivre sur l'autre. Une édition collector de la version PS3, embarquant un artbook de 48 pages, est également proposée à la vente.

Les champions de l'aventure sur 3DS

La console portable de Nintendo va bientôt accueillir un duo de choc, réunissant pour la première fois Professeur Layton et Phoenix Wright (chacun accompagné de leur partenaire respectif, Luke Triton et Maya Fey) ! Le professeur et l'avocat vont s'attaquer de concert à une nouvelle aventure mêlant les éléments d'enquête et les énigmes chers à Layton et l'intensité des échanges des salles d'audience des titres Phoenix Wright. Le but de ce duo de choc sera de faire triompher la vérité et découvrir tous les secrets de la mystérieuse cité médiévale de Labyrinthia. L'enquête démarre le 28 mars, en exclusivité sur la console portable de Nintendo.

La plate-forme a son Max

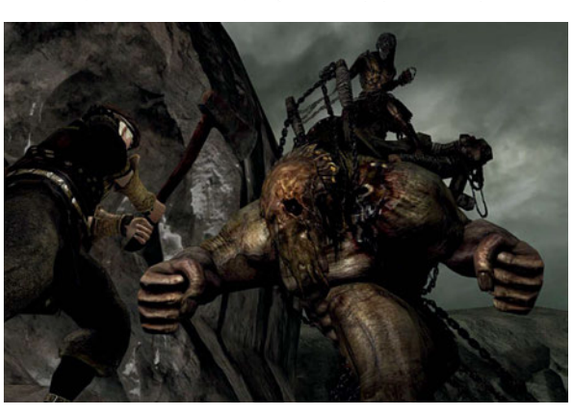
Max : The Curse of Brotherhood débute sur un malentendu : lassé d'un jeune frère un peu trop envahissant, Max récupère une incantation magique sur Internet pour propulser l'indésirable dans une autre dimension. Las, le procédé ne fonctionne que trop bien et Max se retrouve sur la piste de son frère cadet dans un univers parallèle empli de dangers et de monstres. Jeu de plate-forme et d'action en 2,5 D (réalisation 3D mais jouabilité en deux dimensions), Max : The Curse of Brotherhood est proposé à la vente sous forme dématérialisée sur Xbox One (15 euros environ). Si la plate-forme tient la vedette dans le jeu, il comprend aussi son lot d'énigmes puisque que le jeune héros dispose d'un marqueur magique qui lui permet d'interagir directement avec certains éléments du décor comme créer une plate-forme à partir d'un monticule de terre ou même tracer des objets à l'écran pour traverser un passage à priori impossible. Coloré, simple à prendre en main et ingénieux, le titre signé par le studio danois Press Play (propriété de Microsoft) et publié par Microsoft est une bonne surprise. Une version Xbox 360 doit arriver prochainement.

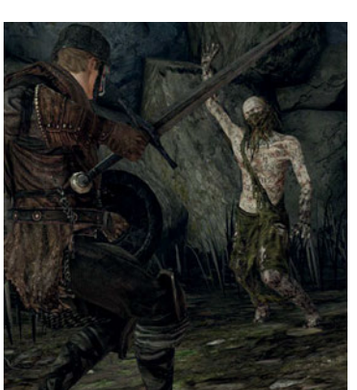
South Park jeu drôle

La fameuse et irrévérencieuse série animée South Park va profiter d'une nouvelle adaptation en jeu vidéo avec Le Bâton de la Vérité, attendu pour le 6 mars sur PC, PS3 et Xbox 360. Dans le rôle d'un nouveau comparse de Stan, Kyle, Cartman et Kenny, le joueur va se retrouver projeté dans une parodie de jeu de rôle. Tous les clichés du genre sont évidemment écornés par le jeu qui se veut fidèle à l'esprit décalé de la série : combats tour par tour, différentes classes de personnages, quête épique, personnages connus de la saga à recruter, ennemis exotiques type « gnomes voleurs de slips »… Publié par Ubisoft, le jeu est développé par Obsidian Entertainment (Fallout New Vegas, Neverwinter Nights 2…) avec la participation des auteurs de la série, Trey Parker et Matt Stone.

Dark Souls 2
Retour en enfer !

Le 14 mars, Bandai Namco va permettre aux amateurs de jeux d'action/rôle de se plonger dans l'impitoyable Dark Souls 2, attendu de longue date par les fans du genre. Après Demon's Souls en 2010, le Dark Souls du développeur japonais From Software (2011 sur PS3, Xbox 360 et PC) s'est très rapidement taillé une réputation solide auprès de la communauté des joueurs. Reconnu comme l'un des jeux les plus difficiles de sa catégorie, ce titre dans lequel le joueur incarnait un mort-vivant cherchant à s'échapper de l'enfer peuplé de démons se démarquait par son aspect gratifiant pour les plus persévérants mais aussi d'excellentes idées à l'image de subtiles interactions en ligne entre les joueurs (laisser des messages pour les autres aventuriers par exemple). *« Dès 2009, avec Demon's Souls, l'objectif de l'équipe a été de rompre avec le phénomène de casualisation du jeu vidéo qui était alors en cours »*, explique Tak Miyazoe, Publishing Global Producer chez Bandai Namco, à l'occasion d'un événement presse organisé à Paris par l'éditeur. Difficile, le premier Dark Souls l'était effectivement et c'est ce qui a donné tout son sel au titre, qui a d'ailleurs profité d'un excellent accueil critique. Côté ventes, plusieurs millions d'exemplaires de Darks Souls et Demon's Souls ont été vendus à travers le monde. Basé sur un nouveau moteur, Dark Souls 2 affiche une réalisation plus fine, des animations plus réalistes via la capture de mouvements d'acteurs, des avancées dans le gameplay comme un nouveau système de sauts, une interface de jeu également repensée pour être plus lisible et efficace ou encore de nouvelles possibilités de personnalisation du personnage… Si le jeu va donc se peaufiner dans cette suite, hors de question de remettre en doute la philosophie sans concession qui fait la singularité de cette expérience. On va continuer à mourir de nombreuses fois dans Dark Souls 2, mais avec toujours cette envie de continuer à progresser qui a fait la signature de la série. La dimension multijoueurs a également été retravaillée par From Software via un nouveau procédé de mise en relation entre joueurs ou de chat vocal en mode coopération. Prévu le 14 mars sur PlayStation 3 et Xbox 360, Dark Souls 2 arrivera ensuite sur PC. Des éditions collector du titre sont prévues.

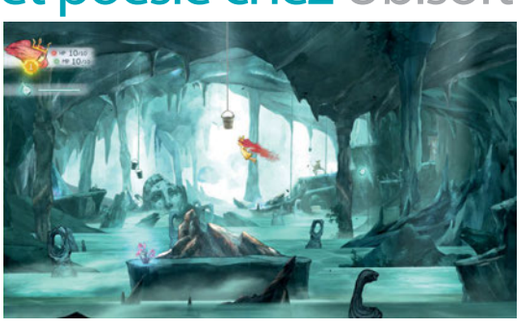




EA qualifié pour le Brésil !

Impossible d'échapper à l'évènement sportif majeur de l'année : la Coupe du Monde de football ! Si le tournoi démarre réellement le 12 juin (et prendra fin le 13 juillet) au Brésil, les joueurs pourront s'adonner à la compétition virtuelle dès le 17 avril. Coutumier du fait depuis 1998 (Coupe du Monde 98 sur PlayStation, N64, PC et Game Boy), Electronic Arts poursuit donc la série avec Coupe du Monde de la Fifa, Brésil 2014. Basé sur Fifa 14, le titre jouit néanmoins d'améliorations notables telles qu'un nouveau système de contrôles, des tactiques mises en place sur les coups de pied arrêtés, des duels aériens en joueurs revus ainsi que des animations inédites lors des pénaltys. Pour plonger au mieux le joueur dans l'ambiance de la compétition, le titre est entièrement habillé aux couleurs de la Coupe du Monde de cette année et ses modes de jeux proposant de prendre en main n'importe quel pays (203 au total) des phases de qualification jusqu'au sacre final. Evidemment, chaque stade de la compétition est modélisé ainsi que le ballon officiel (baptisé Brazuca). Enfin, plus de 60 scénarii réels issus directement des qualifications sont (re)jouables afin de réécrire virtuellement l'histoire. Coupe du Monde de la FIFA, Brésil 2014 est prévu pour le 17 avril sur PlayStation 3 et Xbox 360.

DLC indépendant et poésie chez Ubisoft



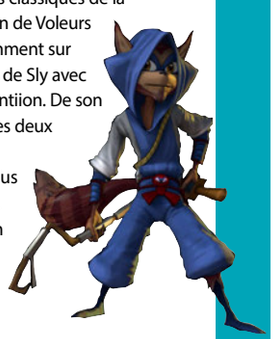
Particulièrement actif sur le front des contenus dématérialisés, Ubisoft vient de communiquer la date de sortie du très attendu Child of Light, un jeu de plate-forme/RPG développé via le moteur maison UbiArt (Rayman Legends) par une petite équipe menée par Patrick Plourde, Directeur créatif qui a notamment travaillé sur l'excellent Far Cry 3. Visuellement superbe, le titre sera publié en digital le 30 avril prochain sur PC, Xbox 360, Xbox One, PS3, PS4 et Wii U pour une quinzaine d'euros. Nouveau cas de figure dans le domaine des DLC, ces segments additionnels vendus pour un jeu complet, l'extension Le Prix de la Liberté destinée à Assassin's Creed IV Black Flag est désormais également proposée à la vente en stand alone sur les consoles PlayStation et PC. Cette aventure qui met en vedette Adewalé, second du héros dans le jeu original, le suit alors qu'il part libérer et venger les esclaves. Cet épisode peut donc désormais être téléchargé et joué sans posséder le jeu original, pour 15 euros (contre 10 euros environ pour la version DLC).

Kinect s'active

Elément différenciant de la Xbox One, le nouveau Kinect n'a encore que peu été mis en valeur dans des titre sur la console et encore moins dans des productions dédiées. Après deux volets sur Xbox 360, Kinect Sports sera un rendez-vous crucial pour le fameux accessoire pour sa première apparition sur la nouvelle console de Microsoft. Prévu pour le 11 avril, Kinect Sports Rivals proposera de retrouver trois disciplines vues dans les précédents jeux (football, tennis, bowling) mais aussi de s'essayer à de toutes nouvelles épreuves comme l'escalade, le jet-ski et le tir sur cibles. Le Kinect de la Xbox One étant beaucoup plus performant que son prédécesseur, les développeurs du studio Rare soulignent que le titre prendra désormais en compte les mouvements les plus subtils du joueur et la reconnaissance faciale sera également mise à profit. Kinect Sports Rivals mettra en scène la compétition entre trois équipes différentes sur une île, laissant au joueur le choix de la formation qu'il souhaite rejoindre.

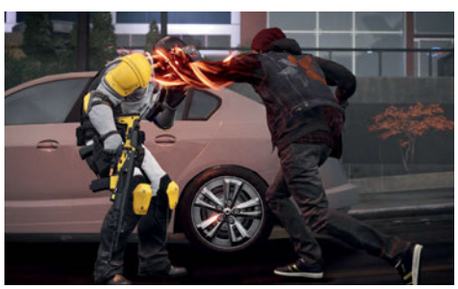
Le plein de compiles sur Vita

Deux compilations, et non des moindres, débarquent prochainement sur PS Vita : The Sly Trilogy et The God of War Collection. La première regroupe trois titres classiques de la PlayStation 2 : Sly Racoon, Sly 2 : Association de Voleurs et Sly 3. Cette compilation, sortie précédemment sur PS3, propose donc de revivre les péripéties de Sly avec des graphismes revus à la mode haute défintiion. De son côté, The God of War Collection regroupe les deux premiers opus de la série dans une version également remastérisée, les Trophées en plus ainsi que prise en compte de l'écran tactile. The Sly Trilogy et The God of War Collection seront respectivement disponibles (en version physique et dématérialisée) le 16 avril et le 7 mai.



Infamous La PS4 prend les airs

Sony Computer publiera Infamous Second Son sur PlayStation 4 le 21 mars. Après deux premiers volets parus sur PlayStation 3 respectivement en 2009 et 2011, la franchise de Sony mettant en scène des super-héros maison en monde ouvert va faire ses premiers pas sur console de nouvelle génération. *« La série représente à ce jour environ 100 000 ventes en France »*, situe Antoine Mendel, Chef de produits chez Sony Computer Entertainment France, qui précise : *« Toutes éditions confondues, le premier volet s'est vendu à entre 35 et 40 000 pièces, la suite a atteint les 60 000 ventes »*. Une franchise en progression donc, et qui devrait gagner encore une nouvelle aura à l'occasion de son arrivée sur la nouvelle console de salon. Après avoir suivi les péripéties de Cole McGrath, un jeune homme qui se retrouvait malgré lui doté de pouvoirs surhumains dans les deux premiers volets, Infamous version next-gen nous invite à découvrir un nouveau héros, Delsin Rowe. Lorsqu'il découvre ses pouvoirs, il se lance dans une cavale pour échapper au Département de la Protection Unifiée, qui met en quarantaine les personnes présentant ce genre de particularité. Là encore, le joueur a accès à un monde ouvert, la ville de Seattle. Outre une panoplie de pouvoirs à maîtriser (électricité, feu…), ce nouveau volet présente quelques particularités. *« Les actions et décisions que le joueur va prendre vont avoir un impact sur le déroulement de l'histoire »*, explique Antoine Mendel, qui souligne également l'usage de la technologie de performance capture (vue dans Beyond : Two Souls par exemple) par les développeurs sur cet épisode. Si la réalisation du titre fait un bond en avant avec notamment une profondeur de champ impressionnante pour un jeu en monde ouvert et des personnages soigneusement modélisés, les développeurs de Sucker Punch a exploité certaines particularités de la manette PS4 comme par exemple le pavé tactile usité pour entrer des codes, dessiner des tags sur les murs et utiliser certains pouvoirs. *« Jusqu'à aujourd'hui, Infamous a été une franchise plutôt gamer. Avec ce nouveau volet, le public de la série devrait s'élargir »*, estime Antoine Mendel. Quelques semaines après le lancement de PlayStation 4, Infamous Second Son se présente comme l'un des premiers titres forts à paraître en 2014 sur la nouvelle console et devrait focaliser l'attention des possesseurs de la machine. Pour maximiser l'impact du jeu, Sony Computer le soutient via un puissant dispositif marketing incluant TV, Web et Presse (voir guide jeux). Trois éditions différentes du titre sont prévues, ainsi qu'un bundle avec la PlayStation 4. A noter que les éditions spéciales et collector donneront accès à un DLC exclusif présentant une portion de jeu supplémentaire faisant le lien entre les événements d'Infamous 2 et ce nouveau volet.



LE CHOIX AUDIO PARFAIT POUR XBOX ONE™ !

Haut-Parleurs de 50mm

Volumes du jeu et du chat séparés

Compatible avec les mobiles (jeu/appel)

Plaques interchangeables

EAR FORCE®
XO SEVEN
CASQUE GAMING PREMIUM POUR XBOX ONE™

EAR FORCE®
XO FOUR
CASQUE GAMING HAUTE PERFORMANCE POUR XBOX ONE™

Haut-Parleurs de 50mm

Volume du jeu et du chat séparé

Compatible pour le jeu sur mobile

TURTLE BEACH™
#1 IN GAMING AUDIO

Designed for
Conçu pour
Diseñado para
XBOX ONE

DISTRIBUTION EXCLUSIVE BIGBEN INTERACTIVE

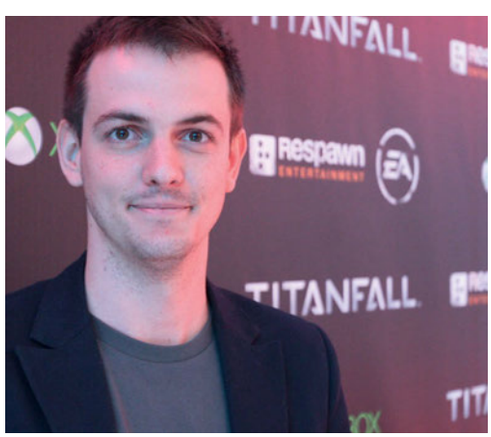
WWW.TURTLEBEACH.FR

Copyright© 2013 Voyetra Turtle Beach, Inc. (VTB, Inc) All rights reserved. TURTLE BEACH, The Palm Tree, Voyetra and Ear Force are either trademarks or registered trademarks of VTB, Inc.
All other trademarks are the property of their respective owners. Actual product appearance may differ from imagery.

