

jdli

Le Journal Des Loisirs Interactifs
www.jdli.com

N° 263 / 28 avril 2014

4,50€

EXCLUSIVEMENT SUR

Wii U™

MARIO KART 8™

LE 30 MAI

EXCLUSIVEMENT SUR
Wii U™



© 2014 Nintendo. Mario Kart et Wii U sont des marques déposées de Nintendo. © 2014 Nintendo.



3
www.pegi.info

MARIOKART 8™



**MARIO KART C'EST PLUS DE 3,2 MILLIONS
D'EXEMPLAIRES SUR Wii ET IL ARRIVE
DES LE 30 MAI EXCLUSIVEMENT SUR Wii U**

**12 JOUEURS
EN Wi-Fi!**



JEU SEUL



ÉDITION LIMITÉE JEU ET FIGURINE



Intel

ne perd pas le rythme



■ Alors que le marché du PC est annoncé comme agonisant, Intel réalise un meilleur premier trimestre que prévu ! Intel enregistre un bénéfice net de 1,9 milliard de dollars, ce qui représente malgré tout une baisse de 5% sur l'année. Pour autant, le bénéfice net par action est lui à 38

cents, soit au-dessus des 37 annoncés par les analystes. Dans le même temps, le chiffre d'affaires a progressé de 1,5% sur un an, à 12,8 milliards de dollars, ce qui était la prévision. Si le chiffre d'affaires lié au marché PC se stabilise à 7,9 milliards de dollars, les nouveaux créneaux porteurs sont clairement les objets connectés et la mobilité, deux secteurs qui enregistrent 32 et 61% de progression ! « Au premier trimestre, nous avons enregistré une belle croissance des centres de données et une amélioration dans l'activité des PC. Nous avons livré cinq millions de puces pour les tablettes, soit un progrès dans notre objectif d'équiper 40% des tablettes en 2014 », a commenté Brian Krzanich, PDG d'Intel. Pour la suite, Intel table sur une stagnation de son chiffre d'affaires et une marge brute de 61%. Pour le second trimestre, le chiffre d'affaires attendu est situé entre 12,3 et 13,3 milliards de dollars.

FLCP

poursuit ses acquisitions



■ Après avoir pris une participation majoritaire dans la société Factory Eleven éditrice du site les-numeriques.com, FLCP prend le contrôle de CUP Interactive, qui édite gamekult.com, cnetfrance.fr et zdnet.fr. Les dirigeants de CUP

Interactive, société créée fin 2013 pour prendre le contrôle des trois sites, « demeurent pleinement impliqués dans la direction et le développement de la société », selon le communiqué de presse. CUP Interactive avait été créé fin 2013, les trois sites appartenant auparavant à CBS Interactive. FLCP (Fabrice Larue Capital Partners) regroupe notamment trois importantes sociétés de production audiovisuelle, Capa, Telfrance et Be aware.



Nomination à l'économie numérique

■ Axelle Lemaire a été nommée secrétaire d'Etat à l'Economie numérique auprès d'Arnaud Montebourg, ministre de l'Economie, du Redressement productif et du Numérique, en lieu et place de Fleur Pellerin qui part au secrétariat d'Etat au Commerce extérieur, à la promotion du Tourisme et aux Français de l'Etranger.

Députée socialiste pour les Français établis en Europe du Nord, Axelle Lemaire est Franco-canadienne (née à Ottawa en 1974) et est domiciliée à Londres, en Angleterre. Axelle Lemaire s'est déclarée sur Twitter être « très honorée d'être nommée Secrétaire d'Etat au numérique. C'est une grande responsabilité, et un beau défi. ». Les acteurs du numérique en France, qui avaient manifesté leur souhait de voir Fleur Pellerin conserver ses attributions ont finalement accueilli cette nomination plutôt favorablement, Axelle Lemaire n'étant pas béotienne sur le sujet du numérique puisqu'elle a été membre de la commission des Affaires européennes, pour laquelle elle a suivi plus précisément le secteur du numérique. Elle a rédigé un rapport sur la stratégie numérique de l'Union européenne en octobre 2013.

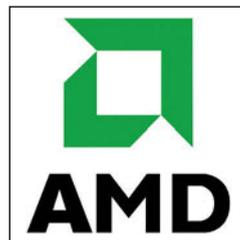


Pierre Cuilleret quitte Micromania

■ Pierre Cuilleret, Directeur général de Micromania et fondateur de The Phone House, a annoncé le 10 avril sa décision de quitter Micromania et le groupe GameStop après neuf années à la tête du premier distributeur français spécialisé dans le jeu vidéo. En 2005, il avait en effet pris la suite d'Albert Loridan, créateur de la franchise au tout début des années 1980.

>>> suite page 8

AMD boosté par les consoles



■ Si AMD a réussi à faire grimper le chiffre d'affaires de son premier trimestre fiscal de 28% en un an, il le doit à ses activités dans l'univers des consoles de jeux. En effet alors que dans le sillage de la baisse des ventes mondiales de PC, AMD a vu son chiffre d'affaires « processeurs » perdre 12% tandis que l'activité puces graphiques et SoC (system on a chip) a bondi de 118%. Le chiffre d'affaires s'établit à 1,4 milliard de dollars et les pertes se limitent à 20 millions de dollars contre 146 il y a un an. Les puces graphiques AMD sont présentes sur les trois consoles de nouvelle génération, la Wii U, la Xbox One et la PlayStation 4.



WATCH DOGS™

HACKING IS OUR WEAPON*

"ABSOLUMENT INCROYABLE"

JEUXVIDEO.COM

× Plus de 100 récompenses dans le monde depuis son annonce événement



DISPONIBLE LE 27 MAI**



* "Le piratage est notre arme"
** Et plus tard sur Wii U

:: www.watchdogs.ubi.com ::

18
www.pegi.info

PS4 PS3



XBOX 360

XBOX LIVE

XBOX ONE

PC DVD ROM

Wii U



UBISOFT™

©2014 Ubisoft Entertainment. All Rights Reserved. Watch Dogs, Ubisoft and the Ubisoft logo are trademarks of Ubisoft Entertainment in the U.S. and/or other countries. "X", "PlayStation" and "PS3" are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. "P3" is a trademark of the same company. Trademarks are property of their respective owners. Nintendo, Wii and Wii U are trademarks of Nintendo.

MARCHÉ

8

News

14

Interview : Microsoft

Agnès Van de Walle, Directrice division Windows & devices, et Laurent Schlosser, Senior Director, operator channel chez Microsoft

18

Interview : Ubisoft France

Thomas Painçon, Directeur marketing Ubisoft EMEA Digital et Online Publishing

SOFTWARE

22

News

26

Interview : La Tête dans les Nuages

Pierre Begue, Dirigeant

28

Focus : Kinect Sports Rivals

Du jeu pour le Kinect de la Xbox One

HARDWARE

30

News

34

Interview : Razer

Marco Chillon, Directeur général Europe

38

Focus : Audio haute résolution

La valeur par la source

GUIDES

42

Hardware

44

Jeux vidéo

Microsoft enterre un OS

Windows XP n'est plus. Quelle transition pour les derniers professionnels et particuliers encore équipés ? Agnès Van de Walle, Directrice division Windows & devices, et Laurent Schlosser, Senior Director, operator channel chez Microsoft, nous répondent.



Ubisoft, « Créer le AAA du jeu en Free-to-play »

Major de l'édition, Ubisoft travaille de près le marché du jeu Free-to-play et prépare le lancement de l'ambitieux The Mighty Quest for Epic Loot sur PC. Le JDLI a rencontré Thomas Painçon, Directeur marketing EMEA digital et online publishing, pour évoquer ce lancement et la manière dont Ubisoft travaille ce domaine.

Razer, du jeu à l'activité

Razer est un spécialiste du périphérique de jeu et a créé de nombreux standards dans ce domaine. Le fabricant s'étend aujourd'hui à d'autres segments comme le casque audio et le bracelet connecté. Rencontre avec Marco Chillon, Directeur général Europe, qui évoque pour nous la stratégie du groupe.



Audio haute résolution : La valeur par la source

En tant qu'audiophile exigeant, il n'y a plus aucune raison de mépriser le numérique et le dématérialisé. Il est désormais possible de trouver des fichiers sources de meilleure qualité que le CD, des appareils pour les écouter sans les dégrader et aussi des casques pour les restituer dignement. De plus, l'audio haute résolution est générateur de valeur et concerne le haut de gamme qui se vend de mieux en mieux.

JDLI

le Journal Des Loisirs Interactifs

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

Directeur de la publication
Laurent Guerder

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

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

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

Secrétaire de rédaction
Guy Pichard
guy@microcoop.com

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

Photographe
Guy Pichard

PUBLICITÉ

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

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

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

MAQUETTE

Directrice Artistique
Anastasia Babic
anastasia@microcoop.com

Rédacteurs graphistes
Benoît Maurice
Christophe Monfort

Consultant
David Adanero

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

Site Web : www.jdli.com

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

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

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

IMAGES CHOC ! IMAGES CHOC !



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

DOSSIER SPECIAL



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

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

dLAN® 500 WiFi



ENFIN LE WI-FI DANS CHAQUE PIÈCE

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



Plus d'information:
www.devolo.fr/wi-fi

devolo

The Network Innovation

> suite de la Une

« **Après la création de The Phone House, j'ai eu la chance de vivre une seconde aventure exceptionnelle à la tête de Micromania.** Je suis confiant dans la capacité de l'équipe dirigeante à relever les défis qui attendent Micromania. Je tiens à remercier toutes celles et tous ceux qui par leur passion du jeu vidéo et leur engagement ont contribué au succès de Micromania depuis 31 ans » a commenté Pierre Cuilleret. Appartenant au groupe Gamestop depuis 2008, Micromania revendique trois millions de clients, 440 magasins, un site Internet marchand leader, plus de 1 500 collaborateurs et près de 30% de parts de marché. Pierre Cuilleret a notamment travaillé à développer l'offre en biens dématérialisés au sein des magasins Micromania en France. Dans une interview à LSA, il précise qu'au sein de Gamestop, « la vente de jeux dématérialisés représente un milliard de dollars sur les neuf milliards de chiffre d'affaires du groupe ».



La PS4 de retour en rayons



Revendeurs comme consommateurs l'ont constaté depuis la sortie de la PlayStation 4 en fin d'année 2013 : il n'est pas aisé de trouver une console en magasin tant les livraisons se font en flux tendu pour répondre à la demande. La situation devrait se dégager dans les jours ou semaines à venir, Sony Computer annonçant la livraison de « dizaines de milliers de consoles en France en avril et mai ».

« Le lancement de la PS4 est exceptionnel à bien des égards, mais nous avons été frustrés de ne pas pouvoir répondre à la demande extraordinaire des joueurs », explique Philippe Cardon, Directeur général de SCE France et Vice-Président de SCE Europe. « Nous avons maintenant le plaisir d'annoncer la livraison de dizaines de milliers de PS4

supplémentaires en avril et en mai, ce qui permettra aux joueurs qui le souhaitent de trouver leur console en magasin beaucoup plus facilement. Ces livraisons devraient réduire significativement la pénurie et assurer à la PS4 son plein essor en France ». Selon le fabricant, sept millions d'exemplaires de la console ont été vendus dans le monde, une implantation très rapide pour cette console lancée fin novembre 2013 en occident et en début d'année au Japon. Alors qu'elle devrait enfin retrouver le chemin des linéaires, la PlayStation 4 pourra prochainement compter comme le rappelle son fabricant sur les sorties attendues de Destiny (Activision), Watch_Dogs (Ubisoft) mais aussi The Order 1886 et DriveClub, conçus par les studios de Sony.