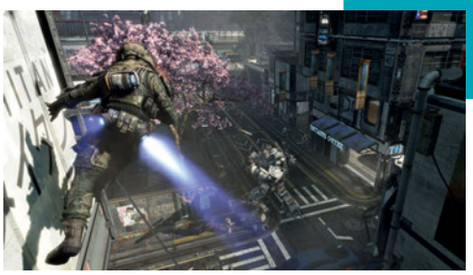
Titanfall

L'artillerie lourde

Si 2014 est attendue comme l'année marquant l'avènement des consoles de nouvelle génération, Titanfall pourrait bien être l'un des premiers rendez-vous immanquables dans le domaine. Développé par le studio californien Respawn Entertainment pour le compte d'Electronic Arts, ce titre qui compte parmi les plus attendus de l'année sera une exclusivité Xbox One sur next-gen (le jeu sort simultanément sur PC et peu après sur Xbox 360). Electronic Arts et Microsoft travaillent donc main dans la main pour promouvoir et soutenir le lancement du jeu qui s'attaque tout simplement à l'un des créneaux les plus concurrentiels qui soient, celui du jeu d'action en vue subjective. « *Le studio Respawn Entertainment, qui compte environ 80 personnes, dispose d'une belle expertise dans ce domaine* », situe Jean Mercier, Chef de produits EA Games. « *Le studio a été créé en 2010 par les fondateurs d'Infinity Ward, le studio à l'origine de Call of Duty* ». C'est en effet à cette époque que les deux patrons du studio Jason West et Vince Zampella ont quitté avec fracas le groupe Activision Blizzard pour monter leur propre studio, tout naturellement spécialisé dans le jeu d'action en vue subjective. Titanfall est la première production signée par la nouvelle structure. « *C'est une nouvelle licence qui se lance aujourd'hui et sur laquelle nous avons des ambitions à long terme* », explique le Chef de produits. Si l'on pense immanquablement à Call of Duty en prenant la manette en mains, Titanfall ne tarde pas à se singulariser, que ce soit par l'agilité extrême des soldats capables de courir sur les murs quelques secondes, par la présence de robots titanesques à piloter qui viennent galvaniser les combats ou encore par le parti-pris de proposer un jeu uniquement multijoueurs. « *Le choix de proposer une expérience totalement multijoueurs provient de ce constat qu'une majorité de joueurs dans cette catégorie sont en ligne. Plutôt que de s'éparpiller en développant une campagne solo, le studio a fait le choix légitime de concentrer totalement ses efforts sur ce que les joueurs attendent, du multijoueurs de haute qualité* ». Jusqu'à 12 participants pourront donc s'affronter sur une même carte, et une campagne scénarisée sera praticable en multijoueurs. « *Microsoft, qui a l'exclusivité de ce titre sur ses consoles, va participer activement à la campagne marketing* », développe Jean Mercier. « *Le jeu a été soutenu sur Internet depuis son annonce. L'accès à la version Beta du titre pendant quelques jours en février est un premier temps fort de communication* ». Cette mise en bouche sur quelques niveaux a profité d'une campagne sur Internet mais aussi en magasins. « *Via cet accès Beta, l'objectif est de faire monter le buzz autour du titre via par exemple les échanges de vidéos et de captures écrans entre joueurs* ». Au moment de la sortie du jeu, la campagne sera élargie, comme le souligne



Jean Mercier, Chef de produits chez Electronic Arts France



La manette Xbox One modèle Typhoon, une édition spéciale aux couleurs de Titanfall

Prévu pour le 13 mars sur Xbox One et PC, Titanfall est attendu comme l'un des titres majeurs du premier trimestre. Jeu d'action multijoueurs développé par un studio expert en la matière, le titre marque également la collaboration rapprochée entre Microsoft et Electronic Arts qui entendent propulser sur le devant de la scène cette toute nouvelle propriété intellectuelle, notamment sur Xbox One. Mi-février, les deux partenaires proposaient à la presse de prendre en main le titre lors d'un événement dans les locaux de Microsoft, à Issy-les-moulineaux, près de Paris. Par Patrick Hellio - Photos : Guy Pichard

l'éditeur : « *Outre les core gamers, il va s'agir alors de toucher une audience plus large. La campagne va s'étendre aux sites spécialisés bien sûr, mais aussi plus grand public comme L'Equipe.fr. Un mois de campagne TV est prévue également. C'est le plus important plan de lancement d'Electronic Arts sur son quatrième trimestre fiscal* ». Si le jeu est foncièrement très orienté online, les revendeurs ne sont pas écartés de l'équation, loin s'en faut. Electronic Arts propose en effet un système de parrainage entre joueurs en magasins, avec l'objectif de composer des équipes de six lors des précommandes du titre (lots exclusifs pour certains et guide stratégique digital pour tous à la clé). Les joueurs de Battlefield, autre grande série de FPS multijoueurs d'EA, devraient naturellement être sensibilisés également à la sortie de Titanfall…

L'alliance américaine

Nouvelle génération oblige, c'est la version Xbox One de Titanfall qui attise actuellement toute l'attention. Alors que les deux consoles de nouvelle génération, sorties en toute fin d'année 2013, ont enregistré d'excellents scores de ventes dès leur sortie, il est grand temps aujourd'hui d'alimenter leurs catalogues pour entretenir l'intérêt des joueurs. Et dans un contexte où la notion de titre exclusif pour l'une des deux consoles se fait de plus en plus rare, d'autant plus de la part d'un éditeur tiers, Titanfall représente évidemment un titre stratégique pour la console de Microsoft. Le constructeur entend donc bien aider le titre à s'imposer comme une démonstration de force, notamment sur la nouvelle console maison. « *Microsoft va fortement soutenir ce titre. En fait, nous le travaillons quasiment comme un titre en interne, les synergies que nous développons avec EA sont bien plus développées qu'un partenariat traditionnel* », détaille Cédric Mimouni, third party product manager chez Microsoft, qui avance : « *On pourrait en quelque sorte parler d'un titre second party !* ». Outre une mise en avant sur Xbox Live et une participation à la campagne marketing de la part du constructeur, Titanfall va être l'objet d'un bundle composé avec la nouvelle console au moment de la sortie du jeu. Microsoft va également publier une édition limitée de la manette sans fil de la Xbox One, spécialement habillée aux couleurs du jeu (un design mis au point avec le studio Respawn et inspiré par la carabine C-101 du jeu). « *C'est un soutien constant que nous mettons en place autour de ce titre* », explique Microsoft, qui y voit un titre ambassadeur idéal pour promouvoir sa console de nouvelle génération (dimension très connectée, réalisation technique de haut vol avec 60 images par seconde, genre très populaire auprès des joueurs…). D'autant que le titre, pensé à l'évidence pour la nouvelle génération de consoles, pourra profiter de quelques mois avant l'émergence de concurrents directs (Call of Duty en tête) qui seront eux aussi probablement conçus cette année pour tirer davantage partie des possibilités des nouvelles machines.

Combats de Titans

Jouable uniquement en ligne et en multijoueurs (pas de campagne solo au programme), Titanfall met en scène les combats titanesques de deux clans, l'Interstellar Manufacturing Corporation face à la Milice, dans des environnements futuristes visiblement délabrés par des années de conflits. Ce n'est certes pas par son univers d'une originalité toute relative que Titanfall fait sensation, mais par la présence de robots géants (sept mètres environ) qui font office d'armures pour les joueurs et viennent allègrement épicer les combats ! Si les affrontements entre fantassins impressionnent déjà par la vélocité de l'action (équipés de propulseurs, ils peuvent effectuer des sauts surhumains et courir sur les parois), l'arrivée des Titans propulse les combats dans une toute autre échelle et procure une vraie sensation de puissance. Après quelques minutes sur le terrain, les joueurs peuvent en effet appeler leurs Titans sur la carte et monter à bord ou leur donner des indications de déplacement. Les combats deviennent alors proprement titanesques et il ne faut pas hésiter à s'éjecter d'un colosse trop endommagé pour ne pas périr dans son explosion. De même, s'il est bien difficile pour un pilote d'en découdre face à un Titan, il peut toujours tenter de s'agripper à la machine pour la mettre hors d'usage… Plus facile à écrire qu'à faire cependant ! Plusieurs classes de combattants sont au menu, ainsi que trois (pour le moment) modèles de Titans, plus ou moins rapides et résistants. Véloce, très réactif tout en restant accessible au commun des mortels, Titanfall fait forte impression et pourrait bien donner un coup de jeune au genre. Sur les différentes cartes, ce sont deux équipes de six joueurs qui pourront s'affronter simultanément (12 joueurs) plus des soldats contrôlés par la console. Entre l'E3 2013, la Gamescom et autres distinctions données par des journaux, Titanfall cumule déjà plus de 75 récompenses depuis sa première présentation… Initialement accessible sur invitation, l'accès à la version beta du jeu sur Xbox One a finalement été ouverte à tous les possesseurs de la console pendant quelques jours. Deux millions de joueurs y auraient participés.

Wargaming

World of Tanks investit la console

Le 12 février, Wargaming et Microsoft lançaient World of Tanks en version Xbox 360. Les premiers pas sur console d'un free-to-play qui compte déjà près de 80 millions de joueurs sur PC et va désormais pouvoir convertir un nouveau public. Un signe d'ouverture au genre également de la part de Microsoft. Par Patrick Hellio

A l'instar du PC depuis 2010, les possesseurs de Xbox 360 connectés au Live et titulaires d'un compte Gold peuvent télécharger gratuitement le jeu World of Tanks (sept jours d'essai gratuits en Silver). A eux donc les affrontements entre chars sur des niveaux ouverts. C'est l'éditeur lui-même qui s'est chargé de développer cette version console du jeu, via sa filiale Wargaming West (anciennement la structure Day 1 Studios). « *Le jeu est fidèle à ce que l'on connaît sur PC mais avec quelques modifications* », nous détaille Stéphane Vallet, Communication Director, Western Europe chez Wargaming. « *L'interface a été revue pour mieux s'adapter au jeu sur console et quelques changements graphiques ont été apportés comme par exemple des explosions visuellement plus impressionnantes. Le gameplay a été adapté pour correspondre au contrôle type FPS sur le pad de la console* ». Couleurs plus vives et traces des coups tirés font également la singularité de cet opus Xbox 360. Si l'accès au jeu est gratuit, les joueurs peuvent dès le lancement investir dans deux packs différents proposant des contenus supplémentaires (chars, emplacement de garage en plus, obus premium…). En quatre ans, World of Tanks sur PC s'est constamment enrichi, pour atteindre à l'heure actuelle sept nations différentes avec 300 modèles de chars disponibles. A son lancement, cette version console comporte trois nations et 107 blindés différents. Mais la base de données devrait rapidement évoluer.

Avec 78 millions de joueurs enregistrés dont 50 millions de joueurs actifs, World of Tanks est une référence dans le domaine du Free-to-play sur PC. D'autant que ces joueurs investissent en moyenne entre sept et 10 euros par mois dans le titre. « *Ce tout premier jeu sur consoles signé Wargaming va permettre d'élargir le public du titre* », développe Stéphane Vallet. Un public probablement plus jeune que sur PC va y accéder (le titre est PEGI 7) mais la console va également permettre à l'éditeur de se développer sur certains marchés. « *World of Tanks rencontre naturellement ses plus grand succès dans les pays où le marché PC est fort comme l'Allemagne, la Pologne et bien sûr la Russie. Via la console, World of Tanks devrait se développer sur des marchés comme les Etats-Unis, l'Angleterre et bien sûr aussi en France* ».

Alors que la Xbox One vient tout juste de sortir, pourquoi donc opter pour la précédente génération ? « *Sur un titre comme World of Tanks, il y a besoin qu'une communauté forte soit là dès le lancement. Avec ses 48 millions de joueurs connectés, la Xbox 360 était le choix logique* ». Un choix d'autant plus naturel que le développeur américain acquis par Wargaming, Day 1 Studios, s'est fait un nom en adaptant des hits en provenance du PC sur consoles Microsoft (Fear, MechAssault…). Cette arrivée de World of Tanks sur Xbox 360 s'inscrit dans la diversification de l'éditeur, qui outre les déclinaisons World of Warplanes (2013) et World of Warships, va décliner son univers sur iOS et Android avec World of Tanks Blitz mais aussi World of Tanks Generals, un jeu de cartes à collectionner en ligne focalisé sur la Seconde Guerre mondiale.

questions à

Jérémy Goldstein, Games marketing manager, Microsoft

JDLI : Pourquoi Microsoft propose-t-il un titre comme World of Tanks ?

Jérémy Goldstein : Le secteur du Free-to-play est important et Microsoft souhaite développer son offre dans le domaine sur ses consoles pour également proposer ce type de consommation du jeu vidéo (Killer Instinct est sorti sur modèle en day one sur Xbox One, ndlr). Il s'agit pour cela d'identifier des titres très solides dans le genre et World of Tanks a largement fait ses preuves sur PC. Cette version Xbox 360 a fait l'objet d'un développement spécifique et le jeu a été adapté à la jouabilité console.

Quel est le rôle de Microsoft sur ce titre ?

Microsoft est co-éditeur du titre. Nous allons le promouvoir bien sûr sur le Xbox Live mais il sera aussi physiquement présent en magasins via des cartes à points aux couleurs de World of Tanks et de la PLV. Il est très important d'intéresser la distribution sur un titre comme celui-ci qui va pouvoir s'adresser à un large public de joueurs, qui n'a par exemple pas forcément de carte bancaire.

une nouvelle génération de smartphones

Doro Liberto® 810
liberté d'expression

DAS : 0,673W/Kg - Le Débit d'Absorption Spécifique des téléphones mobiles quantifie le niveau d'exposition maximal de l'utilisateur aux ondes électromagnétiques pour une utilisation à l'oreille. La règlementation française impose que le DAS ne dépasse pas 2W/Kg.

ANDROID™ technology · SwiftKey · WiFi CERTIFIED · 3G · GPS · 5 Mega Pixels · Bluetooth® SMART

Google, Google Play et Android sont des marques de Google Inc. Le robot Android est reproduit ou modifié à partir de travaux créés et partagés par Google, et utilisés conformément aux conditions décrites dans la licence d'attribution Creative Commons 3.0.

www.doro.fr

doro®

Carton français su

Entretien avec

Corentin Raux
co-fondateur du
studio Pretty Simple

Désigné comme le meilleur jeu Facebook de 2013 au monde, récompensé comme meilleur jeu social aux Game Paris Awards, se targuant de plus de 100 millions d'enquêteurs inscrits, le jeu français Criminal Case tient du phénomène. Corentin Raux, co-fondateur du studio Pretty Simple, revient pour nous sur l'histoire du studio et les recettes de ce succès. Que le développeur entend bien faire perdurer. Par Patrick Hellio

JDLI : Criminal Case a été élu meilleur jeu Facebook 2013 au monde. A quel moment avez-vous compris qu'il se passait quelque chose autour du titre ?
Corentin Raux : Le jeu a été lancé en mars 2012 et a affiché des débuts solides. On voyait que les joueurs y revenaient mais la croissance était au début assez lente. Cela a commencé à décoller un mois après le lancement du jeu mais nous avons vraiment perçu une forte progression trois mois après la sortie. C'est notamment le moment où nous avons proposé trois nouvelles langues, sachant qu'à l'origine le jeu était uniquement en anglais. C'est à partir de là que tout s'est emballé. Je me rappelle par exemple de cette journée où nous avons compté à elle seule 600 000 nouveaux inscrits au jeu, un score auquel nous ne nous attendions pas… Cela a prouvé qu'il y avait une vraie attente du public pour un jeu social d'enquête et pour un jeu d'objets cachés de grande qualité.

Comment se comporte la fréquentation du jeu sur la durée ?
En général, un jeu social qui rencontre le succès connait une période de forte progression, suivie d'une phase de stabilisation puis une tendance à décliner de manière plus ou moins accentuée. Aujourd'hui, Criminal Case est dans sa phase de stabilisation. Cent millions de joueurs sont enregistrés sur le titre et nous comptons sur janvier cinq millions de joueurs actifs par jour dans le monde.

La prochaine phase va donc consister à négocier la longévité du jeu ?
Oui, c'est très important de renouveler continuellement l'expérience de jeu. Chez Pretty Simple, une trentaine de personnes se consacrent exclusivement à Criminal Case, ce qui nous permet de proposer une nouvelle enquête inédite chaque semaine. On rêve évidemment tous d'un jeu qui aurait une durée de vie infinie… cela paraît impossible mais nous comptons d'ores et déjà sur une durée de vie de plusieurs années pour ce titre. Le lancement imminent de la version iOS va contribuer à entretenir le phénomène.

Quand arrive cette version et quelles seront ses particularités ?
Nous allons publier le jeu sur iOS courant juin et une version Android arrivera également par la suite. Ces versions seront asynchrones avec le PC, permettant ainsi de reprendre une même partie sur différents appareils. Le marché du smartphone étant en pleine explosion, il est important pour un titre comme Criminal Case d'être présent sur ces plates-formes. D'autant que le jeu y sera encore plus beau !

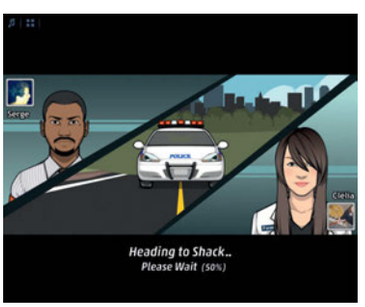
Criminal Case, l'enquête sociale

Jouable sur Facebook et prochainement mobiles, Criminal Case est un jeu en accès gratuit et en français qui invite le joueur à mener des enquêtes criminelles dans la peau d'un inspecteur du département de police scientifique. Conçu comme un jeu d'aventure, le titre propose recherche d'objets cachés dans des décors, mini-jeux lors de l'examen d'indices mais aussi interrogatoires de suspects et même autopsies ! La dimension sociale consiste à pouvoir faire appel à ses contacts du réseau social pour de l'aide lors d'une enquête. Chaque semaine, un nouveau cas est proposé. L'item selling repose sur une monnaie in game permettant de gagner de l'énergie et progresser plus vite. Le titre compte plus de 100 millions de joueurs enregistrés et 40 millions de like sur sa page Facebook.

r Facebook

Pretty Simple, joli succès

Créée en 2010, la société parisienne compte actuellement une soixantaine de salariés. Pretty Simple développe intégralement en interne ses jeux et prévoit une centaine d'embauches supplémentaires dans les deux prochaines années. A lui seul, le jeu Criminal Case représenterait un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros.



Quel est le profil du joueur sur Criminal Case ?
A l'entrée, nous sommes à 50/50 entre hommes et femmes mais cette répartition évolue par la suite vers 60% de femmes. En ce qui concerne la pyramide des âges, celle de Criminal Case est très en phase avec celle de Facebook par exemple.

Sur quels marchés le jeu performe-t-il le plus ?
Les Etats-Unis sont notre premier marché. C'est un territoire capital pour les jeux de ce genre et nous avons d'ailleurs conçu Criminal Case avec cet objectif en tête de lui permettre d'adresser le public outre-Atlantique . La France est actuellement notre cinquième marché sur Criminal Case.

Comment est né le studio Pretty Simple ?
Avec Bastien Cazenave, co-fondateur du studio, nous avions la volonté de monter une structure spécialisée dans les jeux sociaux de qualité. Pretty Simple a été fondé en janvier 2010 et nous avons lancé notre premier titre avec MyShops en novembre de la même année. Le jeu, publié sur Facebook, a rencontré un joli succès. Après une première levée de fonds à la création du studio auprès notamment du groupe d'investissement Idinvest, nous en avons bouclé une seconde de 2,5 millions d'euros en avril 2011. Cela nous a permis de développer les effectifs pour nous attaquer au jeu suivant, Criminal Case. Notre ambition étant de créer les meilleurs jeux sociaux au monde, nous nous appliquons lors de nos recrutements à identifier des gens talentueux bien sûr mais aussi passionnés par l'idée de faire du jeu vidéo. Qu'ils soient capables de créer des choses de manière assez autonome dans leur domaine est également important.

Vous aviez vous-même une expérience dans le domaine du jeu sur réseau social ?
Tout à fait, moi et Bastien avons travaillé sur des jeux de ce genre depuis 2007. Plus que la notion de jeu développé pour un réseau social, c'est celle de jeu social à part entière qui nous est chère. Des titres que l'on retrouve en effet sur Facebook, mais aussi sur smartphones, tablettes…

On arrive donc ensuite à la production de Criminal Case. Comment s'est passé le développement du jeu ? D'où est venue l'idée ?
Cela nous a pris un an et demi pour développer puis peaufiner le jeu avant de le publier, 35 personnes ont travaillé à plein temps dessus. Mettre au point un jeu non linéaire et qui est vraiment bâti autour de la notion sociale prend du temps ! Les productions que nous aimons, qu'elles soient signées au cinéma des studios Pixar, Ghibli ou encore dans le jeu social par PopCap ont été des sources d'influence pour nous. L'idée de Criminal Case est venue tout d'abord car nous sommes des amateurs des séries TV policières américaines. Et notamment de leur format car si elles sont hyper standardisées, elles parviennent malgré tout à toujours se renouveler pour entretenir l'intérêt des spectateurs. Le succès des séries TV policières est évidemment d'actualité mais cela a toujours été un genre très populaire auprès du public, qui a une vraie portée universelle. En notant qu'il n'existait pas de jeu d'enquête social pour toucher une large audience, nous nous sommes dits que c'était un genre que nous devions explorer.

De quelle manière peut-on comparer ce titre aux traditionnels jeux d'aventure « point'n click » ?
Je suis moi-même un joueur depuis des années et j'ai beaucoup aimé les jeux d'aventure classiques de la grande époque comme Secret of Monkey Island ou Gobliiins ! Ils présentaient cependant cette particularité de bloquer régulièrement le joueur, parfois pendant des heures et des heures, face à une énigme corsée. Dans Criminal Case, nous avons retiré l'élément anxiogène propre au genre pour proposer une aventure qui se parcourt de manière bien plus fluide. On finit toujours par identifier qui est le tueur dans Criminal Case, il s'agit plutôt de faire découvrir l'histoire au joueur, le laisser toujours imaginer la suite de l'action et surtout s'amuser… Le point'n click traditionnel pouvait décourager certaines catégories de joueurs et se couper d'une partie du public. Criminal Case s'inscrit dans le genre « objets cachés », avec un gameplay immédiatement accessible, qui peut plaire à toutes les catégories de joueurs et n'en reste pas moins attachant. La simplicité voire la pureté de ce type de gameplay le rend vraiment universel.

L'équipe de Pretty Simple à la remise des Game Paris Awards.

Comment voyez-vous l'avenir de votre activité ?
Nous préparons actuellement deux nouveaux titres qui seront lancés en 2015, tout en continuant de soutenir Criminal Case. Ce seront toujours des jeux sociaux mais qui seront très différents en termes d'univers notamment. En général, je pense que la tendance dans le jeu social va aller vers des productions de plus en plus importantes, à l'image de ce que nous investissons sur un titre avec 30 personnes travaillant un an et demi dessus avant de le lancer. La finition des jeux sociaux est un aspect clé, car si le joueur n'est pas convaincu dès les trois premiers clics ou les trois premiers jours, il passe tout simplement à autre chose. La qualité de l'univers et du gameplay est essentielle pour le conserver sur la durée. Et si on observera toujours des succès surprise de jeux que personne n'a vu venir, les standards de qualité vont certainement continuer à progresser.

inFamous™ Second Son ©2013 Sony Computer Entertainment America LLC. Published by Sony Computer Entertainment. Developed by Sucker Punch Productions, LLC. "inFamous" and "inFamous Second Son" are trademarks of Sony Computer Entertainment Europe. The Space Needle is a registered trademark of Space Needle LLC and is used under license. All rights reserved.
"PS4" and "PlayStation" are registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. Also, "PS4" is a trademark of the same company.

UNE PRÉSENCE MEDIA INCONTOURNABLE !

30 millions de contacts

TF1 · M6 · NT1 · NRJ 12 · W9 · GAME ONE · TRACE URBAN · MTV MUSIC TELEVISION

15 millions de contacts

jeuxvideo.com · amazon.com · Google · YouTube · JEUXACTU.COM · facebook · YAHOO! · twitter

3 millions de contacts

les inROCKuptibles · 01net. · FRANCE football · VSD · Libération NexT · auto-journal.fr · Le nouvel Observateur · L'ÉQUIPE MAGAZINE

LA PRESSE DÉJÀ CONQUISE !

"INFAMOUS : SECOND SON, ÇA SECOUE !" jeuxvideo.com

GAMEKULT.COM

"DELSIN DEVIENT UN CONCENTRÉ DE DYNAMITE QUAND ON LE CONTRÔLE."

"INFAMOUS SECOND SON S'ANNONCE COMME UN ÉPISODE TOUT À FAIT SOLIDE ET EFFICACE !" jeuxvideo.fr

AMD
Jouer à petit prix

AMD complète sa gamme de cartes graphiques avec l'introduction de la Radeon R7 250X. Modèle entrée de gamme, elle affiche des performances équivalentes à celle de la Radeon HD 7770 GHz Edition qu'elle remplace et vient se placer en concurrence directe avec la Nvidia GeForce GTX 650. L'objectif de ce modèle est de pouvoir exécuter une grande majorité de jeux en Full-HD (1920 x 1080) avec toutefois la nécessité de baisser le niveau de qualité graphique pour certains d'entre eux. Côté caractéristiques, la puce comprend 640 unités de calcul cadencées à 1 GHz et associées à 2 Go de mémoire GDDR5 sur un bus de 128 bits. A noter qu'il sera nécessaire d'alimenter la carte graphique pour en assurer le bon fonctionnement. En outre, la consommation annoncée autour des 95 W garantit un fonctionnement silencieux. La Radeon R7 250X devrait arriver dans les rayons dans le courant février au prix de **69 euros.**

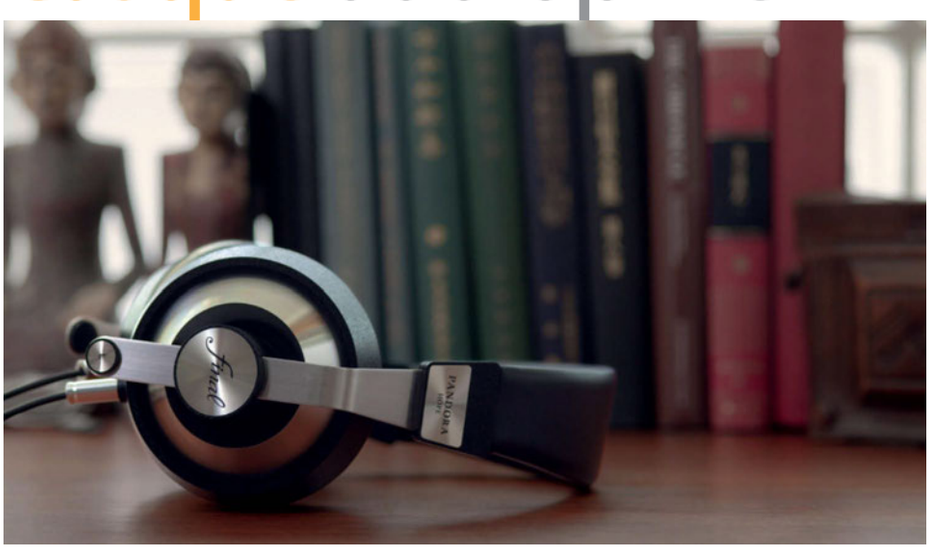
Orange
A bloc

Désigné par Orange, co-développé avec Cabasse et fabriqué par Awox, le Bloc d'Orange est un projecteur audio-vidéo portable compatible Bluetooth. Il intègre des haut-parleurs d'une puissance de 14W et un bloc optique permettant de projeter les images de 25 cm à trois mètres de diagonale. Son fonctionnement est assez simple puisqu'il suffit de le connecter à la Livebox d'Orange ou de le brancher sur n'importe quel appareil en HDMI. Grâce à une application dédiée, il se contrôle depuis un smartphone. Très compact (16 x 13 x 13 cm) et léger (1,6 Kg sur la balance), le Bloc est disponible à **399 euros.**

Sigma
La photo autrement

Le spécialiste de la photo annonce sa nouvelle génération de boîtiers compacts dp Quattro. Avec ce modèle, Sigma a repensé l'intégralité de l'appareil avec un nouveau capteur, processeur, objectif et un boîtier adoptant un design original. Le capteur est un modèle Foveon construit sur le même principe que les pellicules photo, soit des couches multiples qui capturent l'intégralité des informations du spectre lumineux. Physiquement le boîtier a été conçu pour garantir une bonne ergonomie et une bonne répartition des masses. De fait, il affiche un design étiré avec un objectif excentré. Cette nouvelle série dp comprend trois boîtiers à objectif fixe, chacun possédant sa propre focale. On trouve ainsi le dp1 Quattro et son 19 mm grand angle, le dp2 Quattro et son 30 mm et le dp3 Quattro et son 50 mm (respectivement équivalents à un 28, 45 et 75 mm en 24x36). Par ailleurs, Sigma indique que le capteur Foveon X3 est exempt de filtre passe-bas et de filtre de couleur, ce qui garantit des clichés plus détaillés. Les dp Quattro disposent donc d'un capteur CMOS Foveon X3 de 33 Mpixels, permettent une sensibilité ISO de 100 à 6 400, intègrent un écran LCD de trois pouces et un autofocus par détection de contraste. Aucune date de disponibilité ni de prix n'ont encore été annoncés.

Final Audio Design
Casque audiophile



Marque japonaise fondée en 1974, Final Audio Design s'est lancée sur le marché des casques audio en 2009. Depuis, la marque s'est surtout spécialisée dans des modèles haut de gamme Hi-Fi. Ainsi, elle présente aujourd'hui le Pandora Hope VI, un casque à arceau de type fermé doté de larges transducteurs de 50 mm et arborant un design associant acier inoxydable et ABS. Son arceau et ses oreillettes rembourrées sont recouverts d'un revêtement en similicuir. Final Audio Design indique que pour reproduire la puissance acoustique et le réalisme d'une prestation live, les ingénieurs de la marque se sont inspirés des enceintes à pavillon pour créer des transducteurs dynamiques ce qui permet de reproduire au mieux tout le spectre musical avec des basses, des médiums et des aigus équilibrés. Le Pandora Hope VI restitue une pression acoustique (SPL) de 105 dB à 1 kHz pour un poids de 480 grammes. Le casque est disponible au prix de **799 euros.**

Philips 231C5TJKFU

Philips 239C4QHWA

Philips et AOC L'affichage intelligent

Présent lors du salon IT Partners, MMD, partenaire sous licence de Philips Moniteurs, a dévoilé trois nouveaux écrans dit intelligents. Au-delà de leur fonction première qui est évidemment d'afficher les informations en provenance d'un ordinateur, ces nouveaux moniteurs apportent également des fonctionnalités spécifiques comme l'affichage depuis un smartphone (fonction MHL) pour le modèle 244E5QHAD, une utilisation autonome sous forme d'une tablette Android grand format (23 pouces) pour le S231C4AFD et enfin la possibilité de diffuser sans fil et en Full-HD via le standard Miracast le contenu des tablettes et smartphones Android avec le modèle 239C4QHWAB. Ces écrans seront disponibles dans le courant du premier trimestre 2014. Du côté de chez AOC, on retrouve les mêmes tendances et concepts avec plusieurs écrans annoncés. Ainsi, la marque présentait lors du salon son modèle i2472Pwut, un écran tactile d'une diagonale de 23,6 pouces certifié Windows 8. Il intègre une dalle IPS à 10 points de contact assurant de fait une meilleure précision pour l'utilisation des applications du Windows Store. Autre nouveauté, le modèle a2472Pw4t. Cet écran de 24 pouces est le porte-drapeau de la gamme mySmart All-in-One et fonctionne sous l'environnement Android. Il peut ainsi se transformer en une tablette interactive pour toute la famille mais reste évidemment un écran d'ordinateur avant tout. Enfin, tout comme Philips, AOC propose un écran compatible Miracast avec le i2473Pwy. Avec son design ultra-mince, sa dalle IPS et sa section audio signée Onkyo, cet écran peut afficher sans fil, le contenu d'un smartphone, d'une tablette ou encore d'un ordinateur compatible. Ces moniteurs AOC seront disponibles au printemps.

AOC i2473Pwy

Panasonic

Un hybride 4K

Panasonic profite du lancement de son tout nouvel appareil photo hybride, le GH4, pour mettre en avant la norme 4K. Sur le papier et techniquement, Panasonic propose là le premier appareil hybride permettant de filmer à la résolution de 4096 x 2160 pixels en 24 images pleines par seconde avec un débit de 100 Mbps. En outre, ce petit monstre sera aussi capable de filmer en Ultra-HD (norme utilisée par les téléviseurs estampillés 4K) avec une résolution de 3 840 x 2 160 pixels à 24, 25 ou 30 images par seconde/s, toujours en image pleine et avec un débit atteignant cette fois les 200 Mbps. Autrement dit, il sera possible d'utiliser cet hybride pour réaliser des productions audiovisuelles sans pour autant devoir faire appel à une caméra dédiée. Le Lumix GH4 reprend l'esthétique du GH3 avec le même boîtier en alliage de magnésium mais s'offre un obturateur capable de monter à 1/8000e. Le nouveau capteur Live MOS dont la définition reste à 16 Mpixels s'adjoint les services d'un nouveau processeur Venus Engine 9 équipé de quatre cœurs pour digérer l'ultra haute définition. De plus, l'autofocus a été amélioré avec une précision accrue et un viseur dont la résolution a été poussée à 2,36 Mpixels. A noter que le WiFi et le NFC sont toujours de la partie. Le GH4 semble donc être un hybride redoutable mais son prix n'a pas encore été officialisé.