FireTV, la box « tout-en-un » d'Amazon



Le groupe Amazon vient de dévoiler l'Amazon FireTV, un boîtier à relier au téléviseur permettant de profiter de différents contenus en streaming : films en VOD, séries TV, musique... et jeux vidéo également. La machine est sortie début avril aux Etats-Unis, sous la barre des 100 dollars et à commander sur le site du groupe. On savait qu'Amazon travaillait depuis quelques temps sur une offre hardware permettant de consommer des contenus dématérialisés. La FireTV est donc désormais matérialisée, un concept d'appareil assez proche de ce qu'Apple par exemple propose avec son AppleTV. Via un petit boîtier noir connecté au téléviseur, les consommateurs américains peuvent se connecter à différents services comme Netflix, Amazon Instant Video, Watch ESPN... Amazon avance que plus de 200 000 séries TV et films sont au catalogue pour le lancement. La machine donne également l'accès à la consultation de photos et vidéos sur le téléviseur ainsi que

le streaming de musiques (Pandora, iHeart Radio, Tuneln, Vevo). Côté caractéristiques, la machine renferme un processeur Quad-core, 2GB de mémoire, 8 Go de stockage et utilise une télécommande qui fait également office de micro, autorisant la commande vocale pour rechercher un film ou une série par exemple. Une manette de jeu est également proposée, aux faux-airs de pad Xbox 360, pour faciliter la prise en main des jeux d'ores et déjà proposés. Amazon évoque un catalogue de jeux de plus d'une centaine de références combinant titres en accès gratuit et

d'autres débutant à moins de deux dollars et comprenant des titres exclusifs ainsi que des grands classiques comme Minecraft- Pocket Edition, The Walking Dead de Telltale Games... Aucune précision n'a été pour le moment donnée sur un éventuel lancement en Europe. Qui porterait, quoi qu'il en soit, probablement sur des services sensiblement différents. Affaire à suivre !



Réservez la Gamescom !

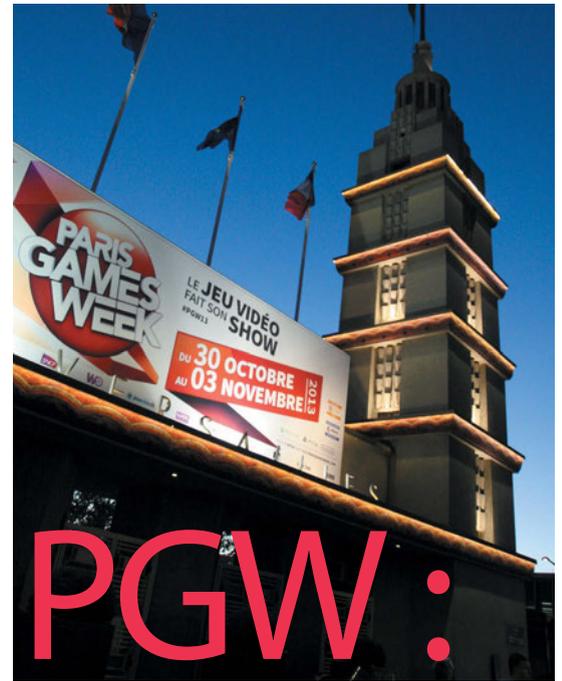


Les organisateurs de la Gamescom de Cologne en Allemagne, qui aura lieu cette année du 13 au 17 août, viennent d'ouvrir les réservations pour le salon et l'accès à la partie professionnelle de l'événement. Il est à partir de maintenant possible d'acheter son billet en ligne pour les visiteurs professionnels qui souhaitent s'assurer de pouvoir accéder à l'événement. L'an passé, les embouteillages à la caisse n'avaient pas manqué. Le site de la Gamescom met à la vente les billets d'accès pour les visiteurs professionnels. Réserver les places en ligne permet de bénéficier d'une remise pouvant aller

jusqu'à 12% sur le prix de vente des places. Outre un important événement ouvert au grand public et auquel ces billets donnent évidemment accès, la Gamescom accueille chaque année une manifestation professionnelle où éditeurs, développeurs et revendeurs se rencontrent. L'inscription en tant que professionnel à la Gamescom entend bien sûr de pouvoir justifier son activité. L'année dernière, la Gamescom avait enregistré 340 000 visiteurs en cinq jours. 29 600 étaient répertoriés comme professionnels. Selon les organisateurs, 6 000 journalistes s'y sont rendus pour couvrir l'événement.

L'histoire du jeu vidéo s'expose tout l'été

Du 30 juin au 7 septembre prochains, se tiendra à Paris à la Porte de Versailles une manifestation dédiée à l'histoire du jeu vidéo, Videogame Story. Après avoir participé en 2013 à Cinema Paradiso au Grand Palais, l'exposition va permettre de se plonger dans l'histoire du jeu vidéo et ses machines et jeux emblématiques sur une surface de 4 500 m². Plus de 300 machines « dont la plupart jouables », sont annoncées pour l'exposition qui se penchera également sur les technologies de demain via un concept de « maison du futur » mettant en scène les dernières avancées comme la réalité virtuelle ou la projection en 4K. Videogame Story est produit par Victor Perez, Directeur de l'Agence de communication VPCOM et co-produit par Jean-Claude Larue, qui a longtemps officié au SELL. « Videogame Story représente la plus grande expo sur l'histoire du jeu vidéo ! », souligne Victor Perez. « Je suis ravi de pouvoir proposer au grand public et aux fans une expo de qualité qui retrace toute son histoire, et qui valorise cette culture ». Ouvert au grand public pendant tout l'été, Videogame Story sera accessible via la vente de billets (14,50 euros la place plein tarif, tarifs spéciaux pour les familles ou les moins de 18 ans). Un site officiel communique les dernières nouvelles sur l'événement.



PGW : toujours plus grand

Le SELL confirme les dates de tenue de la prochaine édition du salon grand public dédié au jeu vidéo, Paris Games Week, qui se déroulera cette année sur cinq jours entre le 29 octobre et le 2 novembre, à la Porte de Versailles à Paris. Cette cinquième édition s'annonce ambitieuse, les organisateurs prévoyant une augmentation de plus de 50% de sa surface. L'édition 2014 du Paris Games Week se tiendra en effet cette année sur quatre halls différents du complexe de la Porte de Versailles (3, 2.2, 2.3 et 7.1) et devrait occuper une superficie totale de 50 000 m². Comme c'est désormais la tradition, la plupart des constructeurs, éditeurs et accessoiristes vont venir y présenter leurs nouveautés pour la fin d'année et les mois suivants. « Cette cinquième édition est un vrai virage pour la Paris Games Week », estime Emmanuel Martin, Commissaire général du salon et Délégué général du SELL, qui précise : « Nous avons été limités en 2013 à 32 000 m² compte tenu des contraintes du Parc des Expositions. Nous sommes heureux d'annoncer que le succès de la PGW nous permet cette année d'augmenter de plus de 50% la surface, afin d'optimiser le confort du visiteur et d'enrichir son expérience via l'accueil de nouveaux exposants ». Selon le SELL, la précédente édition a rencontré un succès historique depuis la création de la manifestation avec plus de 245 000 visiteurs enregistrés en quelques jours. Le millésime 2013 du Paris Games Week avait été marqué, rappelons-le, par la mise à disposition du public, en avant-première quelques semaines avant leur arrivée sur le marché, des consoles de nouvelle génération de Sony et Microsoft. L'édition 2014 devrait logiquement consacrer les catalogues des éditeurs sur ces nouvelles machines qui ont rencontré un joli succès sur le marché. Parmi les festivités au programme de cette prochaine édition, on retrouvera la Coupe du Monde des Jeux Vidéo, l'espace Junior dans un hall lui étant dédié tandis que la zone consacrée aux jeux conçus en France mise en place l'année dernière fera également son retour. Le site officiel du salon communique les dernières informations sur le sujet, la liste des exposants devrait ainsi être prochainement annoncée, ainsi que les nouveautés de l'édition 2014.



Avenew.com, le e-commerce avec SFR



■ **L'opérateur français SFR s'est associé au groupe de communication Venise et à Emmanuel Benadou, ex-directeur adjoint de vente-privée et ex-directeur d'Accenture, pour créer avenew.com, un site de e-commerce réservé aux abonnés SFR,**

pour la téléphonie mobile ou pour l'accès Internet. Le site est en fait une plateforme qui fédère entre 800 et 900 sites d'enseignes ou de marques et propose sur certains produits une promotion délivrée sous forme de « cagnottage ». Le client cagnotte un pourcentage du montant de sa dépense sur un compte appelé Moneybox. Il pourra ensuite dépenser la somme épargnée sur des offres promotionnelles disponibles durant un temps limité. Notons que la remise accordée aux clients d'avenew.com se cumule avec les autres formes de promotion. Ce portail d'offres spécifiquement réservées aux clients SFR sur des produits venus de sites marchands oriente bien évidemment les internautes vers les sites eux-mêmes. Les offres fonctionnent depuis un PC, une tablette ou un smartphone. SFR détient 21 millions de clients mobiles et équipe cinq millions de foyers en box ADSL ou fibre.

Facebook

achète Oculus VR



■ **Le réseau social aurait déboursé la somme de deux milliards de dollars pour se porter acquéreur de cette start-up californienne, dont 400 millions en cash et le reste en actions.** Après WhatsApp il y a quelques semaines, Facebook poursuit ses acquisitions technologiques en investissant cette fois dans la société Oculus VR, pionnière dans la réalité virtuelle moderne avec son casque Oculus Rift. La transaction s'élèverait à deux milliards de dollars (1,45 milliard d'euros), une somme colossale pour une start-up d'à peine deux ans d'âge, mais encore loin des 19 milliards déboursés pour WhatsApp. C'est évidemment une acquisition stratégique pour Facebook qui investit pour la première fois dans le domaine du hardware grand public. « *Oculus a la possibilité de créer la plateforme la plus sociale qui ait jamais existé et de changer la manière dont nous travaillerons, jouerons et communiquerons* » estime Mark Zuckerberg, Directeur général et fondateur de Facebook dans un communiqué. « *Dans l'histoire de notre secteur, une nouvelle plateforme majeure, que ce soit le PC, le Web ou aujourd'hui le mobile, apparaît tous les 10 ou 15 ans* », a-t-il souligné, en développant ensuite : « *Nous prenons le pari à long terme que la réalité immersive virtuelle et augmentée fera partie de nos*

vies quotidiennes » comme le rapporte le site de l'Expansion. Créée en 2012 via Kickstarter, la société Oculus VR avait levé 75 millions de dollars en décembre pour développer l'activité autour de son casque de réalité virtuelle Oculus Rift, dont la plupart des applications concernent aujourd'hui le jeu vidéo. Si Facebook entendrait étendre les applications de l'Oculus Rift à d'autres secteurs comme l'éducation et les médias, le dispositif pourrait évidemment projeter le fameux réseau social dans une nouvelle dimension. Et contribuer, comme c'est l'objectif déjà avec WhatsApp, à rejoindre son image.



Réalité virtuelle

confirmée sur PS4

■ **La réalité virtuelle arrive sur PlayStation 4. Sony Computer a en effet profité de sa conférence dans le cadre de la Game Developers Conference de San Francisco pour dévoiler Project Morpheus, destiné à sa console de salon de nouvelle génération.**

Les rumeurs allaient bon train depuis quelques temps, Sony Computer l'a confirmé à cours de la conférence : la réalité virtuelle arrive sur PlayStation 4 via un casque appelé Morpheus. Shuhei Yoshida, Richard Marks et Anton Mikhailov ont présenté un prototype au cours de la conférence du constructeur à la GDC de San Francisco. Compatible avec la PlayStation Camera, le Dualshock 4 et le PS Move, la configuration actuelle de l'appareil embarque écran LCD de cinq pouces (1080p, vision à 90 degrés), système de capture de mouvements et un environnement audio en 3D. « *Nous y avons travaillé pendant trois ans* », explique Shuhei Yoshida, Président des studios Sony Worldwide. « *Rien de donne autant l'impression d'immersion que la réalité virtuelle. Il s'agit du rêve de*

nombreux joueurs depuis que l'ordinateur a été inventé. Beaucoup d'entre nous, chez PlayStation, ont rêvé de ce que la réalité virtuelle pourrait apporter au jeu ». La date de sortie de Morpheus n'a pas encore été fixée mais plusieurs développeurs importants travailleraient déjà sur des productions dédiées comme Epic Games ou Crytek. Un prototype de Morpheus a été présenté aux visiteurs de la GDC avec des démos de jeux existants (Eve Valkyrie, Thief) mais aussi des démos techniques (The Castle, The Deep). En voulant visiblement démocratiser la réalité virtuelle en facilitant son arrivée dans le salon et son utilisation par les joueurs, Sony Computer se pose en concurrent direct d'Oculus Rift, champion jusqu'ici dans le domaine. Nul doute que le prix de l'appareil et la possibilité de s'asseoir sur des titres forts du catalogue PlayStation pourront être décisifs pour populariser cette technologie.



MADE IN POLAROID



Polaroid
Share Life In An Instant

10.1" Tablet Infinite
Google Play Series

HDMI™

16:9 Ecran Tactile
10.1"

 **Processeur**
Dualcore

 **Android™**
4.1

 **Wifi**
Bluetooth

 **Lecteur**
Micro Carte

 **Double**
Camera





La Game Connection revient d'Amérique

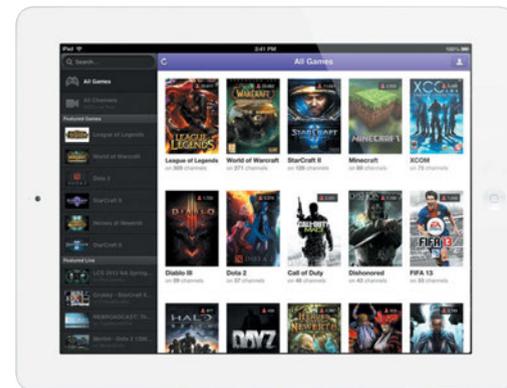
Mi-mars s'est tenue à San Francisco l'habituelle Game Connection America. Elle a rassemblé 1 606 participants venus de 48 pays différents dont 260 sociétés exposantes et 362 acheteurs. « Les chiffres montrent un taux de croissance considérable, mais ce qui compte le plus est la qualité des projets présentés et le fait que beaucoup de rendez-vous sur site vont se transformer en véritable business pour la plupart de nos exposants dans les prochains mois », a affirmé Pierre Carde, Fondateur de la Game Connection. Rencontre d'affaires destinée d'abord à mettre en relation des développeurs et créateurs avec des éditeurs, la Game Connection est ouverte à tous l'écosystème du jeu vidéo. L'édition européenne aura lieu du 29 au 31 octobre pendant la semaine du jeu vidéo Game Paris.

Twitch s'installe en France

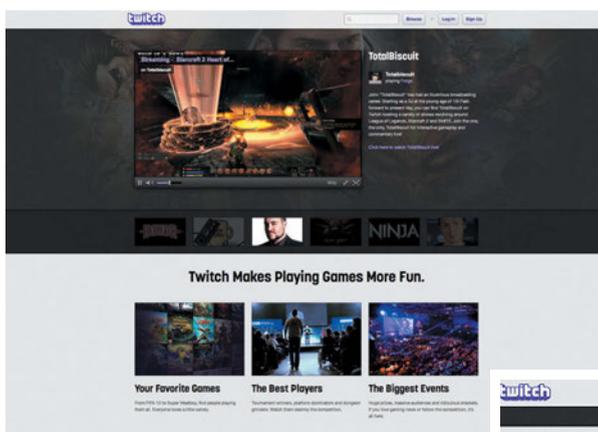
Le jeu vidéo, ce grand spectacle



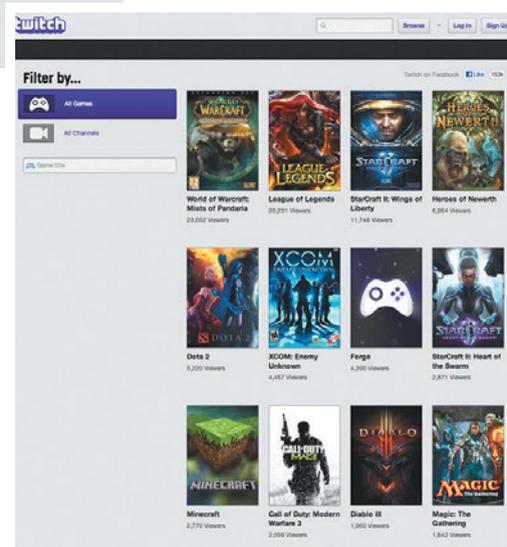
Le service de streaming vidéo de parties de jeu vient d'installer de nouveaux serveurs à Paris. L'objectif est évidemment de rendre la consultation des vidéos de jeux le plus confortable possible. Depuis quelques mois, l'Américain Twitch a développé sa présence sur le Vieux Continent en installant des serveurs à Londres, Amsterdam et Prague. La plate-forme de streaming vidéo attire l'attention de l'industrie. Il faut dire qu'avec 45 millions de visiteurs annoncés par mois, qui consomment des milliers d'heures de vidéo et commentaires de parties, Twitch est devenu un acteur de poids dans le paysage du jeu vidéo en ligne. Comparable à un YouTube dédié à la communauté jeux vidéo, Twitch héberge principalement des vidéos de parties enregistrées par les joueurs à travers le monde. En ouvrant un « point de présence » à Paris via des serveurs physiques additionnels, Twitch entend rendre l'expérience plus agréable. « Cela va clairement améliorer l'expérience de



milliers de joueurs à contrôler simultanément une même partie via une fenêtre de dialogue... optant pour un contrôle démocratique ou anarchique. Si la dimension ludique reste bien discutable, l'expérience n'en reste pas moins intéressante en rendant le spectateur de la partie actif à son échelle. En février, Twitch a souligné être l'une des destinations favorites des internautes américains... devant Facebook, Amazon et Valve (!).



Twitch pour nos amis en France », explique Stuart Saw, Regional Director, EMEA de Twitch, cité sur le site de Gamesindustry. « En tant que seule plateforme vidéo complètement dédiée à l'écosystème du jeu vidéo, il est important que notre communauté profite d'une diffusion en direct et puisse être spectateur sans décalage ». Décliné sous forme de site Internet bien sûr, d'application gratuite pour mobiles et tablettes mais aussi d'application à télécharger pour consoles de salon nouvelle génération, Twitch offre un accès en quelques clics à un large éventail de contenus vidéo. Un support de communication sur lequel se penchent de plus en plus les éditeurs de jeux, produisant même des contenus éditoriaux spécifiquement pour l'occasion (partie de jeu en compagnie des développeurs par exemple). En février, Twitch a procédé à une expérience originale avec Twitch Plays Pokémon, invitant des



Nominations chez Bandai Namco Games



Hervé Hoerd,
Vice-Président de la
Division Stratégie PI,
marketing et RP



Arnaud Muller,
Directeur général
France et Belux

Bandai Namco Games Europe annonce la nomination de Hervé Hoerd au poste de Vice-Président de la Division Stratégie PI, marketing et RP. Il occupait auparavant le poste de Directeur général France et Belux, un poste qui revient désormais à Arnaud Muller. Ce dernier conserve également ses fonctions de Directeur financier du groupe. « *Hervé possède une longue expérience dans de nombreux domaines, en particulier la conduite d'entreprise, le marketing, les ventes, l'économie et la gestion d'équipe. Il a prouvé chez Bandai Namco Games France/Belux ses compétences en matière de coopération commerciale ainsi que sa capacité à mettre sur pied une équipe marketing efficace, à instaurer des processus et une politique d'excellence* », explique Naoki Katashima, Président de Bandai Namco Games Europe, dans un communiqué. Conséquence de cette nomination qui prend effet immédiatement, le Directeur financier du groupe, Arnaud Muller, prend désormais en charge le poste de Directeur général de Bandai Namco Games France et Belux, tout en conservant ses activités. « *Arnaud a démontré sa capacité à gérer les contraintes commerciales pour générer des profits et donner à ses équipes une vision d'ensemble pour atteindre les objectifs fixés. Arnaud est prêt à relever ce nouveau défi pour développer nos produits et répondre aux attentes du marché* », développe Mr Takashima. Rappelons que le groupe vient d'uniformiser son nom à travers le monde, entraînant une nouvelle appellation en France notamment.

Nomination



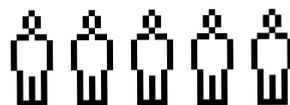
chez AMD

AMD annonce la nomination d'Yves Nguyen Dinh An au poste de Directeur Général de la filiale française d'AMD S.A. Cette nouvelle responsabilité vient s'ajouter à ses fonctions actuelles de Directeur des Ventes AMD Component Channel (canaux de distribution pour les composants) sur la région EMEA (Europe, Moyen-Orient et Afrique), sous l'autorité de Darren Grasby, Vice-Président Corporate et Directeur Général EMEA : « *Je suis heureux que Yves ait accepté le poste de Directeur Général d'AMD France, déclare Darren Grasby. Ses compétences avérées en matière de management et sa parfaite connaissance des dynamiques du marché de l'informatique en France et dans l'ensemble de la zone EMEA font de lui le candidat idéal pour assumer ce poste clé au sein d'AMD France* ».

Diplômé de l'Institut Polytechnique de Grenoble, Yves Nguyen Dinh An a rejoint AMD en 2012 en tant que Directeur commercial pour la région MENA (Moyen Orient et Afrique du Nord) à Dubai. En 2013, il a été chargé de diriger la stratégie d'AMD concernant les



MNC (Multinational Account) pour la zone EMEA. Auparavant, Yves Nguyen Dinh An a occupé plusieurs postes commerciaux, marketing et techniques au sein d'HP avant d'être nommé Directeur du segment Notebook pour la région EMEA.



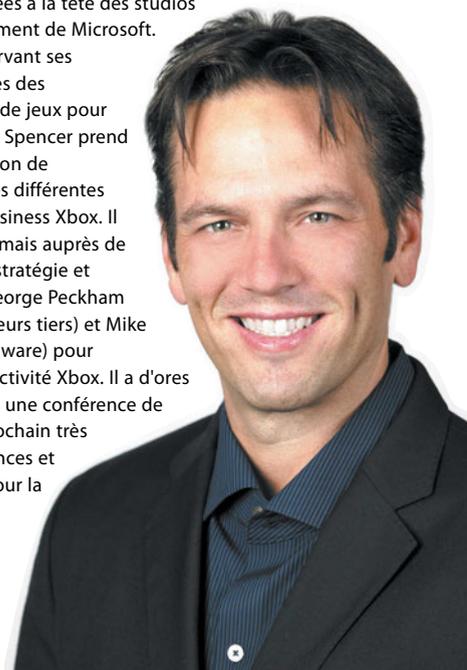
TCL Multimédia nomme Jean-Yves Fabre-Darcourt

Fort d'une carrière de 25 ans dans l'électronique grand public, Jean-Yves Fabre-Darcourt vient de rejoindre TCL Multimédia, géant chinois du secteur. Il prend le poste de General Manager Sales Europe. Sa carrière, que l'a mené de Sony à Darty (au poste de directeur général de la division produits bruns) en passant par Carrefour et Carrefour International, fait de lui, à 48 ans, un spécialiste incontesté des marchés des biens techniques en général, et de l'EGP en particulier. TCL Multimédia fabrique et commercialise notamment en Europe des téléviseurs sous la marque Thomson.



Nouveau boss de la Xbox

Un nouveau dirigeant de la division Xbox au sein de Microsoft vient d'être nommé par son CEO, Satya Nadella. C'est désormais Phil Spencer qui prend en charge l'activité Xbox sous ses différentes formes : jeu vidéo, Xbox Live bien sûr mais aussi Xbox Music et Video. Il est déjà bien connu dans l'écosystème des consoles de la marque puisqu'il était depuis quelques années à la tête des studios de développement de Microsoft. Tout en conservant ses activités auprès des développeurs de jeux pour Microsoft, Phil Spencer prend donc la direction de l'intégralité des différentes facettes du business Xbox. Il travaille désormais auprès de Yusuf Mehdi (stratégie et marketing), George Peckham (relations éditeurs tiers) et Mike Angiuko (Hardware) pour développer l'activité Xbox. Il a d'ores et déjà promis une conférence de l'E3 en juin prochain très riche en annonces et nouveautés pour la Xbox One.