Lenovo

Windows compact

Dévoilée lors du CES de Las Vegas, la tablette ThinkPad 8 propose une diagonale de 8,3 pouces pour une résolution de 1920 x 1200 pixels sous Windows 8.1 Pro. Elle sera équipée d'un processeur Intel Bay Trail Atom quadruple cœur. La 4G sera supportée en option. Enfin, sa coque de protection offre l'originalité d'avoir un coin qui peut se replier, déclenchant alors automatiquement le mode photo de la caméra dorsale de 8 Mpixels. Elle devrait être disponible dans le courant de ce mois pour un prix qui débutera à moins de **300 euros.**

Wiko
Vroum

Toujours aussi prolifique, Wiko annonce son tout nouveau smartphone, le Highway. Un nom qui lui sied plutôt bien puisqu'il intègre un processeur octuple cœur fonctionnant à 2 GHz et un écran d'une diagonale de cinq pouces affichant une résolution Full-HD. Le Highway arbore un design sobre avec un contour en aluminium et un dos en verre durci. Pour le reste, on trouve un capteur 16 Mpixels au dos et un autre de 8 Mpixels en façade. Du très haut de gamme à prix très doux puisque le Highway sera vendu seulement **350 euros.**

Asus
Du Chrome sur les bureaux

Les ordinateurs sous Chrome OS se multiplient puisque c'est au tour d'Asus de présenter sa Chromebox qui sera déclinée en trois modèles. Tous seront dotés de processeurs Intel Haswell allant du Celeron au Core i7. Le stockage sera assuré par un SSD de 16 Go (complété par 100 Go dans le cloud via Google Drive). L'ensemble fonctionnera bien sûr sous Chrome OS. Enfin la connectique sera étendue avec des sorties HDMI et Display Port, quatre ports USB 3, un lecteur de cartes SD, sans oublier le WiFi et le Bluetooth. Les prix sont très agressifs puisque débutant à **179 euros.**

Bose
Et de trois

Bose lance sa nouvelle enceinte Bluetooth baptisée tout naturellement SoundLink III. Pour l'occasion, l'enceinte profite d'un nouveau design ultra-plat et de quelques améliorations par rapport à ses prédécesseurs. La SoundLink III arbore des formes arrondies avec un encombrement qui permet de la transporter dans un sac (25 x 13 x 5 cm). Bose annonce également une plus grande autonomie de l'ordre de 14 heures en lecture continue. Compatible Bluetooth, l'enceinte permettra de profiter de la musique issue d'un smartphone, d'une tablette ou d'un ordinateur compatible. Six appareils peuvent être mémorisés, ce qui évitera de les associer à chaque fois. Par ailleurs, la SoundLink III peut être personnalisée grâce à de nouveaux caches déclinés en cinq coloris (gris, bleu, vert, orange et rose). A noter que le panneau de commande en silicone protège l'enceinte des salissures comme de la poussière et sa grille métallique évite les traces de doigts. La SoundLink III est disponible au prix de **299 euros** et les caches de couleur sont vendus séparément au prix unitaire de **34,99 euros.**

Targus
La protection avant tout

Profitant d'un marché de la tablette toujours en croissance, Targus propose toute une gamme de produits destinés à les protéger et ce pour la majorité des modèles et des marques du marché. Par ailleurs, Targus suit les nouvelles tendances en développant des protections arborant des couleurs vives et s'appuyant sur des matières douces. Ainsi, la marque propose l'étui universel Bungee qui assurera la protection des tablettes de neuf à 12 pouces aussi bien Android que ceux de la marque à la pomme. Cette protection dispose d'élastiques pour maintenir la tablette aussi bien en mode portrait que paysage et assure également son positionnement en mode dit « Stand » qui facilite la visualisation des photos et des vidéos. Targus n'oublie pas pour autant les possesseurs de tablettes plus petites, notamment celles affichant des diagonales de sept à huit pouces, et propose un étui baptisé Versavu pour l'iPad mini Retina d'Apple ainsi qu'une nouvelle gamme EverVu. Enfin, Targus propose également un nouveau design baptisé « TLC »qui propose une solution très résistante avec une protection triple couche et une adaptation à la forme de l'appareil protégé ce qui permet notamment une utilisation par les enfants, dans la cuisine ou même sur la plage.

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

NOUVEAU

SanDisk Connect™ Wireless Flash Drive

MAINTENANT DISPONIBLE EN CAPACITÉ DE 64 Go !

Le cadeau idéal
pour les utilisateurs de smartphone et tablette

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[1] 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

[1] 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®

Devolo Innover par le courant

Entretien avec

Christoph Rösseler,
Vice-président marketing et relations publiques

Entretien avec

Florian Szigat,
Directeur de la communication

Devolo a été le premier à commercialiser des prises CPL pour le grand public. Il a acquis un savoir-faire en la matière qui lui permet d'être toujours en avance sur ses concurrents. Autre particularité, Devolo tire avantage du Made in Germany pour se procurer une avance concurrentielle. Dernière innovation en date, Devolo promet du WiFi vraiment partout dans la maison en utilisant le CPL. Par Stéphane Kauffmann

Combiner le CPLM et le WiFI permet d'avoir un réseau sans fil qui couvre vraiment tout le foyer.

JDLI : Devolo, est la société allemande à l'origine du CPL ?
Oui on peut le dire, du moins en grand public. Devolo a été fondé en 2002 et a démarré son activité par des modems analogiques que nous commercialisons d'ailleurs toujours pour certains usages professionnels. Dès que les premières puces CPL sont apparues sur le marché, nous nous sommes intéressés au courant porteur en ligne car nous en avons mesuré tout le potentiel pour connecter les appareils au domicile. Dès que la technologie a été suffisamment mature pour garantir un débit sans interruption, nous nous sommes lancées. C'était en 2003 avec des prises 14 Mbits. Le succès fut immédiat ! Depuis, nous avons parcouru du chemin et les débits n'ont cessé de croître avec du 200 Mbits en 2007, du 500 en 2011 et maintenant le 650 en attendant le 1000 en 2014. Nous avons ainsi acquis une expertise et un savoir-faire qui nous permettent d'innover avant les autres.

Que représente aujourd'hui le marché du CPL ? Quelles sont vos parts de marché ? Comment se comporte la France ?
Devolo se focalise sur l'Europe de l'Ouest. Nos plus gros marchés en termes de volume sont la France et l'Allemagne dans cet ordre. C'est en Suisse que nos parts de marché sont les plus élevées. Nous avons vendu plus de trois millions d'adaptateurs CPL en 2013. En Allemagne et en France, nos parts de marché s'élèvent à plus de 50% en incluant l'OEM car nous fournissons entre autres Orange et Deutsche Telekom. Dans le retail en France, notre part de marché en valeur s'élevait à 28% en décembre 2013 ce qui nous classe à la première place.

Est-ce devenu un marché réellement grand public ?
Il est en passe de le devenir mais il y a toujours beaucoup de travail à accomplir sur la reconnaissance. Si aujourd'hui, vous demandez dans la rue à 100 personnes si elles connaissent le CPL, il n'y en aura probablement que 10 à 20% qui vous diront oui. Le potentiel de développement est encore très grand, déjà pour connecter les appareils résidentiels du foyer comme le téléviseur ou la console de jeu.

Avec l'engouement pour le nomade et le désamour pour le résidentiel, le CPL n'est-il pas en perte de vitesse ?
Au contraire. Paradoxalement la plus forte croissance est d'ailleurs à chercher dans le WiFI pour connecter les appareils mobiles au domicile. Aujourd'hui, tout le monde veut pouvoir utiliser son smartphone, sa tablette, son notebook partout dans la maison. Or le WiFi, généralement distribué par la box, ne le permet que rarement. Déjà, l'emplacement de la box n'est jamais à l'endroit où on veut utiliser les appareils en question. Ensuite, le WiFi est perturbé par les murs, l'humidité, la distance et d'autres causes environnementales. Pour bénéficier du WiFi partout dans le foyer, le plus simple est d'utiliser le CPL pour la transmission longue distance. Certes il y a les répéteurs WiFi que proposent nos concurrents mais qui amplifient déjà un signal affaibli, le débit est divisé par deux et l'usage est souvent compliqué par la nécessité de jongler entre plusieurs réseaux. Nous proposons tout simplement de relier une prise CPL à la box et c'est cet adaptateur qui va distribuer l'accès Internet partout dans la maison par le courant électrique. Ensuite dans chaque pièce ou à chaque

CHRISTOPH RÜSSELER
FLORIAN SZIGAT

« Pour bénéficier du WiFi partout dans le foyer, le plus simple est d'utiliser le CPL. »

endroit stratégique, il suffit de brancher un prise qui fait office de point d'accès WiFi. Cela permet déjà d'avoir le WiFi vraiment partout, à la cave comme sur le balcon. Ensuite, il n'y a qu'un réseau unique pour toute la maison et le passage d'un point d'accès à un autre se fait automatiquement en fonction de la prise qui offre le meilleur signal. Nos adaptateurs CPL WiFI se sont d'ailleurs hissés à la tête de nos ventes.

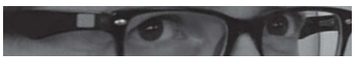
Depuis le 500, la vitesse n'est plus réellement un enjeu en grand public. A qui se destine le 650 ?
Déjà, les accès Internet sont de plus en plus rapides, les appareils à connecter se multiplient et les contenus, comme la vidéo, sont de plus en plus lourds. Avec l'arrivée de la fibre optique par exemple, les besoins en débit augmentent sérieusement. Aller plus vite avec le 650 aujourd'hui et le 1 000 demain fait donc plus sens que jamais. Mais surtout, cela permet aussi d'améliorer la stabilité sur la distance, notamment grâce à notre technologie Range+. Si le gain de vitesse du 650+ par rapport au 500 n'est pas spectaculaire dans des conditions idéales, dans la dernière pièce de la maison sur une installation électrique problématique il peut atteindre les 50%. Pour y parvenir, nous utilisons désormais la masse. La prise calcule en permanence les deux meilleurs conducteurs sur les trois disponibles et les réaffecte le cas échéant, quasiment en temps réel. Et avec notre prochaine technologie Mimo, nous allons pouvoir utiliser les trois simultanément. Cela nous permet de garantir un débit très élevé et surtout très stable vraiment partout dans la maison.

Avec la banalisation des prises CPL, n'est-ce pas devenu un marché de prix avant tout ?
Le CPL est devenu un marché de prix pour une partie mais notre capacité à innover nous donne toujours six mois à un an d'avance sur nos concurrents. Cela nous offre une fenêtre de temps durant laquelle nous pouvons vraiment faire valoir une valeur ajoutée unique. De plus, nous proposons aussi régulièrement des solutions nouvelles et innovantes comme le réseau WiFi qui utilise le CPL pour vraiment fonctionner partout. Nos 70 ingénieurs en recherche et développement nous donnent cette avance mais nous permettent aussi d'offrir la meilleure qualité et le meilleur service. L'ensemble crée la valeur ajoutée de Devolo.

Comment faire la différence sur la technologie ?
Tout simplement par la maîtrise, le savoir-faire et l'énergie que nous investissons dans tous les développements. Quand une nouvelle puce CPL arrive sur le marché, nous ne nous contentons pas d'emballer la platine de référence dans du plastique pour la vendre le moins cher possible. Nous mettons tout en œuvre pour exploiter au mieux la puce et pour ce faire, nous créons le plus souvent nos propres platines avec nos propres composants autour. Pour ne

Réseau sans fil, qu'est-ce que c'est

Acronyme de Courant Porteur en Ligne. Technologie de réseau informatique utilisant le réseau électrique pour transporter les données. Autrement dénommé Powerline ou PLC en anglais. Les débits sont aujourd'hui de 650 Mbps au maximum. Une prise CPL se présente sous la forme d'une prise de courant dotée d'une prise réseau RJ45 à brancher sur le port réseau de l'ordinateur, du routeur, de la box ou de tout appareil connectable.



CHRISTOPH RÖSSELER
FLORIAN SZIGAT

Devolo innover par le courant

Un centre de logistique intégré donne la flexibilité nécessaire pour satisfaire les commandes et les désirs particuliers en un temps record.

Dotées de la technologie Range+, les nouvelles prises dLan 650+ permettent de maintenir le débit sur des distance plus longues.

> « Tous les laboratoires et magazines qui ont testé nos prises ont déclaré qu'elles sont les plus rapides et les plus stables. »

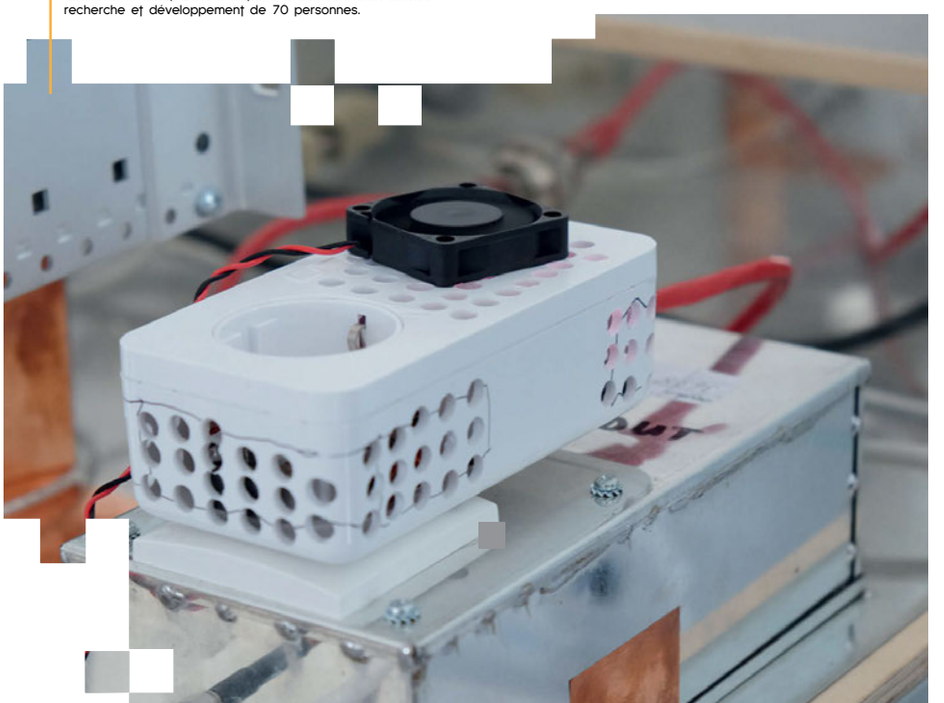
donner qu'un exemple, la possibilité d'utiliser le fil de masse pour améliorer la transmission est certes donnée par une nouvelle génération de puces mais pour que cela fonctionne réellement dans le foyer, il a fallu travailler énormément et nous avons d'ailleurs déposé le brevet du Range+. Certains de nos concurrents n'hésitent pas à dire qu'ils utilisent la masse alors que dans les faits, elle n'est reliée à rien. Tous les laboratoires et tous les magazines qui ont testé nos prises ont déclaré unanimement qu'elles sont les plus rapides et les plus stables.

Allez-vous étendre cette l'activité réseau WiFi par le CPL ?
Bien entendu. Nous allons proposer progressivement des vitesses plus élevées, à la fois pour le CPL et pour le WiFi. Nous travaillons aussi sur la flexibilité pour assurer la meilleure couverture possible avec un investissement le plus contenu possible.

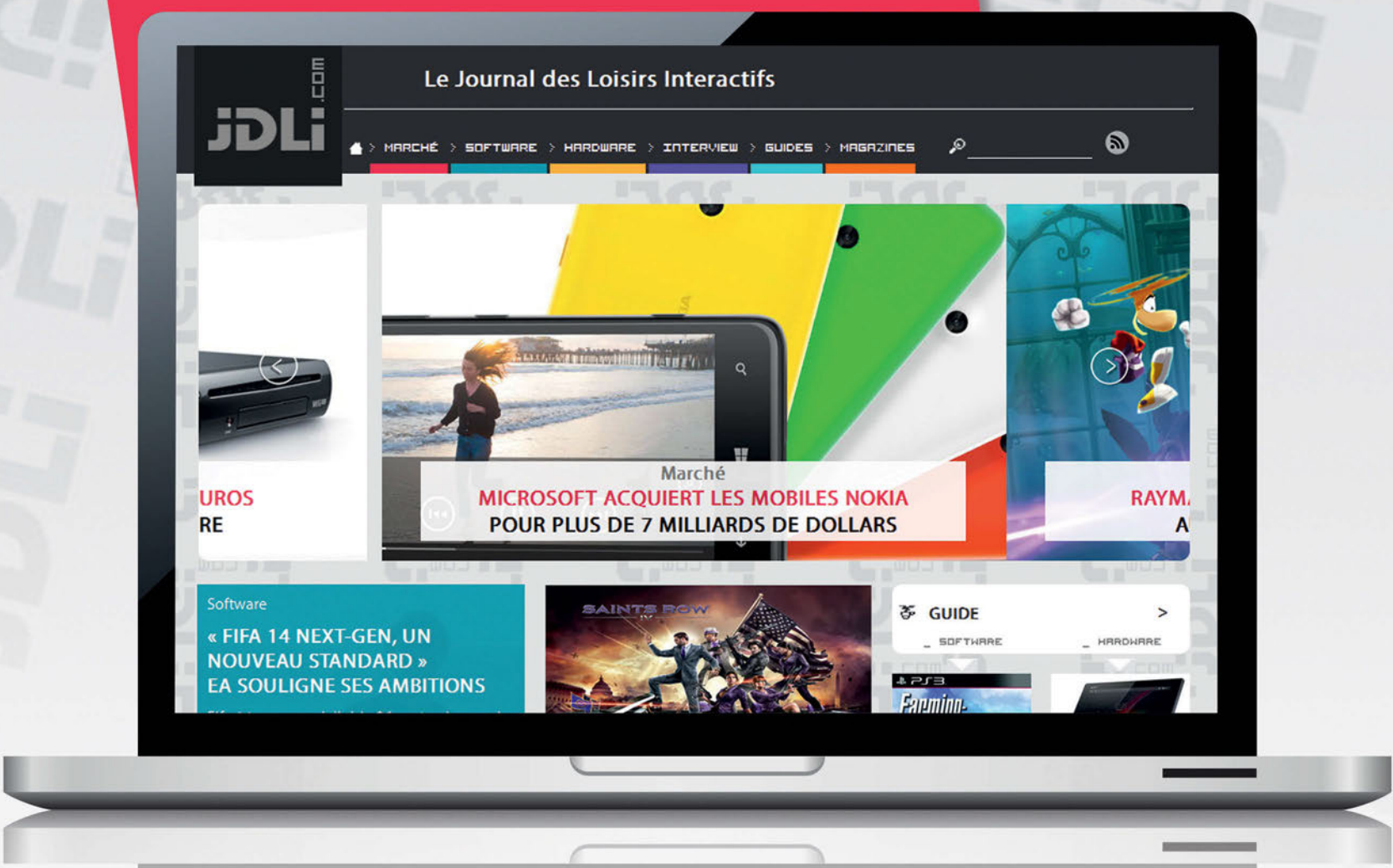
Est-ce que Devolo a prévu de s'intéresser au smart home ?
Absolument car c'est un prolongement logique de notre activité. Et là encore, nous abordons le problème par l'usage et l'ergonomie que permet la technologie. Une prise CPL servira de centrale à notre système Home Control. Elle pourra se brancher n'importe où et communiquera avec la box en CPL pour se relier à Internet. C'est donc automatique, sans paramétrage et fonctionne à tous les coups. Les différents modules que nous allons proposer communiqueront avec la centrale dans la norme de domotique la plus répandue, Z-Wave. Cela garantit une faible consommation, une bonne couverture et là encore ne nécessite aucun paramétrage. Nous allons proposer ainsi des solutions pour améliorer la sécurité, le confort et la consommation d'énergie ainsi que le pilotage de tous les appareils connectés. Il y aura des modules pour la détection de mouvement, l'ouverture des fenêtres, la température, des prises intelligentes, et bien d'autres encore. L'application très ergonomique que nous développons actuellement pour iOS et Android permettra de commander le tout mais aussi de créer des scénarios plus complexes qui mettront en œuvre plusieurs modules. Nous prévoyons de lancer notre solution Home Control en Allemagne cette année et en France en 2015.