Microsoft en



Windows XP n'est plus. Quelle transition pour les derniers professionnels et particuliers encore équipés ? Agnès Van de Walle, Directrice division Windows & devices, et Laurent Schlosser, Senior Director, operator channel chez Microsoft, nous répondent. Par Sébastien Anxolabéhère



Entretien avec

Agnès Van de Walle,
Directrice division Windows & Devices

Après plusieurs années chez Samsung, Agnès Van de Walle a rejoint Microsoft fin novembre au poste de Directrice de la Division Windows.

JDLI : Microsoft annonce la fin du suivi de Windows XP. Pourquoi ?

Agnès Van de Walle : Windows XP a fait plus que son temps et cela fait deux ans que Microsoft a annoncé son intention d'arrêter de suivre ce produit. C'est donc tout sauf une surprise. Nous avons dans un premier temps travaillé au plus près des entreprises dont tout ou partie du parc informatique était encore sous XP pour les aider dans la nécessaire transition vers un équipement renouvelé. Nous sommes également désormais au service des particuliers pour leur expliquer pourquoi leur intérêt est de se tourner vers l'achat d'une machine neuve sous Windows 8.1 Update.

Quel est le profil des possesseurs de PC sous XP aujourd'hui ?

Compte tenu de l'ancienneté de XP, c'est un public, vous vous en doutez, qui renouvelle peu son équipement ! Il s'agit d'une cible familiale par excellence qui a un desktop qui sert pour faire un peu de productivité de base, écrire, tenir ses comptes et consulter Internet. Nous leur avons adressé des messages pour leur expliquer la situation, les avertir des

risques encourus et les orienter vers un achat adapté. Il faut avant tout rassurer, montrer que changer de PC après plus de 10 ans est un acte simple qui n'a que des avantages et qui par ailleurs a un coût très raisonnable. L'une des craintes les plus répandue est évidemment la perte de ses données, photos, courriers... tout ce que l'on a de précieux ou important sur son micro-ordinateur. Pour y répondre, nous mettons gratuitement à disposition un outil de transfert développé par Laplink : PCmover Express pour Windows XP.

Mais comment faire pour encourager cette population à dépenser un argent pas nécessairement budgété ?

Cette population n'est pas au fait de l'évolution de l'informatique grand public. Quand on leur pose la question du prix d'un PC actuel, ils le situent à 700 euros au moins, car ils ont gardé en mémoire leur achat d'il y a plus de 10 ans. Nous avons donc une certaine latitude pour les convaincre que le rapport coût/bénéfice est très intéressant. C'est pour cela que nous mettons en place des opérations commerciales avec des constructeurs et des distributeurs pour proposer des configurations financièrement attrayantes mais aussi pour apporter un maximum d'information aux consommateurs. De plus, il faut savoir les orienter vers un produit qui correspondra au plus près à leurs

terre un OS

Sa vie avait été prolongée de deux ans, mais il semble bien que le glas sonne désormais pour XP, l'O.S. lancée il y a

13 ans. Depuis le 8 avril, Microsoft n'adresse plus de mise à jour et ne corrige plus les failles de sécurité des PC sous XP. Trop vieux, trop poreux, trop éloigné de la stratégie multi-screen que développe la société. Pour les utilisateurs de ce système, Microsoft a tracé une route toute simple : changer de PC pour un nouveau sous Windows 8.1 Update Car même si Microsoft continuera à tenir sa suite Microsoft Essential Security à jour jusqu'en juillet 2015, et que les divers éditeurs

d'antivirus continuent à couvrir les PC sous XP, ceux-ci vont rapidement devenir une cible facile pour les virus et les pirates informatiques. Evidemment, on peut imaginer faire évoluer son PC vers Windows 8, mais la très grande majorité des machines sous XP datent tellement qu'elles n'ont pas les ressources pour supporter le dernier OS. Depuis XP et avant Windows 8, Microsoft a lancé deux versions de Windows : Vista et Windows 7. Et parallèlement, le hardware a également beaucoup évolué. Si aujourd'hui bénéficier de plus 1 Go de mémoire et 16 Go de disque dur, la configuration minimum pour

supporter Windows 8 depuis le dernier update, est monnaie courante, elle ne l'était pas à l'époque de XP. Moralité, c'est le renouvellement entier du PC qui apparaît comme la solution la plus saine.

Un update au bon moment

Microsoft a donc mis en place une campagne d'information pour avertir les utilisateurs d'XP des risques qu'ils encourent, et les encourager à renouveler leur matériel. Des accords ont été passés avec les distributeurs Boulanger, Darty et

C'est le renouvellement entier du PC qui apparaît comme la solution la plus saine.

Encore 20% sous XP

L'abandon du suivi de Windows XP est loin d'être un événement anodin. Avec encore 20 % du parc équipé, il devrait donner un coup de boost aux ventes de PC dans les prochains mois. De plus, ce vieux OS est resté apprécié en entreprise, notamment pour sa grande stabilité. Du côté professionnel également, les ventes devraient bénéficier de l'événement.

besoins, nous avons donc investi dans la formation des vendeurs. Les trois principaux multispécialistes, Darty, la Fnac et Boulanger seront particulièrement en pointe, avec beaucoup de démonstration, mais nous avons travaillé sans exclusivité, avec toutes les enseignes. Nous faisons tout pour rassurer ces clients qui n'apprécient pas trop d'être bousculés dans leurs habitudes. D'ailleurs, l'update de Windows 8.1 a été pensé pour rassurer les « migrants ». Nous estimons que leur choix devrait se porter d'abord vers des all-in-one, ou des portables avec écran de grande taille.

PC, c'est-à-dire la productivité, l'usage tablette, comme la consultation d'Internet dans le canapé par exemple, et les applications pour l'aspect le plus ludique. Par ailleurs, nous avons constaté que le milieu de l'entreprise était très intéressé par Surface. La combinaison de l'usage PC et de tablette, pour une présentation par exemple ou pour montrer une application, est très appréciée. Et bien sûr, cela apporte un élément de modernité qui rejaille sur l'image de l'entreprise.

autre environnement pour son nouveau smartphone ou sa tablette. Communiquer sur l'idée de « Windows everywhere » sera notre but dans les mois à venir. Il est d'ailleurs tout à fait possible qu'apparaissent des offres commerciales rassemblant des machines différentes fassent leur apparition d'ici quelques mois.

Surface a connu un début difficile. Quelle est la situation aujourd'hui ?

Les débuts de Surface sont loin maintenant, et les ventes de Noël 2013 ont été telles que nous ne sommes malheureusement pas parvenus à délivrer suffisamment par rapport aux commandes. Aujourd'hui la tablette Surface trouve sa place et possède une vraie légitimité dans une offre tablette parfois confuse pour le consommateur. La réussite de Surface montre qu'une part conséquente des consommateurs est demandeuse de produits qualitatifs, pérennes et polyvalents. Il faut garder en tête que le taux d'attachement des claviers est de 80% pour Surface. Dans certains foyers, il est évident que la tablette de Microsoft a remplacé le PC. Nous avons identifié trois usages : le remplacement du

Aujourd'hui, Microsoft joue à plein sur l'idée de la continuité entre le PC, la tablette et le smartphone grâce à un OS quasi commun aux trois. Comment promouvoir cela ?

Avec Windows 8.1 update et Windows Phone 8, l'utilisateur peut bénéficier d'une expérience multi-écrans sans précédent. Ils permettent une synchronisation des applications, des thèmes Windows, des favoris... Ainsi, l'utilisateur retrouve son univers quel que soit l'écran qu'il utilise. Microsoft propose d'ailleurs aux développeurs une plate-forme de développement unifiée qui permet de créer une seule et même application pour tous les écrans Windows et même Xbox. Nous allons donc nous adresser aux consommateurs dans ce sens, pour que par exemple, un utilisateur de PC Windows 8.1 n'envisage pas un





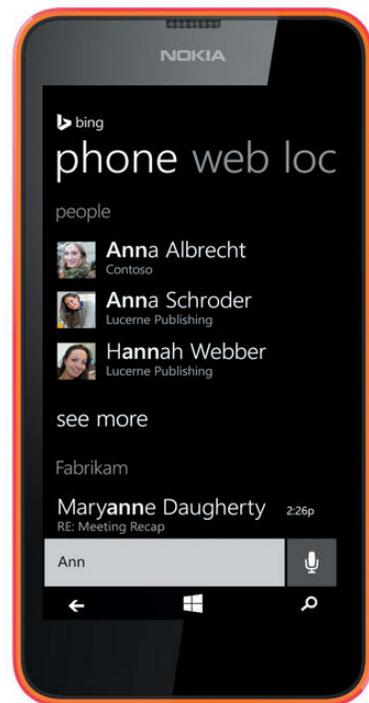
Fnac avec à la clé la reprise du vieux PC sous XP et achat d'un neuf. D'autres enseignes devraient être concernées. Parallèlement à la fin de Windows XP, Microsoft a réalisé une importante mise à jour de Windows 8.1. Windows 8.1 Update, c'est son nom, permet à l'utilisateur qui découvre l'OS actuel de naviguer de façon plus intuitive et plus « traditionnelle », notamment en redonnant à la souris toute sa place face au tactile. Il faut que les nouveaux arrivants ne soient pas trop dépaysés... Mais surtout, cet update abaisse donc les ressources nécessaires pour faire tourner Windows 8 à 1 Go de mémoire RAM et 16 Go de stockage (vs respectivement 2 et 32 Go), ce qui va permettre aux constructeurs de proposer des PC

et tablettes sous Windows 8 à des tarifs très raisonnables.

Et Windows Phone devint gratuit...

La nouvelle a été annoncée par Satya Nadella, le nouveau patron de Microsoft, lui-même : tous les fabricants peuvent bénéficier gratuitement de Windows Phone pour leurs appareils dotés d'un écran de moins de neuf pouces. Les fabricants de tablettes et évidemment de smartphones sont concernés. Avec cette mesure le géant de

Redmond, qui a passé des accords avec de nombreux constructeurs, espère bien rapidement élargir sa base. Si Android est également « offert », les fabricants doivent verser des royalties sur les brevets nécessaires à sa bonne marche. Des brevets qui appartiennent pour partie à Microsoft. Il se pourrait donc bien que Windows Phone soit dorénavant réellement plus intéressant qu'Android pour de nombreux constructeurs. Reste donc pour Microsoft à bâtir un catalogue d'applications capable de rivaliser avec ceux d'Apple et Google.



JDLI : Windows Phone 8 a été lancé à l'automne 2012. Quelle est sa place actuelle sur le marché en France ?

Laurent Schlosser : Windows Phone est le troisième éco-système du marché, mais nous sommes sur une dynamique qui nous fait gagner des parts de marché mois après mois et aujourd'hui nous dépassons les 10%. Notre objectif assumé est de rattraper puis devancer notre concurrent direct qui nous précède d'une dizaine de points. Ensuite, il s'agira d'atteindre la première marche.

Entretien avec

Laurent Schlosser,
Senior Director, operator channel

Quelle est votre stratégie pour y parvenir ?

Nous devons élargir notre offre et être présents sur tous les segments de marché depuis l'entrée jusqu'au très haut de gamme. Pour cela nous avons multiplié les accords avec les constructeurs et nous sommes en partenariat avec les principales marques du marché, dont Samsung, HTC, LG, Lenovo, ZTE, Huawei, Alcatel... Parallèlement, nous avons le devoir de proposer avec Nokia, dont Microsoft a racheté la partie mobile l'an dernier, une gamme complète de smartphones. En rendant Windows Phone 8 gratuit pour tous les produits dont l'écran ne dépasse pas huit pouces nous avons abaissé le coût d'entrée.

Vous collaborez également avec les constructeurs français ?

Nous avons plusieurs projets qui aboutiront bientôt avec des acteurs français. Nous travaillons notamment sur des offres de téléphones en marque blanche qui seront équipés de Windows Phone.

L'entrée de gamme se fera donc autour de quel prix ?

Chaque marque décide de sa politique tarifaire, mais il y aura des smartphones sous Windows Phone en dessous de la barre des 100 euros. Notre volonté est de nous adresser à la clientèle la plus large possible. Nous sommes très attentifs à la qualité des smartphones Windows 8, mais il est tout à fait possible de produire et proposer des téléphones à un tarif très abordable, donc au rapport qualité-prix très élevé.

The logo for MedPi 2014 features the text "MedPi" in a white, sans-serif font, enclosed within a white circular arc. To the right of "MedPi", the year "2014" is displayed in a larger, bold, white, sans-serif font. The entire logo is set against a background of a colorful, multi-colored grid of small squares.

MedPi 2014

The words "NEW BUSINESS" are written in a large, bold, white, sans-serif font. The text is centered horizontally and vertically on the page. The background is a colorful, multi-colored grid of small squares, with the colors transitioning from dark blues and purples on the left to bright yellows and oranges on the right.

NEW
BUSINESS

The Reed Expositions logo consists of a stylized blue and green circular icon followed by the text "Reed Expositions" in a black, sans-serif font.

Reed Expositions

www.medpi.com

DU 13 AU 16 MAI 2014
GRIMALDI FORUM - MONACO

Ubisoft

« Créer le AAA du



JDLI : The Mighty Quest for Epic Loot entre en phase de lancement.

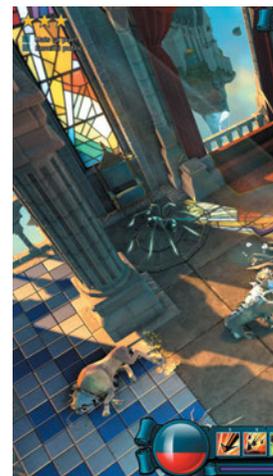
Comment cela se passe-t-il pour un Free-to-play ?

Thomas Painçon : Le jeu est en phase de beta ouverte en Europe occidentale et aux Etats-Unis. C'est la dernière étape avant le lancement officiel. Cela permet aux équipes de développement de procéder encore à des réglages et optimisations en prenant en compte en particulier les retours des joueurs. C'est d'autant plus important pour un titre qui accorde une bonne place à l'UGC (User Generated Content, contenu généré par les utilisateurs, ndlr). La phase de beta ouverte peut parfois durer assez longtemps, Tom Clancy's Ghost Recon Online y est resté par exemple pendant deux ans. Le lancement officiel de The Mighty Quest for Epic Loot devrait avoir lieu d'ici six mois. Distribution et localisation seront alors étendues à de nombreux autres pays.

Avez-vous déjà une idée de la manière dont le jeu évoluera par la suite ?

Oui, nous avons une vision de l'avenir de nos jeux Free-to-play sur les cinq à 10 ans environ. Une fois The Mighty Quest for Epic Loop lancé officiellement, les développeurs s'attaqueront à de nouveaux chantiers pour enrichir l'expérience de jeu. Avec par exemple l'implémentation d'un tissu scénaristique plus développé, basé sur un système de saisons successives. Ou en apportant de nouveaux contenus dans le

Major de l'édition, Ubisoft travaille aussi de près le marché du jeu Free-to-play et prépare le lancement de l'ambitieux The Mighty Quest for Epic Loot sur PC. Thomas Painçon, Directeur marketing Ubisoft EMEA digital et online publishing, évoque pour le JDLI la stratégie du groupe et ses recettes dans ce secteur. *Par Patrick Helliö*



gameplay comme un système d'artisanat qui permettra aux joueurs de créer des armes uniques. Il est primordial d'apporter toujours du nouveau contenu pour entretenir l'intérêt des joueurs sur la durée, c'est une dimension fondamentale du Free-to-play.

Quel investissement a représenté la production ?

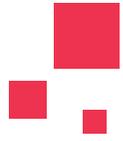
Une centaine de personnes chez Ubisoft Montréal y ont travaillé depuis quatre ans. Ce genre de jeu demande beaucoup de travail en production mais aussi en réglages de gameplay et en production d'assets. Une fois le jeu sorti, une cinquantaine de personnes continueront à travailler pour produire des contenus, assurer les localisations en différentes langues. C'est un investissement conséquent et la rentabilité s'envisage sur plusieurs années d'exploitation. Plus qu'un nouveau titre Free-to-play, c'est une nouvelle marque que lance Ubisoft, avec le support marketing et communautaire que cela induit. Nous allons communiquer fortement

sur Internet bien sûr, Ubisoft croit beaucoup par exemple au service de streaming Twitch pour lequel nous avons ouvert un studio d'enregistrement. Nous voulons lancer un AAA du jeu Free-to-play.

Ubisoft est présent depuis quelques années sur le segment du jeu Free-to-play. Quel bilan faites-vous ?

Cela fait trois ans qu'Ubisoft s'est positionné sur ce marché avec The Settlers Online. Plusieurs titres sont parus depuis dont Might and Magic : Duel of Champions et Tom Clancy's Ghost Recon Online, qui est officiellement lancé le 10 avril prochain avec un nouveau titre à la clé, Tom Clancy's Ghost Recon Phantom. The Settlers Online compte 10 millions de comptes créés, Tom Clancy's Ghost Recon environ cinq millions. Ces quelques années ont été riches en apprentissages, notamment sur le plan technique. Tom Clancy's Ghost Recon, un FPS connecté est par définition très gourmand sur le plan technique et on





Le jeu en Free-to-play »



sait combien les joueurs sont exigeants dans ce domaine, où la moindre microseconde de ralentissement est pénalisante. Le jeu reposait auparavant uniquement sur des serveurs physiques, ce qui rendait l'expérience plus satisfaisante dans certains pays que d'autres. Le cloud a été une solution à cette problématique. Pour Ubisoft, le secteur du Free-to-play représente un excellent laboratoire en ce qui concerne les technologies, les infrastructures et l'opérationnel online. Certaines fonctionnalités communautaires mises en place pour ces jeux pourront être implémentées dans de futurs blockbusters AAA du groupe. Ces jeux sont eux-mêmes plus connectés que jamais et la frontière entre expérience solo et multijoueurs va y devenir de plus en plus ténue.

The Settlers, Might and Magic, Tom Clancy's Ghost Recon : toutes les séries se prêtent-elles à l'exercice du titre Free-to-play ?

Pas vraiment, je pense que les jeux à fort contenu narratif comme Assassin's Creed s'y prêtent assez peu. Ce sont avant tout les expériences PvP (joueurs contre joueurs) ou des genres comme le city builder qui sont privilégiés en Free-to-play.

Ubisoft n'est pas un « pure player » du Free-to-play. Quelles sont les particularités d'un éditeur traditionnel sur ce secteur ?

Nous profitons de l'expérience du groupe dans le domaine du jeu en ligne, dans la manière de bâtir une communauté autour d'un jeu. Cela nous permet aussi de tester l'infrastructure online d'Ubisoft, qui est commune à tous nos jeux. Le Free-to-play est très important car il permet aux marques de se positionner sur de nouveaux marchés comme l'Asie, la Russie... Nous adaptons actuellement The Settlers Online en



UBISOFT



Entretien avec

Thomas Painçon,
Directeur marketing
Ubisoft EMEA digital
et online publishing





« La stratégie d'Ubisoft consiste à matérialiser en magasins 90% de ses jeux digitaux, que ce soit sous forme d'une édition collector, d'un season pass en boîte, de cartes à points... »



version arabe, pour le Moyen-Orient, un marché qui va être amené à se développer en particulier côté Free-to-play. Comme l'Amérique du Sud et le Brésil notamment. Un éditeur traditionnel a enfin cette capacité à matérialiser le titre Free-to-play en retail, lui conférant une visibilité supplémentaire.

Que trouvera-t-on en magasins lié à The Might & Magic Quest for Epic Loot ?

Il est encore tôt pour le détailler car la sortie officielle du jeu n'aura lieu que dans plusieurs mois. Mais il va s'inscrire dans la stratégie d'Ubisoft qui consiste à matérialiser en magasins 90% de ses jeux digitaux, que ce soit sous forme d'une édition collector, d'un season pass en boîte, de cartes à points... Ce sera le cas très bientôt pour Might & Magic Duel of Champions avec un disque du jeu accompagné d'un pack de cartes, le prochain Trials Fusion paraîtra également en version boîte avec season pass, Child of Light sera commercialisé en magasins en version cross-buy PS3/PS4... Il ne doit

pas y avoir d'antagonisme entre le digital et le retail, qui doit lui aussi profiter de cette actualité. C'est aussi, je pense, notre rôle en tant qu'éditeur d'aider la distribution à négocier cette transition en intégrant le digital à leur offre. C'est aussi un service que les consommateurs nous demandent, quand il s'agit par exemple d'installer un logiciel client de taille conséquente : le proposer sur galette affranchit les joueurs dotés d'une connexion modeste d'un long téléchargement.

Quelles tendances observez-vous globalement dans le secteur du Free-to-play ? Est-il une réalité sur consoles ?

Les joueurs sont de plus en plus exigeants, ils attendent désormais des jeux à la qualité proche des jeux traditionnels. Beaucoup de joueurs qui découvrent aujourd'hui le jeu vidéo sur ordinateurs ou consoles ont commencé à jouer sur mobiles. Ils n'ont pas l'habitude de déboursier plusieurs dizaines d'euros pour s'offrir un jeu mais sont coutumiers du Free-to-play. Si les joueurs sur PC ne sont plus guère surpris par ce type d'offre, il y a eu un tel sevrage des joueurs sur consoles qu'ils sont très curieux et demandeurs. On estime que la courbe d'adoption est six à huit fois plus importante pour un jeu Free-to-play sur console... Ubisoft a pour le moment uniquement publié Spartacus

Legends sur PS3 et Xbox 360, qui fonctionne très bien puisqu'il compte six millions de joueurs enregistrés depuis son lancement il y a un an et demi, avec un panier moyen de 18 euros. Il y a un joli potentiel pour le Free-to-play sur les consoles current-gen et Ubisoft va bientôt annoncer de nouveaux titres.

Pas sur consoles de nouvelle génération donc ?

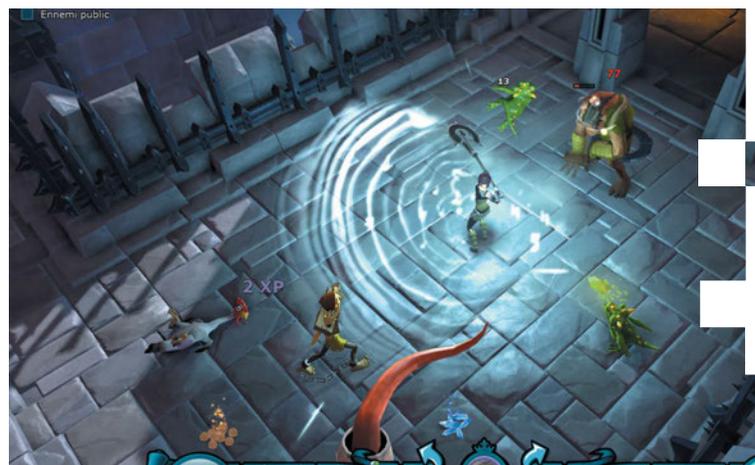
Ce n'est pas d'actualité. Les joueurs qui achètent une next-gen aujourd'hui cherchent avant tout une expérience de jeu AAA pour exploiter la puissance de leur nouvelle console.

Comment définir un bon Free-to-play ?