Vous privilégiez l'activité sur place en Allemagne, n'est-ce pas difficile à assumer pour les coûts qui en résultent ?
Non, au contraire car il faut se poser les bonnes questions. Déjà, l'intégration de la R&D permet de proposer très vite des technologies et des solutions innovantes, performantes et surtout fiables car nous effectuons aussi le contrôle qualité. Ensuite pour la production, il faut savoir que l'on utilise souvent le fret aérien dans notre métier car les commandes sont toujours pressées, ce qui fait monter les coûts. Nous avons donc décidé de produire une partie de nos prises en Allemagne dans notre usine de Leipzig. Elle est entièrement automatisée et les coûts ne sont pas plus élevés. Cela représente 20% de notre production, celle qui est la plus volumique. Pour le reste, nous produisons en Chine car le nombre de pièces et les changements fréquents de produits font que c'est nécessaire pour les coûts. Mais les prises arrivent telles quelles dans notre centre d'emballage et de logistique qui est lui aussi intégré à côté de notre siège, même s'il est géré par un prestataire. Ainsi, nous y recevons les prises produites en Allemagne et en Chine pour les emballer, les conditionner et les expédier. Nous le faisons d'ailleurs de manière assez manuelle car cela nous permet d'être très flexible. Nous pouvons ainsi produire les quantités voulues pour la distribution mais aussi pour nos clients OEM, tout en prenant en compte les spécificités locales. De plus comme nous sommes situés à Aix-la-Chapelle (en Allemagne, ndlr) à la frontière belge et néerlandaise, notre position est idéale pour livrer l'Europe de l'Ouest. Pour la France par exemple, nous sommes en général capables de livrer une commande sous quelques jours là où nos concurrents mettre deux à trois semaines au mieux.

Un stress test permet de mettre en lumière comment améliorer le débit. Devolo dispose à demeure d'un service recherche et développement de 70 personnes.



JDLI.COM fait peau neuve !



Etre au courant de tout IMMÉDIATEMENT !

Leap Motion

Le PC au doig

L'année dernière, la société américaine Leap Motion mettait sur le marché un accessoire permettant la reconnaissance de mouvements de l'utilisateur devant son ordinateur. Pour moins d'une centaine d'euros, ce petit boîtier permet de prendre le contrôle de son PC ou Mac en pointant l'écran du doigt ou via les déplacements des mains. Minority Report, c'est maintenant ? Par Patrick Hellio

Dans l'esprit des fameux capteurs Kinect des consoles Xbox de Microsoft, Leap Motion repose sur la reconnaissance des mouvements pour interagir avec la machine, mais en se focalisant sur les mains et les doigts en particulier. Ce petit boîtier discret posé devant le clavier, qui se raccorde au PC ou Mac en USB, embarque deux caméras et trois LED infrarouges qui repèrent les mouvements des mains de l'utilisateur. A l'usage, l'appareil se montre assez précis malgré quelques limites comme l'impossibilité de reconnaître deux mains qui se superposent. Bémol qui apparaît rapidement, une fatigue voire des crampes peuvent se faire ressentir en action… Défrichant de nouveaux usages sur PC, Leap Motion pose également des questions inédites côté ergonomie. Peut-être le format même des programmes devra-t-il prendre en compte cette dimension. Il faut installer un store dédié, Airspace, pour accéder aux applications compatibles, gratuites ou vendues quelques euros. On y trouve des utilitaires, des démos techniques, des éducatifs… et bien sûr du jeu, terrain idéal pour exploiter un tel concept. Sur Leap Motion, la tendance est aux casses-têtes, aux jeux de réflexes et aux jeux de tir. Tir aux fléchettes, duel de cowboys, jeux de réflexe basés sur la physique tiennent la dragée haute sur le store. Parmi ces jeux, une production se démarque nettement en termes de finition et d'ambition. Signé par le studio parisien He Saw (voir interview de Samuel Jacques ci-dessous), Blue Estate est un jeu de tir sur rails basé sur l'univers des bandes dessinées de Viktor Kalvachev, qui officie également en tant que Directeur

questions à

Samuel Jacques,
Directeur général du studio He Saw (Blue Estate)

JDLI : Qu'apporte selon vous fondamentalement le système Leap Motion en termes de gameplay ?
Samuel Jacques : Aujourd'hui sur PC, le Leap Motion nous offre une qualité de détection de mouvements et un temps de réaction incomparable. Pour un jeu de tir, ce sont deux paramètres fondamentaux qui impactent très fortement l'expérience des joueurs. Cela garantit donc une très bonne précision et une réactivité de contrôle élevée.

Quand avez-vous décidé de produire un jeu compatible avec le système ?
Nous venions de terminer notre démo interne quand, en février 2013, un membre de l'équipe m'a montré le site de Leap Motion. A l'époque, il proposait d'envoyer un SDK gratuitement pour les développeurs intéressés. Jusqu'alors, nous n'avions pas de plan bien défini pour une version PC de Blue Estate parce qu'il n'y avait, à notre connaissance, pas de périphérique de détection de mouvements suffisamment efficace. On a répondu par opportunisme sans vraiment savoir à quoi s'attendre. Et finalement, on a reçu très vite un Leap Motion. Notre directeur technique a travaillé deux heures… et le jeu tournait parfaitement avec le périphérique. L'expérience était vraiment convaincante. Nous avons ensuite envoyé une courte vidéo chez Leap Motion montrant le résultat. Ils ont aimé. Nous nous sommes rencontre
des intérêts communs. Eux ap
sur le point d'être commercial
nal construit autour de la dét
nos priorités pour sortir en o
Airspace.

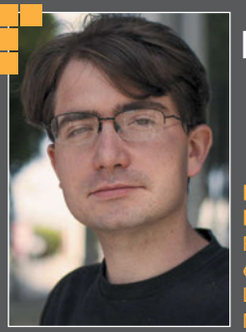
**En quoi le système Leap
de concevoir le jeu ?**
Blue Estate a toujours été conç
bases. Nous avions déjà prototy
le PS Move. Une fois le Leap Mo
damentaux mais plutôt à adap
avons fait les ajustements né
confortable. Nous avons par ex
matique de la version Kinect. N
tres destinés au PS Move sur la

**Combien de personnes or
temps ?**
L'équipe a démarré en avril 201

gt et à l'œil

artistique sur le titre. Si le Leap Motion fait son effet, son usage à long terme a encore tout à prouver. L'implémentation en OEM dans des portables pourra certes aider à populariser le concept, mais c'est du côté des applications et modes d'usage que la réflexion devra avant tout être menée. Leap Motion devrait quoi qu'il en soit continuer à faire évoluer l'appareil via des mises à jour. La piste d'une adaptation pour smartphones et tablettes pourrait également être un axe de développement. (Leap Motion, 90 euros environ)

questions à



Michael Buckwald, Fondateur et CEO de Leap Motion

JDLI : Comment le Leap Motion est-il distribué en France ?
Michael Buckwald : La Fnac a l'exclusivité de la vente en retail du contrôleur Leap Motion en France (un porte-parole nous a confirmé que l'exclusivité avait cours au moins encore jusqu'à la fin 2014, ndlr). Il peut également être acheté en ligne sur le site www.leapmotion.com.

Comment communiquez-vous autour de Leap Motion en France ?
Les personnes qui sont intéressées par le Leap Motion peuvent se rendre dans plus d'une centaine de magasins Fnac pour voir une démo de l'appareil et de ses applications. Leap Motion est apparu dans des parutions majeures (Le Figaro, Les Echos, GQ, Science et Vie…) et nous avons enregistré des retours positifs de nos fans sur Facebook. Les journalistes, les consommateurs et les développeurs ont tous montré un franc intérêt pour l'appareil.

Quel public ciblez-vous au lancement ?
L'audience visée par Leap Motion concerne les joueurs et les familles qui cherchent à jouer, créer et explorer de nouvelles possibilités en termes de fun et d'immersion. Le système Leap Motion offre un potentiel formidable de possibilités, et nous comptons déjà plus de 150 applications disponibles sur la boutique en ligne Airspace dédiée au Leap Motion.

Des partenariats OEM ont été signés avec des fabricants pour inclure la technologie Leap Motion dans leurs PC. Avec quelles marques travaillez-vous ?
Leap Motion a des accords OEM avec des sociétés comme Asus et HP, et la compagnie continue à travailler pour développer les partenariats dans différentes industries. L'année dernière, HP a annoncé le notebook HP Envy, le premier ordinateur incluant de série Leap Motion et même tout simplement le premier à comprendre une fonctionnalité de capture de mouvement embarqué. Et fin 2013, HP a inclut une nouvelle génération de PC embarquant la technologie Leap Motion, avec 11 modèles de desktop et de « tout-en-un ».

Quels sont vos objectifs de ventes ?
En tant que société privée, Leap Motion ne rend pas publiques ses informations financières. Cependant, nous pouvons vous dire que la demande pour Leap Motion est incroyable ainsi que la demande pour développer sur la plate-forme.

és et avons discuté, nous avions clairement
pportaient un appareil vraiment performant
lisé, nous avions, de notre côté, un jeu origi-
tection de mouvement. Nous avons changé
ctobre 2013 le prologue de Blue Estate sur

Motion a-t-il influencé votre manière

çu avec le motion gaming comme une de ses
ypé le jeu avec des appareils tels que Kinect et
tion reçu, nous n'avions pas à changer les fon-
oter l'existant. Forts de notre expérience, nous
écessaires pour avoir une expérience de jeu
xemple adapté le déclenchement du tir auto-
Nous avons également repris certains paramè-
réactivité du réticule de visée.

nt travaillé sur le projet et combien de

12 avec une équipe de six personnes. Elle s'est agrandie pour dépasser une quinzaine de personnes. Nous visons une sortie du jeu final au premier trimestre 2014 sur Airspace.

He Saw est l'un des premiers développeurs de jeux à s'investir sur la plate-forme Leap Motion. Un risque calculé ?
C'est plutôt un pari qu'un risque ! Et c'est toujours un pari de produire du contenu pour un nouveau périphérique qui doit installer sa base de consommateurs… mais c'est effectivement calculé, dans la mesure où c'est surtout une opportunité plus qu'un investissement pour He Saw.

Dans quelle mesure avez-vous collaboré avec Leap Motion pour élaborer le jeu ?
L'élaboration en soit n'a pas radicalement changé une fois notre partenariat établi. Par contre, nous leur avons soumis en amont des versions pour qu'ils puissent nous faire part de leur avis. C'est plutôt sain d'avoir à ce stade des retours extérieurs sur ce que l'on fait. Leap Motion a un processus de soumission qui a permis de pointer les derniers ajustements à faire avant la sortie du Prologue.

Blue Estate est-il voué à être une exclusivité liée à Leap Motion ?
La question devrait être posée à Leap Motion. Rien n'est figé aujourd'hui. Nous avons commencé le développement de Blue Estate sur consoles current-gen et le partenariat avec Leap Motion a simplement changé nos priorités en cours de développement. La notion d'exclusivité dans cette industrie est devenue toute relative depuis quelques années et à plus fortes raisons quand on est un développeur indépendant. Nous sommes très contents de notre partenariat avec Leap Motion. Si Leap Motion souhaite avoir du contenu exclusif, nous serions ravis de faire des jeux dédiés pour le Leap Motion.

Quand He Saw a-t-il été créé ? Comment résumeriez-vous votre positionnement éditorial ?
Pour l'équipe de production, l'aventure a débuté en avril 2012 quand une core team s'est construite autour de l'idée de faire de Blue Estate, un jeu centré sur le motion gaming. Notre volonté initiale est de produire des jeux téléchargeables sur consoles et PC en se basant sur des propriétés intellectuelles originales. Nous pourrons parler de positionnement éditorial après la sortie de notre premier jeu. La quasi-totalité des membres de l'équipe ont déjà travaillé sur plusieurs projets dans diverses sociétés et je constate que chaque personne impliquée dans le projet a été séduite par la volonté de faire quelque chose à contre-courant (même si ce n'est pas la finalité en soi).

New IT

Multiplier les objets nomades à domicile et se contenter de petits écrans n'est pas une solution optimale. La mode du nomadisme à tout crin a occulté le confort à domicile. En parallèle, les ordinateurs convertibles ont fait d'immenses progrès, tout comme les tout-en-un. Après l'invasion de la tablette, il est probable que l'on assiste à un retour du PC à valeur ajoutée. Par Stéphane Kauffmann

La massification des tablettes a largement cannibalisé le marché des ordinateurs portables. Avec des volumes qui ont évolué d'inexistant à six millions en trois ans, les tablettes ont notamment poussé les consommateurs à différer le renouvellement de leur notebook. Le marché de l'ordinateur portable sera donc étal au mieux en volume cette année (3,7 millions d'unités selon GfK), et sans doute même un peu en baisse. Cela ne concerne que le volume car en valeur, la situation risque bien d'être inverse. Dès cette année, celle des tablettes devrait devenir négative car la massification s'est accompagnée d'une chute des prix encore plus spectaculaire que ce qui s'était passé en son temps en informatique. Cela a eu pour conséquence un certain désamour pour l'ordinateur dans les enseignes qui misent sur la promotion, comme les hypermarchés. Les modèles à plus de 400 euros ont plus ou moins été bannis des rayons. De ce fait, les magasins spécialisés ont pu développer leur argumentaire pour vendre de la valeur ajoutée. C'est une première depuis longtemps dans l'univers informatique et la progression des segments à plus de 600 euros, tout comme celle de la catégorie ultraportable, en est témoin.

Le retour de l'informatique

Du confort à la maison

En dehors de ces facteurs marché, l'informatique et les usages ont évolué de leur côté aussi. Après une phase du nomadisme à tout crin où tout ce qui pesait plus de cent grammes n'était pas sexy, la tendance vers plus de confort avec un affichage plus grand semble de retour. Les smartphones deviennent géants avec des écrans de six pouces. Les tablettes de 10 pouces reviennent à la mode et certaines vont même s'agrandir encore pour atteindre les 12 pouces. Par ailleurs, la multiplication des appareils nomades au foyer ne va pas sans poser problème, obligeant à passer de l'un à l'autre sans arrêt. Un appareil plus universel, servant à la fois à la consultation et à la productivité au sens familial du terme fait donc sens, surtout s'il arrive à réunir les avantages de plusieurs appareils distincts sans nécessiter de compromis. Et de plus, il y a sans doute une prise de conscience du confort à la maison qui se fait après l'euphorie tablette car en dehors du lit et du canapé, un plus grand écran s'avère bien plus agréable à utiliser. L'informatique a des réponses à apporter avec d'un côté des moniteurs design et peu onéreux et de l'autre, des tout-en-un devenus matures et innovants.

Du pour et du contre

Enfin, l'usage des systèmes mobiles montre aussi ses limites. Autant la consultation est satisfaite par l'univers applicatif, autant la productivité et le loisir familial ne le sont pas vraiment. Messageries, mails, réseaux sociaux : tous sont plus agréables à exploiter avec un clavier et un pavé tactile. De même collecter ou ranger ses photos, ses vidéos et ses musiques pour ensuite les diffuser se fait bien plus simplement sous Windows que sous iOS. Sans même parler de ce que nous faisons tous au quotidien, écrire. Pour l'entertainment, c'est un peu la même chose. Regarder un film ou des photos présente bien plus d'intérêt sur un écran plus grand. En fait passée l'euphorie mobile, on s'aperçoit que rien ne justifie un petit écran s'il y a la place d'en avoir un grand. Malheureusement, Windows est aussi son meilleur ennemi. Le système d'exploitation en situation de quasi-monopole n'a pas réussi à intégrer le tactile mais l'a juxtaposé au clavier, obligeant l'utilisateur à jongler entre les deux, de manière quasi schizophrène. De même, le magasin en ligne ne convainc ni par les applications, ni par leur qualité, reléguant du même coup le tactile encore plus à l'arrière-plan. Reste l'avantage clef qu'est la compatibilité avec l'univers PC et un système pensé pour gérer ses données. Android et iOS ne sont vraiment pas pratiques dès qu'il s'agit d'être productif ou de manipuler des contenus. Ceci étant, le succès grandissant des chromebook et l'arrivée des convertibles comme des tout-en-un sous Android pourront faire évoluer les choses. Reste à espérer que Windows 9 arrive rapidement et que cette fois-ci, le tactile soit mieux intégré. Tout comme on peut espérer avec le changement de direction chez Microsoft enfin on décide d'investir une partie du budget marketing et communication colossal dans le développement d'applications et de jeux tactiles.