Le jeu doit être complètement jouable et intéressant à parcourir sans nécessiter que le joueur investisse. Les joueurs doivent avant tout avoir une expérience de jeu agréable pour, ensuite, avoir envie d'investir de l'argent dans le titre. C'est un système plutôt sain puisqu'il s'agit de retenir le joueur par les mécaniques de gameplay, par l'attachement à l'univers avant d'enclencher la monétisation pour des éléments de jeu supplémentaires, souvent associés à la personnalisation. On entre gratuitement sur un titre Free-to-play, il est donc aussi facile d'en partir si le contenu n'est pas à la hauteur ou si la monétisation est excessive.

Deux jeux en un

The Might & Magic Quest for Epic Loot se distingue en proposant deux types de gameplay : d'un côté le style « hack'n slash » évoquant Diablo lorsqu'il s'agit d'attaquer à un château et de l'autre le « tower defense » mâtiné de Dungeon Keeper quand on organise la protection de son antre contre les agressions. Pour qu'un château créé par un joueur soit validé, celui-ci doit l'avoir terminé au préalable en mode assaillant. C'est tout le principe du jeu, dans cette ambiance heroic fantasy très second degré, que de partir à la chasse aux trésors dans les châteaux d'autres joueurs tandis que d'autres peuvent s'attaquer aux propres installations du joueur. La réalisation est impressionnante et flirte avec les canons de qualité des titres traditionnels. Le système de jeu est asynchrone, ces interactions n'exigent pas que les joueurs assaillants ou assaillis soient connectés simultanément. Accessible gratuitement, le jeu commercialise différents items via une monnaie, les Blings, apportant confort d'utilisation ou éléments de personnalisation (thèmes, animaux familiers...). Deux semaines après le passage en beta ouverte, le jeu comptait 1,5 million de comptes ouverts dans 240 territoires. Uniquement disponible sur PC via Uplay et Steam, le titre pourrait prochainement faire l'objet d'annonces à ce sujet selon Thomas Painçon.



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

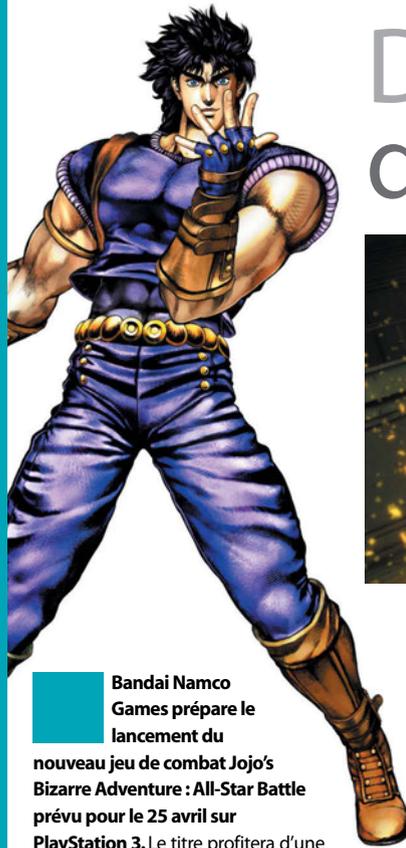
Pour recevoir gratuitement le n°1 du JDA, flashez ce QR code et remplissez le formulaire





PES 2014 s'enrichit

Au mois de mars, la simulation footballistique de Konami a connu une riche actualité. Un DLC tout d'abord, baptisé **World Challenge**, est disponible et introduit un nouveau mode de jeu permettant de disputer une compétition semblable à la **Coupe du Monde** qui a lieu au Brésil l'été prochain. Ce pack est téléchargeable contre 9,99 euros sur Xbox 360 et PlayStation 3. Un DLC gratuit et un patch ont également fait leur apparition, avec au programme notamment des nouveaux maillots, les visages de plus de 60 joueurs et le ballon officiel de la Coupe du Monde. Enfin, l'UEFA et Konami ont lancé conjointement la première PES Virtual UEFA Champions League qui permet aux joueurs sur PS3 de s'affronter pour tenter de gagner de nombreux prix et une expérience VIP de la (véritable) finale de la Ligue des Champions le 24 mai au Portugal.



Bandai Namco Games prépare le lancement du nouveau jeu de combat **Jojo's Bizarre Adventure: All-Star Battle** prévu pour le 25 avril sur PlayStation 3. Le titre profitera d'une édition limitée prestigieuse... produite à deux exemplaires ! L'une destinée au gagnant d'un tournoi organisé autour du jeu et l'autre mise aux enchères dans une vente dont les bénéfices iront à une association caritative. Outre le jeu, cette version comprendra une figurine constituée de plusieurs milliers de cristaux



Swarovski. « *Namco Bandai Games est à l'écoute non seulement de ses clients, mais aussi de notre société. Voilà comment nous avons eu l'idée de créer une édition spéciale véritablement unique dont les bénéfices seront reversés à une association caritative* »,

explique Hiroaki Ochiai, Senior vice president of IP Strategy. « *Lenvergure légendaire de Jojo's Bizarre Adventure en fait la licence idéale pour lancer une telle campagne et sensibiliser la communauté* ». Basé sur un manga créé dans les années 80, vrai phénomène au Japon, ce jeu de combat comprend 32 personnages différents. La version européenne va profiter des dernières améliorations apportées à l'édition japonaise via ses mises à jour successives.

Retour de flammes

Bandai Namco Games se chargera par ailleurs de la distribution cet été du jeu vidéo **Dragons 2**, adapté du long-métrage d'animation attendu en salles pour le 2 juillet. Développé par Torus Games et publié par Little Orbit, le titre sera basé sur la licence officielle du film de Dreamworks Animation et invitera à revivre des passages du film comme évidemment les séquences de vol plané à dos de dragons et autres aventures épiques. « *Nous avons la chance de travailler avec Dreamworks Animation sur une franchise d'une telle valeur* », souligne Matt Scott, Président de Little Orbit. « *Le jeu Dragons 2 sera un excellent complément pour l'un des films les plus attendus de l'été* ». Prévu pour paraître en juin, peu avant la sortie du film, **Dragons 2** est attendu sur PS3, Xbox 360, Nintendo 3DS, Wii et Wii U.

UFC revient sur le ring



Anciennement chez feu l'éditeur THQ, la licence de l'**UFC (Ultimate Fighting Championship)** revient en jeu vidéo sous le giron d'**Electronic Arts**. Bénéficiant du moteur (baptisé Ignite) propre aux jeux EA Sports, le titre est en cours de développement par l'équipe d'EA Canada à Vancouver. L'éditeur promet notamment une intelligence artificielle s'adaptant au déroulement du combat, des combattants modélisés en 3D haute résolution qualifiés d'un « *degré d'expression et d'émotion encore*

jamais atteint », une physique des athlètes qui réagit en temps réels aux chocs et subit des déformations, des coups dynamiques ou encore un combat au sol où le joueur devra apprendre à porter ou se libérer des prises de soumission propres à ce sport. Signalons qu'un invité de marque sera présent... Bruce Lee ! Le Petit Dragon sera disponible pour les joueurs qui précommanderont le titre ou en terminant le mode Carrière en difficulté Pro. Les combats dans l'Octogone débiteront le 19 juin sur PlayStation 4 et Xbox One.



Assassin's Creed Unity

enfin Paris



Ubisoft vient de confirmer la sortie prochaine du nouveau volet de la saga Assassin's Creed, Unity, dont l'action prendra lieu dans Paris, à l'époque de la Révolution française. Le titre devrait probablement, comme la tradition le veut, sortir en cette fin d'année. Cela fait des années que l'on attendait cela, Assassin's Creed va enfin se pencher sur l'environnement de la capitale française à une époque évidemment cruciale de son histoire (voir le logo où l'on croit deviner une guillotine). Une nouvelle époque choisie par les développeurs après les Croisades, l'Italie de la Renaissance, la Révolution Américaine et dernièrement les Caraïbes au XVIIIe siècle. Assassin's Creed Unity est en développement chez Ubisoft depuis plus de trois ans et est annoncé sur PC et consoles de nouvelle génération (PlayStation 4 et Xbox One). Un autre titre serait-il en préparation sur la précédente génération de consoles ? « De plus amples détails seront dévoilés dans les prochains mois », précise Ubisoft. Patience !



Wildstar en juin



NCsoft et le studio américain Carbine Studios viennent de confirmer la date de sortie de leur prochain jeu de rôle massivement multijoueurs sur PC, Wildstar, fixé au 3 juin prochain dans le monde entier.

Koch Media France se chargera de la distribution du titre sur le marché français. Loin des ambiances heroic-fantasy communes dans le genre, ce titre invitera les joueurs à explorer l'espace. Plusieurs factions se livrent bataille pour prendre le contrôle de Nexus. Différentes classes

de personnages sont au programme de ce titre qui ambitionne de procurer des aventures uniques à chaque joueur, garantie de jouabilité et de durée de vie au long cours. Livré avec 30 jours de jeu compris, le titre repose ensuite sur le modèle de l'abonnement payant (12,99 euros, puis tarif dégressif sur la durée). L'éditeur a lancé un programme de précommandes, permettant aux joueurs de profiter de divers avantages comme un accès avec quelques jours d'avance au jeu, une maison-fusée exclusive, des objets de décoration et autres bonus.



World of Warcraft continue d'évoluer



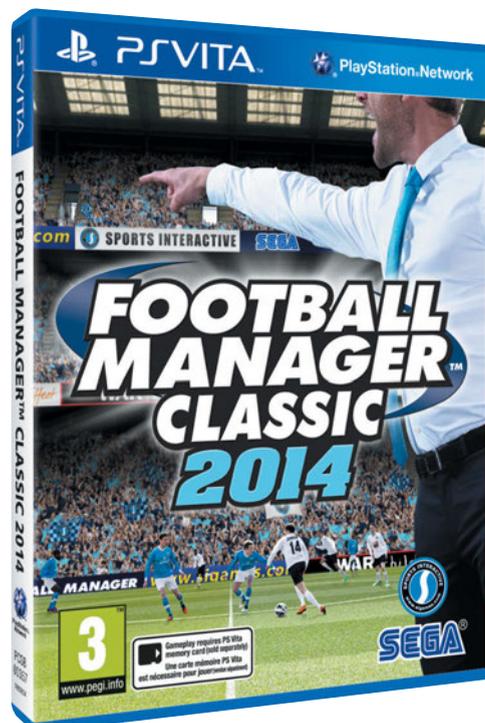
Nouvel Angry Birds en approche

Le studio finlandais Rovio continue d'alimenter la longue lignée de jeux basés sur l'univers des fructueux Angry Birds. Un nouveau jeu de la saga, Angry Birds Epic, a été annoncé et lancé en avant-première (« soft launch » dixit Rovio) au Canada, en Australie et en Nouvelle-Zélande. Les fameux oiseaux s'essayaient pour l'occasion à un tout nouveau genre, le jeu de rôle avec combats en tour par tour et autres gestion et optimisation de l'équipement à la clé. Tout en conservant les personnages et l'ambiance humoristique propres à la série, le jeu lorgne ici vers l'univers médiéval et heroic-fantasy de rigueur dans ce genre. Lancé sur iOS dans un premier temps, le titre pourrait par la suite être proposé sur d'autres plates-formes si l'on se base sur l'historique de la franchise, dont certains titres sont déployés sur ordinateurs et consoles.