Ordinateur & tablette en un

Dans ce contexte qui évolue, les ordinateurs convertibles ont de véritables atouts à faire valoir. A l'usage, on s'est aperçu que le tactile sans mode tablette ne rimait à rien. En parallèle, les ultraportables se sont démocratisés, affichant de bonnes performances, un poids réduit et une grande autonomie avec des tailles d'écran de 11 à 14 pouces. Ils sont d'ailleurs en croissance constante et le segment 15 à 17 pouces

Le Yoga 2 est un ordinateur convertible 13 pouces et un notebook sans compromis à la fois confortable, performant, léger et autonome. Cerise sur le gâteau, il se transforme en tablette et autorise même des positions inédites pour un usage tactile qui ne fatigue pas. Il est même moins cher qu'un notebook équivalent à partir de 599 euros.

L'Asus T100 est un convertible de 10 pouces dont l'écran se détache pour devenir une tablette qui n'a rien à envier à un modèle sous Android en termes de poids, de performances et même de prix. En effet, le T100 ne vaut que 349 euros.

> Reste à trouver une solution pour créer un ordinateur qui se transforme en tablette sans concessions sur les deux usages.

baisse de son côté. Reste à trouver une solution pour créer un ordinateur qui se transforme en tablette sans concessions sur les deux usages. Après que les marques ont beaucoup expérimenté, il semble qu'il y ait deux manières pour y parvenir.

Tablette ordinateur

Il est possible de dissocier l'écran du clavier qui se mue alors en tablette. Ce système semble particulièrement adapté si le mode tablette est premier dans des tailles d'écran du 10 au 11 pouces. L'année dernière, le concept achoppait au prix, aux performances et au poids. En mode tablette, l'écran qui contient les composants ne doit pas afficher un poids de beaucoup supérieur à ce qui se pratique sous Android, soit autour de 500 grammes en 10 pouces. Cela exclut d'emblée l'usage d'un processeur Intel Core i. L'Atom ancienne génération n'était de son côté pas assez performant. Mais dans sa nouvelle version, l'Atom remplit tous les critères avec suffisamment de performance, une consommation faible et un dégagement de chaleur très contenu, sans parler d'un prix compatible aussi. Il permet de réaliser une tablette 10 pouces sous Windows 8.1 qui peut rivaliser sur tous les points avec un modèle Android. Reste donc à lui adjoindre un dock qui intègre un clavier et un pavé tactile pour en faire un petit ordinateur toujours très nomade mais pratique pour produire et organiser. C'est un peu la fusion du netbook et de la tablette. Le modèle emblématique de cette génération a été proposé par Asus avec un T100 au prix contenu de 350 euros. Seul l'avenir nous dira à quel point ce concept peut susciter l'engouement mais toujours est-il que la valeur ajoutée est évidente. Par rapport à une tablette Android, on gagne beaucoup en polyvalence mais on perd aussi en qualité applicative.

Une tablette sous Android, c'est pratique pour la consultation mais dès qu'il s'agit de regarder une vidéo à domicile ou de produire, voire même de réunir et d'organiser du contenu, l'ordinateur prend le dessus.

Ordinateur tablette

L'autre concept convertible est un ordinateur qui peut faire office de tablette, typiquement en 13 pouces. L'écran détachable n'est alors plus une solution réellement satisfaisante car ce système oblige à trop de concessions en termes de composants et de poids. Certains comme Asus ont même tenté de combiner une tablette indépendante sous Android à un PC dans le clavier mais le poids de l'ensemble est trop élevé. Il s'agit donc plutôt de trouver un mécanisme permettant de transformer l'ordinateur en mode tablette. C'est Lenovo avec le Yoga qui a été le pionnier d'une solution vraiment viable et qui demeure à ce jour la plus convaincante. Rappelons qu'une double charnière permet de faire basculer l'écran sur 180 degrés. Replié au dos du clavier, l'ensemble devient une tablette et entre les deux la position livre à peine ouvert s'avère

Le Sony Fit multi-flip est un ordinateur ultraportable léger, performant et séduisant qui se transforme en tablette de manière intelligente et à un prix contenu, surtout au vu du degré de séduction.

Le tout-en-un A730 de Lenovo est déjà un bel objet mais aussi un ordinateur performant doté d'un écran de 27 pouces. Il est tactile et pour pouvoir en profiter, il s'incline et s'avance. Il se met aussi à plat pour se transformer en table tactile, idéale pour jouer à des jeux de société en famille.

idéale pour le divertissement. Pour que le tactile ne fatigue pas trop en usage prolongé sur une table ou dans le canapé, la position châssis à plat écran légèrement relevé est bien pratique aussi. Restait un poids et une épaisseur supérieurs à ce qui se pratique en ultra-portable. Avec la seconde génération, Lenovo a réglé le problème en affinant la silhouette et en réduisant le poids. De plus, le Yoga 2 est devenu très abordable, dans la norme d'un notebook ultraportable standard. Désormais, il n'y a donc plus aucune concession à faire sur la partie ordinateur avec un 13 pouces performant, autonome et léger qui procure tout le confort nécessaire. En mode tablette, on perd certes en confort à bout de bras et surtout on manque d'applications mais l'usage est satisfaisant. Sony vient de riposter avec un deuxième concept convaincant, le Fit multi-flip. L'écran est articulé au centre, ce qui permet de le mettre à plat sur le clavier pour une transformation en tablette. Il est également possible de poser le châssis à plat avec l'écran légèrement relevé pour une utilisation tactile plus confortable sur une table ou dans le canapé. Là encore, le poids est contenu, l'autonomie longue et le premier prix abordable. En devenant grand public, ces convertibles 11 à 14 pouces sont sans doute promis à un bel avenir, notamment pour ceux qui ne veulent pas multiplier les appareils au-delà d'un smartphone et d'un ordinateur.

Un grand écran

Ces convertibles sont certes parfaits en déplacement et utilisables à la maison mais même un écran de 13 pouces reste limité si on dispose de plus d'espace dans son environnement. Si on lui adjoint une souris, le convertible ne pose en revanche aucun problème ergonomique pour la saisie, les claviers récents étant précis et confortables. Il tombe donc sous le sens de lui adjoindre un moniteur. Un modèle de 24 pouces familial design et de qualité se négocie à moins de 150 euros, un 27 pouces à moins de 200. Cette association semble évidente et pourtant elle est encore rare, la faute à un rayon qui ne montre pas cet usage. Il est pourtant simple de mettre les moniteurs là où sont les notebooks et de montrer en tête de gondole l'association, voire même de proposer des bundles avantageux. Par ailleurs, le moniteur s'essaie aussi au tactile à son tour. Sur une grande surface et en l'absence d'applications pertinentes sous Windows, le tactile peine toutefois à se justifier. Mais à condition de revoir l'ergonomie avec un moniteur qui peut s'incliner et s'approcher de l'utilisateur, cela fait sens. Reste le problème du surcoût qui ne doit pas être supérieur à la plus-value du tactile, soit environ 20%. Le moniteur s'ouvre aussi à d'autres supports que l'ordinateur sous Windows. Une tablette ou un smartphone sous Android peuvent se connecter par des prises MHL qui se multiplient, voire déporter l'affichage sans fil grâce au Miracast. Pour un tel usage, le tactile s'impose. En revanche, il est difficile de prédire si l'usage est suffisamment convaincant pour le consommateur. On se voit bien regarder une vidéo ou des photos de cette manière mais au-delà, l'usage est moins évident.

Le retour du bureau

Enfin, l'ordinateur de bureau pourrait aussi faire son comeback sous la forme du tout-en-un. Après des années de tâtonnement et surtout des prix astronomiques, les tout-en-un devraient cette année atteindre un point d'équilibre. Déjà, ils se sont affinés et leur design est de plus en plus attrayant. L'intégration dans le foyer ne pose donc aucun problème, c'est juste une question de mode du tout nomade qui doit passer. Ensuite, les prix sont enfin compatibles avec les budgets, un tout-en-un de 23 pouces design et performant peut se trouver dès 700 euros. Le confort procuré par un tel ordinateur résidentiel à domicile est évidemment incomparable à ce que proposent un notebook et à fortiori une tablette. De plus, le tout-en-un répond parfaitement à un usage familial partagé. Les parents remettent en cause l'autonomie de l'enfant dans sa chambre, notamment pour les risques associés au Web et aux réseaux sociaux. Par ailleurs, le tout-en-un peut aussi créer de nouveaux usages et c'est sans doute là qu'il doit chercher son avenir. En se mettant à plat, il devient table tactile pour des jeux familiaux. Pas trop grand, il peut se doter d'une batterie et être transporté là où on veut l'utiliser. Evidemment, ces nouveaux usages vont de pair avec du contenu adéquat et là encore, le magasin d'applications s'avère pauvre pour l'heure. Toujours est-il que le tactile sur un tout-en-un qui ne s'incline pas n'a que peu d'intérêt au regard de la diagonale d'écran. Si vous voulez en apprendre plus sur l'offre actuelle, lisez notre panorama en page 42.

Afficher le contenu de son notebook sur un écran de 28 pouces change grandement la perspective et améliore notoirement le confort, comme le plaisir. Ce Philips 28EQHAD y ajoute une prise MHL qui permet de connecter un smartphone ou une tablette sous Android.

Un moniteur de 24 pouces est un moyen peu onéreux d'agrandir l'affichage d'un notebook à la maison. Ce modèle AOC i243Pwy permet même de déporter l'affichage d'un smartphone ou d'une tablette sans fil, par exemple pour regarder une vidéo ou des photos qui y sont stockées.

Ordinateurs tout-en-un

Retour au salon

Si la tour grise a clairement perdu la bataille de l'informatique, le tout-en-un continue à évoluer et à surtout à se justifier. Portée par une année riche en nouveautés tant logicielles que matérielles, cette catégorie est l'une des rares à progresser en ce début d'année. Retour sur un appareil qui ne cesse de se réinventer. **Par François Arias**

Apple iMac
Le plus beau

Si le design tout aluminium de ce modèle n'est pas exactement révolutionnaire, le régime imposé l'an passé fait de l'iMac le tout-en-un le plus réussi d'un point de vue esthétique. Comme toujours chez Apple, la finition est parfaite. Les bords s'étant très fortement affinés (5 mm seulement), toute la connectique est positionnée au dos de l'ordinateur ce qui n'est pas forcément très pratique. Cette finesse a une autre conséquence majeure, le lecteur optique passe tout simplement à la trappe. Une décision que l'on attendait, Apple n'ayant pas fait mystère de sa volonté de se débarrasser des bonnes vieilles galettes numériques. L'écran de 27 pouces affiche une très haute résolution et se différencie par son traitement laminé. La dalle est collée directement sur la vitre plutôt que de laisser un vide de quelques millimètres. Il y a ainsi moins de reflets et l'image semble plus présente. C'est une évolution appréciable. Côté son, l'iMac se débrouille bien mais les basses sont très légères. Une nouvelle fois la configuration de l'iMac est puissante et équilibrée. Le processeur Intel Core i5 quadri-cœur cadencé à 3,2 GHz ne fera qu'une bouchée des tâches les plus gourmandes et la carte graphique embarquée est même assez puissante pour jouer à des jeux pas trop exigeants. En revanche, le Fusion Drive hybride disque dur/SSD est toujours en option. Apple propose donc un tout-en-un très abouti dans cette nouvelle version. Le tarif est élevé mais justifié par les prestations.

- **Processeur :** Intel Core i5, quadri-cœurs, 3,2 GHz
- **Mémoire :** 8 Go
- **Écran :** 27 pouces (2560 x 1440 pixels)
- **Carte graphique :** Nvidia GeForce 755M
- **Disque dur :** 1 To
- **Optique :** -

1799 €

Dell XPS 27 Gold Touch
Le plus complet

L'XPS 27 Gold Touch est une version remise à jour d'un des modèles phare de l'an passé. Extérieurement, ce PC ne va pas faire tourner les têtes avec son design propre mais sévère. La qualité de fabrication est au rendez-vous avec des plastiques de qualité parfaitement ajustés. L'ordinateur est livré avec un clavier et une souris un peu basiques au vu du tarif. L'écran de 27 pouces est en très haute résolution. La luminosité et le taux de contraste sont élevés, les couleurs plutôt justes mais les reflets sont visibles. La reconnaissance tactile est précise mais la taille de la dalle rend une telle utilisation assez vite fatigante. L'inclinaison possible jusqu'à environ 45 degrés améliore un peu la situation. Les composants sont homogènes et performants avec notamment un processeur Intel Core i5, 8 Go de mémoire vive et une carte graphique Nvidia GeForce 750M. Le stockage est assuré par un disque dur de 1 To mais un SSD de 32 Go améliore la réactivité. Comme sur certains ultrabooks, cela permet un démarrage très rapide tout en conservant un grand espace de stockage. Inutile de dire que les performances sont excellentes, à l'exception du jeu vidéo qui est encore une fois le point faible de ce tout-en-un. Le ventilateur bruyant de l'an passé a été amélioré puisque la machine s'avère nettement plus discrète. Bien fini et performant, ce tout-en-un ne pêche que par un prix élevé.

- **Processeur :** Intel Core i5-4440S, quadruple cœur, 2,8 GHz
- **Mémoire :** 8 Go
- **Écran :** 27 pouces (2560 x 1440 pixels)
- **Carte graphique :** Nvidia GeForce 640M
- **Disque dur :** 1 To + SSD 32 Go
- **Optique :** Lecteur Blu-Ray/graveur DVD±R/RW

1799 €

Dans un univers numérique dominé par la mobilité, le tout-en-un fait figure d'OVNI. Malgré un prix moyen élevé, selon GfK la catégorie a connu en 2013 une croissance, tant en valeur qu'en volume. Bien que porté par Apple et sa nouvelle version de l'iMac ainsi qu'une large offre de nouveaux modèles sous Windows, le tout-en-un devrait voir sa croissance mondiale se ralentir aux alentours de 4,9% en volume cette année. En France, GfK prévoit pour 2014 une hausse de 20% en valeur et de 23% en volume. Avec un prix moyen de 895 euros, le tout-en-un est l'une des rares catégories qui se maintient en valeur aussi.

Plus confortables

Bien que les ordinateurs portables aient fait de gros progrès ces dernières années, il est indéniable qu'un tout-en-un est bien plus confortable à utiliser, en particulier lorsque l'utilisateur veut créer du contenu quel qu'il soit : texte, photo, vidéo… Avec un grand écran qui améliore la lisibilité et un ensemble clavier/souris, le tout-en-un est en effet un modèle d'ergonomie. Cela se ressent particulièrement lors des longues sessions d'utilisation avec une fatigue visuelle et musculaire bien moindre que sur un ordinateur portable. Il ne faut pas hésiter à mettre en avant les avantages d'un point de vue santé avec une meilleure position pour le dos ainsi qu'un risque moindre de pathologies comme le syndrome du canal carpien. Ce confort s'applique aussi à la gestion du contenu plus aisée et surtout au confort visuel pour regarder une vidéo ou des photos.

Tactile de série

Parfois proposé en option jusqu'ici, le tactile est désormais devenu standard avec la quasi-totalité de l'offre désormais équipée. La différence se fait surtout sur l'ergonomie tactile avec pour les meilleurs un pied qui permet d'incliner, voire de rapprocher l'écran de son utilisateur pour un usage plus confortable. Sur un grand écran, le tactile ne sera pas utilisé aussi fréquemment car la souris s'avère le plus souvent mieux adaptée. Malgré un Windows 8 qui propose une interface bien pensée et agréable à utiliser, la fatigue musculaire s'installe en effet rapidement. Il n'en demeure pas moins que pour la consultation et la lecture de contenus multimédia, c'est une option d'autant plus valable que l'écran est plus proche des doigts. Deux modèles se distinguent particulièrement dans ce panorama, l'A730 de Lenovo et l'Envy Recline Touchsmart de HP. L'écran peut être incliné pour ne plus à avoir à lever les bras ou encore mis complètement à plat. Une telle position peut être pratique pour jouer à des jeux de société ou encore consulter des photos à plusieurs. Le tactile est l'un des points les plus aisés à exposer en rayon. Pour les modèles dotés de pieds évolués permettant de multiples positions, il suffit de laisser assez d'espace autour de l'ordinateur pour faciliter les démonstrations des vendeurs et la prise en main des clients. Seul Apple continue à faire de la résistance en ignorant le tactile peu adapté au grand écran, selon la marque à la pomme.

Plus grands et plus puissants

La tendance entamée l'an dernier vers des écrans de plus en plus grands se poursuit. La plupart des nouveaux modèles sont disponibles en 27 pouces. Les modèles les plus haut de gamme sont même dotés de dalle très haute résolution qui offrent une grande finesse d'affichage. Cette dernière peut d'ailleurs

Lenovo IdeaCentre A730
Le plus versatile

Introduit l'an passé et bénéficiant d'une mise à jour, ce tout-en-un de 27 pouces se distingue avant tout par son écran articulé. Pour améliorer l'expérience tactile sous Windows, il est possible de l'incliner jusqu'à le mettre à plat. On peut également l'avancer vers soi. Cela permet de trouver une position plus confortable pour l'usage tactile sur le bureau. À l'usage, c'est pratique car il est possible de laisser clavier et souris sans fil rangés pour lancer une lecture multimédia ou effectuer des tâches de consultation. Tout comme ce sera parfait pour montrer un album photo à d'autres. L'usage à plat est moins évident, car il faut pouvoir se placer autour et le magasin en ligne de Windows est très avare en applications et jeux adaptés ! Extérieurement, l'A730 rompt aussi avec les classiques. Les composants sont positionnés dans le pied et non pas au dos de l'écran. La stabilité est ainsi garantie et la finition est irréprochable. Le pied et le bras articulé sont en aluminium, tandis que l'écran se contente de plastique argenté. Techniquement, Lenovo a sérieusement musclé son tout-en-un par rapport à l'an passé. On trouve un Core i7, 8 Go de mémoire vive et une carte graphique Geforce 740M. De quoi être à l'aise pour tout sauf le jeu. L'écran de 27 pouces passe en très haute résolution, avec une dalle de très bonne facture. En plus d'être pratique à utiliser en tactile et d'adopter des composants puissants, l'A730 est proposé à un tarif intéressant.