La période est aux extensions chez Blizzard. Alors que la version PC/Mac de Diablo 3 accueillait tout récemment un chapitre supplémentaire avec l'extension Reaper of Souls, on apprend que le jeu massivement multijoueurs World of Warcraft profitera également d'une nouvelle extension cet automne. Warlords of Draenor sera la cinquième extension destinée au fameux jeu massivement d'Activision Blizzard, qui fut lancé début 2005 sur PC et Mac et qui compte aujourd'hui 7,8 millions d'abonnés dans le monde. Ce contenu additionnel apportera diverses nouveautés au jeu dont une nouvelle contrée à explorer, la possibilité de bâtir un fief et de recruter des personnages non joueurs, une refonte visuelle des personnages du jeu, sans oublier la possibilité de faire monter son personnage jusqu'au niveau 100. L'éditeur propose d'ailleurs aux consommateurs précommandant l'extension de pouvoir immédiatement faire progresser le personnage de leur choix directement au niveau 90. Comme toujours chez l'éditeur, deux versions du titre seront proposées : une édition standard (44,99 euros) ou

une édition deluxe embarquant différents bonus numériques (59,99 euros) y compris pour d'autres jeux de la marque. Uniquement disponible sous forme physique, la version collector (79,99 euros) comprendra le contenu de l'édition deluxe plus quelques objets tels qu'un tapis de souris, un CD audio, un artbook et un DVD/Blu-ray sur les coulisses de la production. Huit ans après, l'aventure continue pour World of Warcraft, qui profitera également d'une adaptation cinématographique prévue en salles pour mars 2016, réalisée par Duncan Jones, le fils de David Bowie à qui l'on doit les films Moon et Source Code.



Warner

revisite ses classiques



Warner Bros Interactive Entertainment vient d'annoncer l'arrivée prochaine d'une nouvelle version de Gauntlet, un jeu d'arcade qui a fait les beaux jours des salles dédiées dans les années 1980 avant d'être adapté sous d'innombrables supports domestiques et de connaître de nombreuses déclinaisons et suites. Après quelques années d'absence, la marque Gauntlet sera donc réactivée cet été dans un jeu gardant l'esprit d'origine (plusieurs joueurs contrôlent en vue aérienne des héros arpentant de concert des labyrinthes donjons emplies de monstres) mais proposant une réalisation remise au goût du jour. Annoncé en version dématérialisée sur Steam, ce titre lancera ce que l'éditeur appelle le WB Games Vault, une offre de jeux dématérialisés promettant de retrouver de grands noms en provenance des catalogues Warner et Midway ainsi que

des titres inédits. « Gauntlet sera le premier titre du catalogue WB Games Vault, ce qui nous permettra de découvrir de nouveaux talents au sein de la communauté des développeurs de jeux vidéo et d'associer leurs compétences et leur expérience à notre vaste catalogue de propriétés intellectuelles », promet David Haddad, Vice-président senior de l'édition numérique chez l'éditeur. C'est le studio suédois Arrowhead Game Studios (Magicka) qui travaille actuellement sur Gauntlet.



Gauntlet a été adapté sur la plupart des machines depuis les années 80.



SOFTWARE

NEWS 25

Nouvelle jeunesse pour la GBA



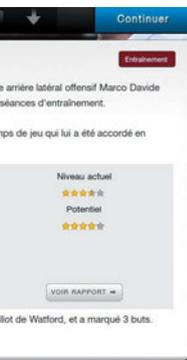
Après la NES

et la Super NES, la console virtuelle de la Wii U ouvre ses portes aux jeux parus sur GBA depuis le 3 avril.

Si Nintendo avait annoncé la nouvelle il y a quelques semaines, on a désormais une idée plus précise du planning de sorties des premiers titres. Ce sont des grands classiques de la machine qui ont été convoqués pour l'occasion : Advance Wars, Metroid Fusion et Mario & Luigi Superstar Saga ont ouvert le bal le 3 avril, suivis par Wario Ware Inc et Kirby & the Amazing Mirror le 10 avril, F-Zero Maximum Velocity, Golden Sun le 17 avril puis Yoshi's Island Super Mario Advance 3, le 24 avril. D'autres titres de cette console portable qui a marqué la première moitié des années 2000 suivront. Une fois téléchargés, ces jeux sont évidemment jouables sur l'écran de télévision ou le Gamepad directement. Chaque jeu de cette première tournée est vendu 6,99 euros.

Football Manager

coache aussi sur Vita



Plusieurs mois après la sortie de la version PC, Mac et Linux (Football Manager 2014) et de la version iOS/Android (Football Manager Handheld 2014), c'est au tour de la PS Vita d'accueillir la référence des jeux de gestion footballistique.

Baptisée Football Manager Classic 2014, cette version pour la console portable affiche la particularité assez remarquable de pouvoir retrouver sa même partie indifféremment sur son ordinateur et la console portable. « Ce jeu a été techniquement le plus complexe sur lequel nous avons travaillé : nous avons réussi à transposer un jeu PC, qui a besoin de beaucoup de mémoire, et auquel on joue habituellement avec un clavier et une souris, dans la

fantastique console portable de Sony avec son écran tactile » explique Miles Jacobson, Directeur studio de Sports Interactive, co-développeur du jeu. Autrefois implémenté dans FM 2013, FM Classic était un mode de jeu épuré et moins chronophage que les traditionnelles parties de Football Manager. Avec ce jeu sur Vita, FM Classic devient ainsi un jeu à part entière. Par ailleurs, le titre intègre pour la première fois sur portable le moteur de match 3D de la série. Édité par Sega, Football Manager Classic 2014 est sorti sur la console portable de Sony aussi bien en version physique qu'en téléchargement. Koch Media France se charge de la distribution du titre.

Guerre des consoles rétro à la Tête dans les Nuages

Antre de l'arcade au centre de Paris, la salle **La Tête dans les Nuages** organisait début mars une **soirée Free Play** autour de la thématique de la **guerre des consoles**, montée en partenariat avec **l'association MO5.com**.

L'occasion de rencontrer **Pierre Begue**, Dirigeant de la salle, qui évoque pour nous **le marché de l'arcade** et sa complémentarité avec le **jeu vidéo domestique**. Par Patrick Helliou



JDLI : En quoi consistent les soirées Free Play comme celles-ci ?

Pierre Begue : Nous en organisons une par trimestre. Cela consiste à proposer un libre accès à l'ensemble des attractions au prix d'une entrée de

10 euros pour les membres du club LTDN et 15 euros pour les non-membres, sachant que l'inscription y est totalement gratuite. Ce type d'initiative est mis en place pour dynamiser le site et récompenser les clients et habitués de la salle. C'est la seconde fois que nous montons un tel partenariat avec l'association MO5.com, qui fait valeur de référence dans son domaine. D'autres événements sont par ailleurs organisés régulièrement comme des concours autour de telle ou telle borne, des compétitions Dance Dance Revolution...

Quelle est l'activité du groupe ?

La Tête dans les Nuages, c'est tout d'abord cette salle de plus de 1500 m² au centre de Paris, avec une capacité d'accueil de 400 à 500 personnes environ, disposant de plus d'une centaine d'attractions. Nous comptons également 11 sites partenaires à travers la France et la Belgique, au sein desquels nous nous chargeons d'îlots comprenant des attractions et bornes d'arcade. C'est par exemple le cas au Parc Asterix, à la Mer de Sable, au PAL Parc d'attractions et parc animalier, des cinémas Pathé, des bowlings...

Qui fréquente les salles d'arcade aujourd'hui ?

Nous nous définissons davantage comme un centre de loisirs. Cela marque l'élargissement de notre

clientèle, qui comprend beaucoup de familles. Il n'y a plus de profil type parmi notre clientèle puisque nous accueillons un vrai melting-pot en termes d'âges, de milieu socio-professionnels entre les familles qui viennent le week-end, les employés de bureau qui passent le midi à la pause déjeuner, et toujours le public des gamers qui aiment venir pratiquer des jeux impressionnants procurant des sensations que l'on n'a pas à la maison ...

Quelles sont les tendances côté attractions ?

Pour répondre aux attentes de ce public diversifié,



The Dark Escape de Namco, attraction horrifique en 4D combinant affichage en relief, mouvements et jet d'air !



nous proposons aussi bien des attractions plus physiques comme le basket, les jeux de palets, jeux de danse... que ce qui se fait de mieux du côté des bornes d'arcade innovantes comme Transformers ou de The Dark Escape, ce jeu en 4D que nous avons été les premiers à proposer en France. Globalement, les vraies nouveautés ont été plutôt rares dans le domaine des jeux d'arcade en 2013 mais cette année devrait être plus riche. On devrait ainsi avoir un nouveau Mario Kart en arcade, une nouvelle version d'un jeu de ski à succès avec cette interface que l'on peut difficilement retrouver sur une console chez soi ainsi que d'autres jeux très immersifs...

Comment sélectionnez-vous les bornes ?

Nous travaillons avec des fournisseurs spécialisés, qui nous alimentent en nouveautés qui sont principalement en provenance du Japon, de la Chine ou de Pologne. Nous testons les bornes avant

de les référencer, par exemple pour jauger de leur robustesse et de leur fiabilité. Une machine qui tombe régulièrement en panne à un coût et surtout, c'est décevant pour le public.

Considérez-vous le jeu vidéo domestique comme un concurrent ?

Pas du tout. Bien plus que chez les consoles de jeu, nos concurrents se trouvent avant tout du côté des autres concepts de sites d'attractions indoor. Qui sont plutôt présents en banlieue et moins intra-muros comme La Tête dans les Nuages. Nous travaillons très bien avec les acteurs du jeu vidéo traditionnel, je vous rappelle d'ailleurs qu'une boutique Micromania est installée au

sein de la salle. Le jeu vidéo à la maison n'est pas un concurrent, les personnes qui se rendent dans une salle comme la nôtre viennent y rechercher un moment au cours duquel on est littéralement intégré au jeu ! Ce sont des expériences et des épanouissements de jeu différents.

Sacrée Super Nintendo
Plus de 300 visiteurs sont venus participer à la soirée Guerre des Consoles, organisée le 4 mars à la Tête dans les Nuages (5, Boulevard des Italiens à Paris) en partenariat avec l'association MO5.com. Tout en accédant aux multiples attractions de l'endroit et à des objets et exemplaires déployés par MO5, les visiteurs pouvaient voter pour leur console préférée des dernières décennies. Le site Gameblog a profité de l'occasion pour enregistrer une émission en compagnie de journalistes de la grande époque... La Super Nintendo a été la grande gagnante de la soirée (23,5% des votes), suivie par la Dreamcast (19,8%) ou encore la PlayStation (16,1%).

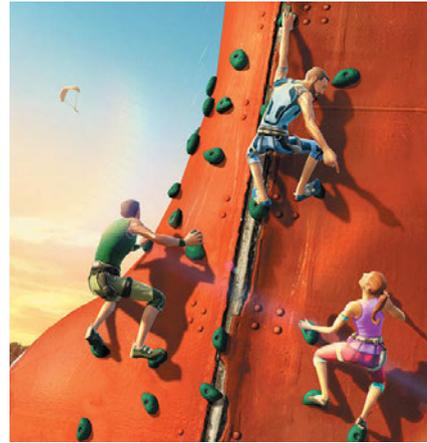
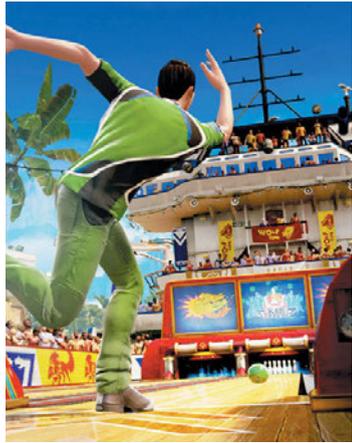
JDLI.COM
fait peau neuve !



Être au courant de tout.
Immédiatement.