- **Processeur :** Intel Core i7-4700, quadruple cœur, 2,6 GHz
- **Mémoire :** 8 Go
- **Écran :** 27 pouces (2560 x 1440 pixels)
- **Carte graphique :** Nvidia GeForce 745M
- **Disque dur :** 1 To + SSD 8 Go
- **Optique :** Lecteur Blu-Ray/graveur DVD±R/RW

1599 €

MSI AG2712A
Le plus joueur

Avec l'AG2712A, MSI tente une approche pour le moins originale en dédiant son tout-en-un aux joueurs. Un choix risqué car il est en effet compliqué à mettre en œuvre notamment à cause des contraintes de dissipation thermique. Cela se répercute directement sur le design qui est particulièrement massif. MSI a clairement préféré la fonction à la forme, un choix compréhensible même si le design aurait pu être plus léché. L'écran de 27 pouces se contente d'une résolution Full-HD, un choix qui s'explique pour le jeu et pour la réactivité de la dalle. La qualité d'image est bonne et le traitement antireflets très efficace. Le son est en revanche tout à fait oubliable, mieux vaudra utiliser un casque ou des hauts parleurs dédiés. Sous le capot, c'est la surenchère avec un processeur Intel Core i7 accompagné de 16 Go de mémoire vive, d'un SSD de 256 Go et surtout d'une puce graphique ATI Radeon 8970M. Inutile de dire qu'il sera très difficile de trouver les limites du système. Seuls des titres très gourmands comme Battlefield 4 demanderont de baisser un peu les options si l'on veut rester au-dessus des 60 images par seconde. Le tout fonctionne dans un silence surprenant, même après de longues sessions de jeu. Reste un prix très levé en comparaison d'un ordinateur tour pour joueurs.

- **Processeur :** Intel Core i7-3630QM, quadruple cœur, 2,4 GHz
- **Mémoire :** 16 Go
- **Écran :** 27 pouces (1920 x 1080 pixels)
- **Carte graphique :** AMD Radeon HD 8970M
- **Disque dur :** 2 x 128 Go SSD
- **Optique :** Lecteur Blu-Ray/graveur DVD±R/RW

2199 €

Ordinateurs tout-en-un

être facilement mise en avant auprès des clients cherchant à pouvoir retoucher leurs photos confortablement. L'encombrement ajouté par un écran plus grand est d'autant plus faible que la plupart des constructeurs ont fait de gros efforts sur le design et la finition. Si Apple se distingue toujours de ce point de vue, la plupart des modèles sous Windows s'intègrent désormais aisément dans n'importe quel intérieur. D'un point de vue purement technique, les tout-en-un sont de plus en plus puissants à tarif équivalent. Les modèles les plus abordables sont dotés de puces mobiles tandis que le haut de gamme a habituellement droit aux déclinaisons bureau. Si pour la bureautique ou le multimédia, la différence est négligeable, il ne faudra pas hésiter à orienter les utilisateurs souhaitant effectuer des tâches gourmandes (montage vidéo, retouche photo) vers les modèles les plus puissants qui assureront un meilleur confort d'utilisation. Du côté des puces graphiques, on trouve exclusivement des versions mobiles. Si cela ne pose pas de problème pour la plupart des usages, elles risquent d'être trop limitées pour les utilisateurs souhaitant jouer à des jeux modernes dans de bonnes conditions. Seuls quelques modèles très haut de gamme sont équipés de cartes graphiques assez performantes pour jouer confortablement. A noter que MSI a choisi avec son AG2712A une approche originale, celle de proposer un tout-en-un taillé pour le joueur exigeant. Au rayon stockage, on remarque que l'on trouve de plus en plus de petits SSD (support de stockage à mémoire flash) pour le système d'exploitation en plus du disque dur classique. Si cela n'offre pas les performances d'un SSD plus conséquent, le gain en confort est notable, avec un démarrage rapide et un système plus réactif.

L'arrivée des hybrides

Dernière tendance intéressante, l'arrivée de tout-en-un hybrides difficiles à classer. Il s'agit de tablettes géantes de 20 pouces ou plus fonctionnant sous Windows 8 et pouvant être aisément transportables d'une pièce à l'autre. Avec un clavier et une souris, l'appareil peut être utilisé comme un tout-en-un standard. En mode tactile, pas question de se tenir à bout de bras mais sur une table inclinée ou à plat, c'est un usage pratique dans certaines circonstances comme à plusieurs autour d'une table basse ou encore dans la cuisine pour suivre une recette. Le concept est innovant et les scénarii d'usage sont intéressants à démontrer en magasin. Autre nouveauté, l'arrivée de modèles sous Android. Bien que nettement moins performants et polyvalents que leurs grands frères sous Windows, leurs tarifs très agressifs les rendent attractifs auprès d'une clientèle cherchant un grand affichage pour la consultation.

HP Envy Recline Touchsmart 23
Le plus abordable

Comme Lenovo avec son A730, HP a fait le choix d'un appareil capable de s'incliner dans de multiples positions pour faciliter une utilisation tactile. Pour cela, on trouve un gros pied articulé capable de faire descendre l'écran jusqu'au niveau du ventre, une position idéale selon HP. C'est assez convaincant avec un appareil bien stable même lorsque placé au bord de la table pour une utilisation tactile. HP propose une finition aluminium très flatteuse et une belle qualité de fabrication générale. La connectique est relativement limitée avec quatre ports USB, le réseau et une sortie HDMI. L'écran est un peu en retrait. Les couleurs sont fausses et la luminosité doit être poussée au maximum pour garantir la lisibilité. Un point d'autant plus ennuyeux que la dalle tactile souffre de reflets gênants. La partie sonore fait en revanche meilleure figure avec quatre haut-parleurs qui produisent un son puissant. Côté performances, le couple processeur Intel Core i3 et puce graphique Nvidia Geforce 730M suffira pour la bureautique et le multimédia. L'absence de SSD est regrettable mais s'explique évidemment par le prix très contenu. Si on peut regretter que l'écran ne soit pas plus convaincant, il n'en demeure pas moins qu'à ce prix, il s'agit d'un tout-en-un esthétique, original et bien fini qui offre des performances suffisantes pour un usage familial.

- **Processeur :** Intel Core i3-4130T, double cœur, 2,9 GHz
- **Mémoire :** 8 Go
- **Écran :** 23 pouces (1920 x 1080 pixels)
- **Carte graphique :** Nvidia GeForce GT740M
- **Disque dur :** 1 To
- **Optique :** -

949 €

Toshiba Qosmio PX30T
Le plus multimédia

C'est un modèle très classique dans sa conception. Ici pas de pied sophistiqué, on est en présence d'un appareil simple dont l'écran ne bougera que de quelques degrés. On remarque toutefois un design très soigné qui rappelle plus un téléviseur haut de gamme qu'un ordinateur. Malheureusement, l'approche tout plastique déçoit un peu malgré une finition sérieuse et un appareil qui respire la solidité. Le pied est bien pensé, avec des emplacements pour ranger proprement clavier et souris. Si le clavier est de bonne qualité, on doit cependant avouer que la forme très carrée de la souris en limite l'ergonomie. La connectique est dans la moyenne haute de la catégorie avec six ports USB et une entrée HDMI qui permet d'utiliser le PX30T comme un moniteur. Le tuner TV intégré apporte aussi un peu plus de polyvalence à l'ordinateur qui pourra être utilisé comme un téléviseur d'appoint. L'écran de 23 pouces Full-HD est globalement de qualité mais offre une luminosité un peu faible qui pourra se révéler contraignante dans les environnements lumineux. Les quatre haut-parleurs estampillés Harman Kardon produisent un son correct même si les basses sont très légères. En interne, on trouve un processeur Intel Core i7 et une puce graphique Nvidia Geforce 740M. Les performances sont bonnes et on pourra même jouer à des jeux peu gourmands.

- **Processeur :** Intel Core i7-4700MQ, quadruple cœur, 2,4 GHz
- **Mémoire :** 8 Go
- **Écran :** 23 pouces (1920 x 1080 pixels)
- **Carte graphique :** Nvidia GeForce GT740M
- **Disque dur :** 3 To
- **Optique :** Lecteur Blu-ray/graveur DVD±R/RW

1549 €

MedPi 2014

NEW BUSINESS

Reed Expositions www.medpi.com

DU 13 AU 16 MAI 2014
GRIMALDI FORUM - MONACO

Philips
65PFL9708

Téléviseur

Commençons par le rendu en Ultra-HD. L'image offre suffisamment de détails mais privilégie le naturel à la saturation, et à raison ! La mise à l'échelle des contenus en Full-HD est elle aussi très satisfaisante. En revanche, même Philips, pourtant passé maître dans l'art d'améliorer les contenus en basse résolution, ne parvient pas à rendre de manière acceptable les bons vieux DVD. Haute définition obligatoire sur ce téléviseur géant ! Sinon, le contraste est plutôt bon (plus de 2 200 :1 à la mesure). Seul problème, la compensation de mouvement pose de gros soucis et il est difficile de trouver un point de réglage vraiment satisfaisant. Même avec la compensation au minimum, on souffre d'un effet caméscope désagréable. Du coup, il faut composer avec des saccades malheureusement assez marquées. L'appareil dispose pourtant d'une nouvelle version de l'électronique embarquée dénommée Ultra Pixel HD mais rien n'y fait. Du reste, l'écran offre une finition très haut de gamme mais qui peut paraître un peu fragile dans sa conception. Le pied très fin en métal qui tient avec deux vis n'inspire pas confiance, à tort sans doute. Côté ergonomie, chez Philips le pire côtoie le meilleur. L'Ambilight, qui projette un halo lumineux et qui s'adapte à l'image en couleurs et en intensité, est toujours aussi agréable. La télécommande réversible à clavier complet est très pratique aussi mais l'interface mérite d'être épurée pour gagner en simplicité. Terminons par un petit mot sur la partie audio plutôt réussie avec ce qu'il faut de basses et une bonne spatialisation.

CARACTÉRISTIQUES

65 pouces, Ultra-HD, technologie LCD/LED, luminosité 450 cd/m2, connectique 5 HDMI, YUV, Péritel, 3 USB Host (dont un USB 3.0), Cinch, DLNA, Ethernet, WiFi

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT Philips, tél.: 01 57 32 40 50**
- **PRIX** 4 990€

Wiko
Darkfull

Smartphone

Le Wiko Darkfull promet beaucoup avec un écran Full-HD, un processeur quadruple cœur et un appareil photo 13 Mpixels pour moins de 260 euros ! C'est d'autant plus séduisant que le constructeur a fait de gros progrès sur le design et la finition. La forme est consensuelle, la silhouette fine et l'aspect général valorisant. Malgré une taille imposante, la prise en main est correcte, avec des boutons biens positionnés et un poids raisonnable. Au rayon des regrets, on note toutefois l'absence d'emplacement micro-SD. C'est d'autant plus incompréhensible que deux emplacements micro-SIM sont présents. L'écran est de bonne facture. La dalle IPS Full-HD est de bonne qualité, avec une luminosité et un contraste satisfaisants. La dalle tactile répond très bien et s'avère résistante en faisant appel à du verre Gorilla Glass 2. Le capteur photo est en revanche juste correct, surtout au vu de sa résolution. Le processeur est le gros point faible du Darkfull, la partie graphique n'étant clairement pas suffisante pour la résolution de l'écran. Même le jeu en 2D pose problème avec des saccades fréquentes. L'autonomie est un peu juste puisqu'elle ne dépasse guère une journée. Malgré ses quelques manques, le Darkfull offre un excellent rapport qualité/prix.

CARACTÉRISTIQUES

Écran 5 pouces IPS 1920 x 1080 pixels, processeur Mediatek quadruple cœur 1,5 GHz, Mémoire 16 Go, capteur photo 13 Mpixels, H+; A-GPS, Android 4.2.1, connectivité WiFi n, Bluetooth 4.0, Micro-SD, 128 x 71 x 8,6 mm, 132 grammes

- **CATÉGORIE** Milieu de gamme
- **CONTACT Wiko, tél : 04 88 08 95 15**
- **PRIX** 259€

Nikon
D5300

Reflex

Avec le D5300, Nikon fait progresser son précédent D5200. Si à première vue les évolutions semblent peu nombreuses, l'amélioration est nette à l'usage. Déjà au niveau de la finition et de l'ergonomie, les commandes sont revues et tombent bien sous les doigts. L'ensemble est plus ramassé, plus trapu et finalement plus agréable à tenir en main. Nikon délaisse enfin les options pour implémenter directement le WiFi et le GPS. Relativement simple à configurer, le WiFi permet de contrôler à distance le déclenchement de l'appareil et de transférer les images sur un smartphone ou tablette. La mise au point est précise et silencieuse. Au chapitre des doléances, signalons l'absence d'un autofocus hybride ou encore du tactile. Pour le reste, le tableau est très positif. Les images sont très belles jusqu'à 1 600 voire 3 200 ISO en fonction du support auquel on destine les clichés. Au-delà, la granulation devient plus grossière et envahit les zones d'ombre. À partir de 6 400 ISO, le grain perd en finesse et à 12 800 ISO le bruit chromatique gâche l'image. Globalement, les couleurs sont fidèlement reproduites, pas de jaune ou de vert criard notamment. On se rapproche en fait de l'excellence d'un D7100 puisque l'imageur de 24 millions de pixels est repris. La vidéo fait aussi un saut en qualité avec désormais la possibilité de filmer en Full-HD à 60 images par seconde. Le bilan de cet appareil est donc très positif pour la qualité d'image mais aussi pour la simplicité d'utilisation.

CARACTÉRISTIQUES

Capteur APS-C CMOS 24 Mpixels sans passe bas, objectif 18-55 mm, f/3,5-5,6, écran 8,1 cm non tactile, vidéo Full-HD à 60 i/s, 98 x 125 x 78 mm, 530 grammes

- **CATÉGORIE** Milieu de gamme
- **CONTACT Nikon, tél.: 01 45 16 45 16**
- **PRIX** 899€

LG
Pad 8.3

Tablette

Après un premier modèle peu convaincant il y a trois ans, LG revient sur le marché avec une tablette très ambitieuse. La Pad 8.3 offre donc des prestations très haut de gamme à un prix agressif. Extérieurement, elle est bien finie, à défaut d'être originale. Les lignes sont sobres et rappellent clairement le Nexus 5 de Google. On apprécie le choix de l'aluminium pour habiller la majorité du dos de la tablette. C'est moins bien pour la prise en main qu'un plastique texturé mais nettement plus qualitatif. L'appareil est très fin et léger (338 grammes, au niveau de l'iPad Mini Retina), ce qui se ressent immédiatement sur le confort d'utilisation. La Pad 8.3 est probablement la tablette Android la plus agréable à prendre en main. La connectique est suffisante avec une sortie casque, un port micro-USB et un lecteur micro-SD extrêmement pratique vu que le stockage interne est limité à 16 Go. L'écran de 8,3 pouces au format 16/10 ne déçoit pas. En plus de sa résolution élevée en Full-HD, la dalle est excellente sur tous les points avec une forte luminosité, un contraste élevé et des couleurs cohérentes même si pas parfaitement justes. Sous le capot officie un processeur Qualcomm S 600 déjà aperçu dans le HTC One. Il y a plus puissant désormais mais c'est plus que suffisant pour 99% des usages. L'autonomie est excellente aussi avec une douzaine d'heures sur une charge. Du côté logiciel, LG a appliqué une surcouche légère à l'Android 4.2.2 embarqué. Le G Pad est une éclatante réussite, c'est avec la Nexus 7 la meilleure tablette Android du moment.

CARACTÉRISTIQUES

Écran 8,3 pouces IPS 1920 x 1080, processeur Qualcomm Snapdragon 600 quadruple cœur 1,7 GHz, Mémoire 16 Go, capteur photo Android 4.2.2, connectivité WiFi AC, Bluetooth 4.0, micro-USB, micro-SD, 217 x 126 x 8,3 mm, 338 grammes

- **CATÉGORIE** Milieu de gamme
- **CONTACT LG, tél : 01 49 89 89 49**
- **PRIX** 299€

Fujifilm
Instax mini 90 Neo Classic

Argentique instantané

Fujifilm poursuit son chemin sur la route du film instantané en ajoutant un troisième appareil à sa collection d'Instax, le Mini 90 Neo Classic. Il ne ressemble pas à grand-chose de connu, sa forme mêlant rondeur et angles rappelle vaguement d'anciens appareils-jouets mais son look silver et sa grosse bague centrale lui donne un air néo-rétro tendance. Une fois en main, les finitions semblent faites pour durer et les ajustements sérieux... On est logiquement bien loin de la série X-Premium du constructeur mais l'esprit reste identique. À l'arrière, pas d'écran pour la prise de vue évidemment mais un panneau de contrôle et des touches de fonctions appelant certains modes comme la pose longue, le flash ou la double exposition. La batterie se cache sous une trappe et nous soulignons au passage sa bonne autonomie (une quarantaine de films). Le viseur est assez étroit avec un grossissement de 0,37x et convient mal aux porteurs de lunettes. Les images délivrées par cet Instax approchent la taille du film moyen format avec une dimension de 62 x 46 mm. L'objectif manque de piqué mais en dépit de ces défauts, chaque nouvelle sortie du film par la fente verticale procure beaucoup de plaisir. Avec la double exposition, les possibilités créatives sont grandes et le mode bulb permet de jouer avec les poses longues sur trépied. Et surtout on peut offrir les instantanés directement et sans détour.

CARACTÉRISTIQUES

Type argentique instantané, film Fujifilm Instax Mini, tirage 62 x 46 mm, viseur optique 0,37x, batterie rechargeable, 113,4 x 91,9 x 57,2 mm, 296 grammes

- **CATÉGORIE** Milieu de gamme
- **CONTACT tél.: 01 30 14 34 56**
- **PRIX** 149€

Toshiba
W30T

Notebook convertible

Avec le W30T, Toshiba nous promet un notebook convertible à un tarif abordable. L'écran de 13 pouces contient tous les composants et peut s'utiliser seul en tant que tablette. En ajoutant le dock / clavier, on est en présence d'un ordinateur portable sans concessions. Sans être un modèle de beauté, il est plutôt agréable à regarder. Toshiba a clairement fait des efforts mais la finition demeure perfectible. Quelques petits ajustements approximatifs sont à déployer. Sinon, tant la tablette que le dock sont particulièrement lourds, 1,3 kilo et un peu plus d'un kilo respectivement ce qui ensemble fait tout de même 2,4 kilos. Cela rend l'utilisation en mode tablette à bout de bras difficile et même en tant qu'ordinateur, ce poids réduit sa mobilité. La connectique est un peu légère au vu de l'épaisseur. Petite déception au moment de découvrir l'écran. La dalle de 13,3 pouces ne propose qu'une définition de 1366 x 768 pixels. Une valeur un peu basse mais qui s'explique par le prix. Sous le capot deux configurations sont disponibles, on aura le choix entre un processeur Intel ou, plus inhabituel, un AMD. La variante Intel est la seule intéressante, celle en AMD manquant singulièrement de puissance. L'autonomie est quant à elle excellente. Les batteries (une dans la tablette et une dans le dock) ont en effet tenu un peu plus de 10 heures sur notre test de lecture vidéo. Prise seule, la tablette a tenu elle cinq heures. Si le concept du W30T est intéressant, la réalisation laisse un peu dubitative, notamment en raison du poids et de la qualité d'écran.

CARACTÉRISTIQUES

Processeur Intel Core i3-4010Y, mémoire vive 4 Go, écran 13,3 pouces LED (1366 x 768), puce graphique Intel HD4200, 500 Go, WiFi n, Bluetooth 3.0, 331 x 230 x 23 mm, 2,38 Kg

- **CATÉGORIE** Milieu de gamme
- **CONTACT Toshiba, tél. : 01 47 28 28 28**
- **PRIX** 749€

Yamaha
Relit LSX-700

Colonne sonore

Yamaha propose un système unique en son genre : marier dans un seul élément de l'audio et de la lumière, un concept étonnant qui permet de se démarquer. La Relit, c'est le nom de cette gamme, se présente pour ce premier modèle LSX-700 sous la forme d'une colonne de plus d'un mètre de hauteur. Elle se positionne sur un support de forme ronde assurant une bonne stabilité, le montage s'effectuant par une simple vis. L'ensemble est intriguant et a été dessiné par Masaharu Ono. Le designer japonais se distingue par un parti pris minimaliste et une prédilection pour le noir et l'argent. Du similicuir a été appliqué sur le corps principal. Ce système audio intègre six LED, cinq sont réparties à l'arrière de la colonne et la sixième sur le dessus au niveau du haut-parleur dédié à l'aigu et au médium. Ces lampes sont ajustables en intensité à l'aide de la télécommande au format carte de crédit ou en utilisant l'application DTA Controller de Yamaha (iOS et Android). La lumière diffusée est de couleur orangée mais elle ne varie pas selon la musique. La connexion s'effectue en Bluetooth. L'image sonore est précise sans trop de mise en avant des fréquences aiguës. C'est propre avec cependant un manque de relief et de profondeur dans les graves. En revanche, le médium est très attachant avec un bon travail sur les voix et une bonne dynamique générale. L'image stéréo n'est pas aussi bien cernée que sur des enceintes stéréo, cela dépend de l'emplacement de l'enceinte et de la diffusion des ondes sonores par réflexion. La mise en lumière apporte une ambiance douce, chaude ou plus intense au choix.

CARACTÉRISTIQUES

Connexions Bluetooth 2.1, mini-jack stéréo de 3,5 mm, 2 haut-parleurs large bande de 6 cm, 1 haut-parleur large bande de 4 cm, télécommande, applications iOS et Android, 300 x 1152 x 300 mm, 5,5 kg

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT tél.: 01 64 61 40 00**
- **PRIX** 599€

Gigaset
SL930A

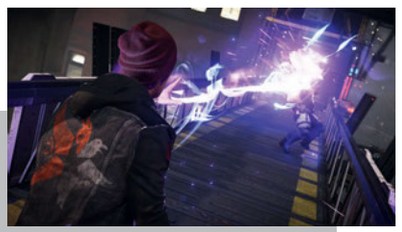
Téléphone DECT

Ce téléphone résidentiel sans fil DECT est original à plus d'un titre puisqu'il fonctionne sous Android ce qui étend les possibilités. Avec son cadre en acier et son design massif, le SL930A ne passe pas inaperçu. L'appareil est solide, une qualité indispensable pour un téléphone fixe Côté prise en main, c'est très bien. Certes le combiné est imposant mais s'avère confortable à utiliser. La connectique est similaire à celle d'un smartphone, on trouve une prise casque ainsi qu'un connecteur micro-USB. Le dos est amovible et révèle une batterie détachable ainsi qu'un emplacement micro-SD. L'écran de 3,2 pouces est loin de la qualité des dalles de smartphones mais il offre une bonne luminosité et il est très lisible. Le tactile est précis mais pas très réactif, tout comme l'OS qui aurait très certainement mérité un processeur un peu plus puissant. Côté autonomie, on a pu laisser le téléphone loin de sa base pendant 48 heures sans passe en dessous des 75% de charge. Même si la consommation est supérieure à celle d'un fixe classique, il y a peu de chances d'être à court de batterie. L'intégration d'Android ne révolutionne pas la façon d'utiliser ce genre d'appareil. Le téléphone se connecte au réseau domestique en WiFi. On a accès aux applications de Google Play et notamment à certaines dédiées pour les fonctions d'appel ce qui permet de la personnalisation. Reste qu'après quelques jours, on a du mal à trouver une véritable utilité à cet OS sur un téléphone fixe car le smartphone fait mieux à tous les niveaux.

CARACTÉRISTIQUES

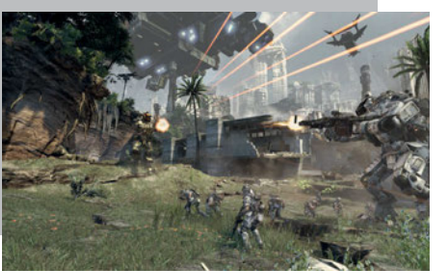
Téléphone DECT, Android 4.0.4, Ecran 3,2 pouces LCD, portée 50 mètres, autonomie 20h en communication, 6 combinés maximum, WiFi

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT Gigaset, tél. : 01 47 73 64 50**
- **PRIX** 199€



visuel non définitif

visuel non définitif



Titanfall

- **Action**
- **Le 13 mars (PC, Xbox one)**

Les créateurs de la saga Call of Duty proposent un nouveau jeu d'action en vue subjective, exclusif aux consoles Microsoft et au PC. Titanfall, destiné au multijoueurs en ligne, met en scène les affrontements entre deux armées utilisant les Titans, des robots géants, lors des combats. Jusqu'à 12 joueurs peuvent ici s'affronter simultanément en ligne (6 vs 6) dans différentes cartes et modes de jeu. Si les parties débutent à pied, les pilotes ne tardent pas à pouvoir faire appel aux Titans, projetant les combats dans une toute autre échelle. Trois classes de Titans sont au programme.

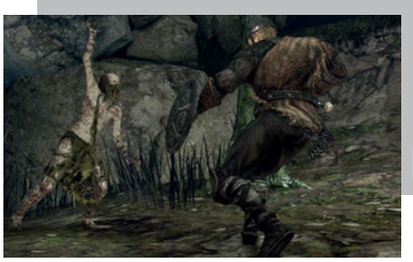
- PLAN MARKETING

Electronic Arts et Microsoft travaillent de concert pour promouvoir la sortie du jeu. Titanfall va ainsi profiter d'une campagne TV d'un mois, d'un large soutien sur Internet mais aussi d'un programme de communication en magasins. Via notamment un système de parrainage autour des précommandes pour constituer des équipes de joueurs. Un bundle avec la Xbox One est également prévu, ainsi qu'une édition limitée de la manette de la console.

- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Respawn Entertainment
- EDITEUR Electronic Arts
- DISTRIBUTEUR Electronic Arts
- NOMBRE DE JOUEURS 1 à 12
- JEU EN LIGNE Exclusivement
- PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

70€ (Xbox One),
60€ (PC) environ

visuel non définitif



Infamous : Second Son

- **Action**
- **Le 21 mars**

Après deux volets sur PlayStation 3 et environ 100 000 exemplaires vendus en France, la saga Infamous fait le grand saut vers la nouvelle génération. Second Son met en vedette un nouveau héros doté de super-pouvoirs. Dans une ville de Seattle en monde ouvert, Delsin Rowe doit faire face au Département de Protection Unifiée qui lutte contre les surhumains. De multiples missions l'attendent pour sauver ceux qui lui sont chers. Dans ce volet, les actions du joueur auront un impact sur le déroulement de l'histoire.

- PLAN MARKETING

Sony Computer déploie un dispositif massif autour du titre incluant de la visibilité en TV (chaines hertziennes, cabsat), sur Internet (sites spécialisés, portails grand public, réseaux sociaux) ainsi qu'en Presse (Nouvel Observateur, Libération Next, L'Equipe Magazine, VSD...).

- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Sucker Punch
- EDITEUR Sony Computer
- DISTRIBUTEUR Sony Computer
- NOMBRE DE JOUEUR 1
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

69,99€ (édition standard)
79,99€ (édition spéciale)
89,99€ (édition collector)

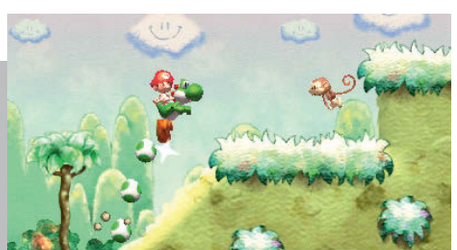
Dark Souls 2

- **Action**
- **Le 14 mars**

Les amateurs de jeux corsés peuvent se réjouir : le nouveau Dark Souls arrive ! Comme son prédécesseur de 2011, le titre invite à explorer de sombres niveaux fréquentés par des monstres et boss en tous genres. Challenge relevé mais gratifiant, Dark Souls 2 reste fidèle à son prédécesseur mais apporte quelques innovations pour faire évoluer la formule. Interface optimisée, réalisation bâtie sur un nouveau moteur, fonctionnalités en ligne supplémentaires, personnalisation accrue du personnage sont notamment au programme.

- MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR From Software
- EDITEUR Bandai Namco
- DISTRIBUTEUR Bandai Namco
- NOMBRE DE JOUEURS NC
- JEU EN LIGNE Oui
- PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

60€ environ (consoles),
50€ (PC)



Yoshi's New Island

- **Plate-forme**
- **Le 14 mars**

Les inconsolables de la Super Nintendo se pencheront sans doute avec intérêt sur ce jeu sur 3DS qui fait suite au Super Mario World 2 : Yoshi's Island sur la console 16-bit de la marque. On retrouve Bébé Mario chevauchant Yoshi dans des niveaux très colorés, à la recherche de son frère Bébé Luigi, porté disparu. L'action se passe évidemment sur une nouvelle île à explorer. Yoshi est un compagnon plein de surprises, capable de flotter après un saut, de gober les ennemis, de pondre des œufs… Différentes attaques peuvent être utilisées par le joueur qui souhaite traverser sain et sauf les niveaux présentant différentes ambiances graphiques.

- MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Arzest
- EDITEUR Nintendo
- DISTRIBUTEUR Nintendo
- NOMBRE DE JOUEUR 1
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

40€ environ

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

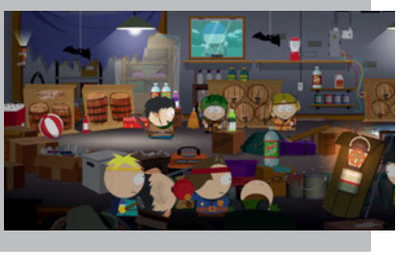
South Park : Le Bâton de la Vérité

Jeu de rôle
Le 6 mars

Inspiré par la célèbre série animée et développé en collaboration avec ses créateurs, Le Bâton de la Vérité est une nouvelle adaptation de South Park en jeu vidéo. Le joueur se retrouve ici plongé dans une parodie de jeu de rôle dans laquelle il doit tout simplement devenir le sauveur de South Park. Combats en tour par tour, recrutement de personnages parmi des dizaines vus dans la série, gestion des armes et pouvoirs magiques… les ingrédient sont réunis pour explorer un jeu de rôle pas comme les autres.

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Obsidian
- EDITEUR Ubisoft
- DISTRIBUTEUR Ubisoft
- NOMBRE DE JOUEUR 1
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

60€ environ (consoles),
40€ (PC)



Resident Evil 4 HD

Action/aventure
Le 28 février

Classique parmi les classiques du survival horror, Resident Evil 4 (2005) profite d'une nouvelle édition dans sa version PC. Outre l'ensemble des contenus précédemment publiés (chapitre additionnel Separate Ways, sous-titres multilingues), cette nouvelle version du jeu comprend des améliorations sur le plan graphique. Capcom a procédé à une refonte visuelle, poussé l'animation à 60 images par secondes et optimisé l'image pour les écrans larges. Chapitre incontournable de la saga, Resident Evil 4 profite ici d'une nouvelle version de référence sur PC. Disponible en version boîte et sur Steam.

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Capcom
- EDITEUR Capcom
- DISTRIBUTEUR Capcom
- NOMBRE DE JOUEUR 1
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

19,99€ environ

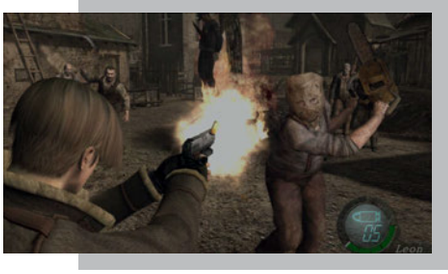
Metal Gear Solid V : Ground Zeroes

Action/infiltration
Le 20 mars

Dans la peau de Solid Snake, le joueur va devoir s'infiltrer dans une base ennemie pour libérer deux otages retenus prisonniers. Une mission loin d'être de routine, car ceux-ci disposent d'informations très sensibles…. Prélude au futur Metal Gear Solid V : The Phantom Pain, ce titre repose sur le moteur graphique Fox Engine signé Kojima Production. Interface repensée, monde ouvert, univers réagissant aux actions du joueur, missions annexes, climat changeant : Ground Zeroes va être un bon moyen d'apercevoir ce que sera le futur de la saga culte de Hideo Kojima.

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Kojima Productions
- EDITEUR Konami
- DISTRIBUTEUR Konami
- NOMBRE DE JOUEUR 1
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

29,99€



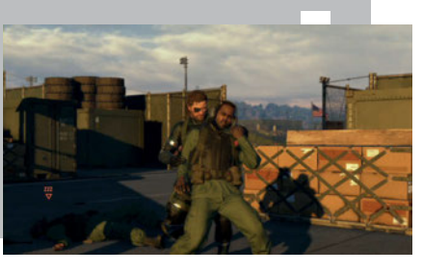
Final Fantasy X/X-2 HD Remaster

Jeu de rôle
Le 21 mars

Au sein de l'illustre saga Final Fantasy, le volet 10 (et son spin-off X-2) tient une place particulière, sachant qu'il marquait les premiers pas de cet univers sur PlayStation 2. Si la version originale souffre aujourd'hui de quelques rides, Square Enix propose de redécouvrir ces deux titres emblématiques dans les meilleures conditions possibles via une version restaurée sur PS3 ou Vita. Graphismes et bande originale améliorés, présence des versions longues des jeux, fonction cross-save pour retrouver sa partie sur la machine de son choix figurent parmi les « plus » de cette réédition, idéale pour (re)découvrir ces titres.

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Square Enix
- EDITEUR Square Enix
- DISTRIBUTEUR Square Enix
- NOMBRE DE JOUEUR 1
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

40€ environ (PS3 ou PS Vita)



EDIFIER®

a passion for sound™

product design award 2014

Quand la musique s'éclipse, on en voit la grandeur.

Eclipse

Système audio 2.2 universel grâce à ses connexions **Bluetooth, optique et analogique**.
72 W RMS. Télécommande infrarouge incluse. Existe en **blanc, rouge et noir**.

iDV

CHANGHONG
—Creating Easy Life—

L'ÉCRAN 4K ULTRA HAUTE DENSITÉ 55B6000 DE CHANGHONG

Qualité de l'image 4 fois supérieur au full HD - Grande diagonale - Design épuré et élégant.

Accédez dès aujourd'hui à l'écran de demain !

Nous contacter : Changhong France - 01 47 74 74 49

Pour plus d'informations : www.changhongeurope.com