Kinect Sports Rivals

Ça bouge sur Xbox One



Microsoft publiait le 11 avril **Kinect Sports Rivals** pour **Xbox One**, un jeu évidemment taillé sur mesure pour exploiter la nouvelle génération de capteurs livrés avec la console next-gen de la marque. Sur la précédente génération de consoles, la série s'était imposée comme un classique au sein du catalogue de jeux Kinect. Par Patrick Helliou



« **C'est un lancement stratégique pour Microsoft, probablement le plus important du premier semestre** », situe **Jérémy Goldstein, Games marketing manager chez Microsoft.**

Alors que les applications exploitant le nouveau capteur Kinect sont encore bien timides, l'éditeur sort sa carte Kinect Sports, qui a déjà fait ses preuves sur la précédente génération de console. « En trois ans d'existence et seulement deux volets, cette franchise s'est imposée comme une valeur sûre, représentant par exemple plus de ventes que la saga *Fable* en 10 ans ! », confirme Jérémy Goldstein. « En comptant uniquement les versions boîtes vendues hors bundles, Kinect Sports représente plus de 340 000 ventes en France. Le premier volet a connu un grand succès avec 210 000 exemplaires vendus, ce qui en fait le jeu pour Kinect le plus écoulé avec un score de ventes par exemple supérieur à ceux de *Gears of War 3* ou *Halo 4* ». Avec ses 130 000 ventes, la suite a rencontré un succès un peu moindre : « *Kinect Sports Saison 2* comportait des disciplines plus orientées vers le marché américain comme le baseball, les fléchettes ou le football américain », concède l'éditeur. Un cas de figure que ne devrait pas rencontrer le troisième opus, développé par le studio anglais Rare pour la nouvelle console et son capteur nouvelle génération. Avec six disciplines mêlant reprises de sports populaires des précédents volets (tennis, football, bowling) tout en infusant des épreuves inédites comme le jet-ski, le tir sur cibles ou même l'escalade, Kinect Sports Rivals entend à son tour devenir un nouvel étendard « motion gaming » de la Xbox One. Un de ces titres capables de réunir

toute la famille autour du téléviseur familial quitte à pousser quelques meubles.

Motion gaming nouvelle génération

« Le titre exploite les caractéristiques du nouveau Kinect, qui est doté de davantage de points de reconnaissance sur le corps des joueurs lui permettant de repérer jusqu'aux mouvements de leurs doigts. Il a même la faculté de calculer le rythme cardiaque des joueurs ! Ceux-ci peuvent par ailleurs créer instantanément leur alter-ego virtuel via une nouvelle fonction implémentée ». Le Kinect Sports nouveau se veut également bâti sur un univers bien plus élaboré et moins froid que ses prédécesseurs sur Xbox 360. « Le jeu met en scène quatre équipes en compétition, avec des capitaines d'équipe, des arbitres, des environnements plus vivants... ces éléments qui sont importants notamment pour le public des core gamers qui aiment être embarqués dans un univers. Cela nous aide à sortir du cliché du party-game et le jeu dispose réellement d'une dimension monde permanent ». Plus précis du côté du gameplay, plus riche en termes d'univers, le jeu se veut aussi plus communautaire. « Les joueurs connectés profiteront d'une expérience beaucoup plus riche puisque des événements et compétitions en ligne seront régulièrement organisés ». La réalisation du jeu a également été largement enrichie pour correspondre aux canons de la nouvelle génération de consoles. « Les premiers retours de la presse sont encourageants, soulignant combien le jeu a vraiment cette dimension next-gen », commente l'éditeur. « Une démo jouable a été proposée au lancement de la Xbox One, permettant

de s'essayer à l'épreuve de jet-ski. Juste en France, elle avait été téléchargée 55 000 fois à fin 2013 et les joueurs y participaient en moyenne à trois courses ». Cela se présente donc plutôt bien pour ce titre que Microsoft va soutenir avec une campagne marketing d'ampleur (campagne TV, Web, presse spécialisée et lifestyle) au moins jusqu'à la fin de l'année, avec « un dispositif comparable à ce qui a été mis en place pour *Forza Motorsport* ou *Ryse* ». Des PLV, box dédiés sont également proposés en retail pour pousser ce titre stratégique pour mettre en avant la valeur ajoutée du Kinect nouvelle génération de la Xbox One.

Champion du monde

Si des événements compétitifs seront mis en place en ligne dans le jeu, Microsoft va également lancer une compétition sous forme de « championnat du monde de Kinect Sports Rivals » dans lequel huit pays vont entrer en compétition autour des meilleurs scores effectués dans le jeu. Du 11 avril au 6 juin, Microsoft va ainsi identifier le meilleur joueur français de Kinect Sports Rivals, qui partira affronter les champions des sept autres pays à l'occasion de salon Comic-Con fin juillet de San Diego. Il sera pour l'occasion accompagné par l'ambassadrice française du jeu, Laury Thilleman, Miss France 2011 et journaliste sportive sur Eurosport. Le gagnant de la compétition remportera une somme de 10 000 dollars ainsi qu'un voyage pour deux dans des endroits à travers le monde évoquant les sports du jeu.



Celebrate the games!



13 AOÛT 2014 :
Journée exclusive pour
les visiteurs professionnels
et la presse



www.gamescom-cologne.com

gamescom

13 – 17 AOÛT 2014 COLOGNE

Salons de Cologne
12, rue Chernoviz
75782 Paris Cedex 16
Tél. +01 45 25 82 11
Fax +01 45 25 63 96
koelnmesse@wanadoo.fr
www.facebook.com/gamescom.cologne

BIU

koelnmesse



Memup

Svelte

Tout de blanc vêtue, la SlidePad Elite 785i est une tablette de 7,85 pouces construite en aluminium et animée par un processeur Intel Atom double cœur associé à 16 Go de mémoire sous l'environnement Android 4.2. Elle affiche des mensurations plutôt fines avec une épaisseur de 7,2 mm et un poids de 320 grammes. Memup annonce une autonomie de l'ordre de sept heures. La SlidePad Elite 785i est fournie avec des écouteurs et un câble USB au prix de **199 euros**.



La TV

CHIQ

ChangHong



Le constructeur chinois, de plus en plus présent sur le marché français annonce une nouvelle gamme de téléviseurs connectés baptisée CHIQ. Selon le constructeur, « le principal atout de la CHIQ TV est de proposer une nouvelle expérience interactive ». Ainsi, les téléviseurs de cette gamme seront pilotables depuis un smartphone ou une tablette permettant de se passer de la télécommande. En outre, il sera possible de visionner les programmes sur les appareils mobiles pour une interaction multi-écrans. Pour le moment, peu de détails sont fournis par ChangHong mais on sait d'ores et déjà que la gamme sera composée de modèles allant de 40 à 65 pouces en Ultra-HD. La marque précise que les modèles 55 pouces en version Ultra-HD et incurvée Ultra-HD seront disponibles en prévente sur le site officiel du constructeur. Enfin, ChangHong annonce également le développement d'autres produits estampillés CHIQ comme des réfrigérateurs, des climatiseurs et d'autres appareils électroménagers.

Logicom

Smartphones

petits prix



Le Français Logicom ajoute trois nouveaux modèles à sa gamme de smartphones. Avec les S504, S450 et E350, la marque reste concentrée sur l'entrée de gamme puisque ces modèles seront vendus respectivement **149, 129 et 59 euros**. Le S504 se distingue par un processeur quadri-cœur, un écran de cinq pouces QHD et la capacité de diffuser du contenu sans fil en Miracast. Une première sur un téléphone aussi abordable. La S450 reprend ces caractéristiques dans un format plus compact avec écran de 4,5 pouces. Avec son prix très agressif, l'E350 fait bien évidemment des compromis (écran 3,5 pouces, processeur double cœur ...) mais sans coupes rédhibitoires. Tous ces modèles sont double SIM et fonctionnent sous Android 4.2. La date de disponibilité n'est pas encore connue.



AWOX

Ampoules connectées

Spécialisée dans les objets connectés, la marque Awox présente sa nouvelle gamme d'ampoules LED baptisée SmartLight. Elle se compose de deux modèles : la Color SML-C9 et la SML-W7. Compatible Bluetooth 4.0, la Color SML-C9 (9W) peut être pilotée depuis un smartphone ou une tablette via l'application gratuite SmartControl qui est disponible pour les environnements iOS et Android. Elle permet de créer différents scénarii lumineux, allant d'une faible intensité pour une ambiance intime à un défilement de couleurs pour animer une soirée. Il est également possible de choisir un éclairage blanc avec différentes intensités. La SML-W7 (7W) se contente d'un éclairage dont l'intensité et la température de la couleur blanche peuvent être ajustées depuis un smartphone ou une tablette. Les ampoules SmartLight sont disponibles respectivement au prix de **49 et 29 euros**.

Samsung

Photo connectée

Le constructeur coréen annonce deux nouveaux APN : le NX mini et le Galaxy Camera 2. Le premier est la déclinaison de son modèle NX dans une version plus compacte tout en gardant ses spécificités comme la possibilité de changer d'objectifs et sa connectivité avancée. En outre, le NX mini se dote d'un écran pivotant tactile de 7,5 cm pour pouvoir réaliser simplement des autoportraits. Côté technique, le NX est équipé d'un capteur CMOS rétroéclairé de 20,5 Mpixels. Il est capable de prendre des clichés en mode rafale jusqu'à six images par seconde. Comme tous les nouveaux Smart Camera de la marque, le NX mini est doté d'une connexion WiFi et NFC qui permet de partager instantanément ses clichés. Le NX mini sera disponible en avril. Successeur du Galaxy Camera premier du nom, cette nouvelle mouture reprend le design et le concept, à savoir un fonctionnement sous le système Android et la possibilité de partager ses clichés très simplement grâce aux technologies WiFi et NFC. A ce propos, le Galaxy Camera 2 profite aussi de la nouvelle fonction Tag & Go qui permet de le coupler très rapidement à un smartphone pour transférer les images. Par ailleurs, la fonction Mobile Link permet de sélectionner de nombreuses photos et de les



envoyer à quatre appareils en une seule fois, évitant ainsi la répétition des gestes. De son côté, la fonction Remote Viewfinder permet de piloter le Galaxy Camera 2 depuis un smartphone. L'appareil profite également du nouveau mode Selfie qui enregistre cinq autoportraits consécutifs et donne ainsi le choix à l'utilisateur de sélectionner le meilleur pour le partager sur les réseaux sociaux. Côté technique, le Galaxy Camera 2 s'appuie sur un capteur CMOS BSI de 16 Mpixels associé à un zoom optique 21x, à un processeur quadruple cœur à 1,6 GHz et 2 Go de mémoire vive. Il est également doté d'un grand écran de 4,8 pouces tactile qui permet, à l'instar d'un smartphone, une navigation aisée dans les applications et les fonctionnalités. Disponible en noir ou blanc, le Galaxy Camera 2 est commercialisé au prix de **450 euros**.

HARDWARE

NEWS 31

Toshiba

IT HD

Toujours très en avance sur les technologies d'affichage, Toshiba présente l'un des premiers PC portable doté d'un écran Ultra-HD. En plus de cet écran 15,6 pouces très haute résolution (3840 x 2160 pixels), le Satellite P50T est doté d'une configuration musclée qui devrait lui permettre d'avoir des performances de premier plan. La dalle sera calibrée en usine, ce qui devrait séduire les professionnels de l'imagerie. Le design tout aluminium semble également particulièrement soigné. Une variante plus abordable, dotée d'un « simple » écran Full-HD nommée Satellite P50 sera également disponible. Ces deux modèles arriveront dans les rayons dans le courant du deuxième trimestre pour un prix encore inconnu.



Google

Android à porter

On savait que Google travaillait depuis un moment sur le sujet, mais l'annonce d'Android Wear, une version de son OS pensée pour les montres connectées, a pris tout le monde par surprise. On en sait pour le moment assez peu sur l'OS, si ce n'est qu'il offre une interface totalement repensée et très simplifiée. Les contrôles s'effectueront via des mouvements tactiles simples et par des commandes vocales. On remarque aussi une utilisation massive de Google Now en plus des notifications classiques. Le plus impressionnant réside sans doute dans l'annonce des deux premiers modèles de montres connectées qui vont utiliser la nouvelle version d'Android, une Motorola et une LG. La Moto 360 en particulier est à couper le souffle avec son écran rond et son design tout métal bien plus proche d'une montre classique. On est à 1 000 lieues de ce que propose pour le moment la concurrence et c'est tant mieux ! La LG est nettement plus classique avec son format carré. La sortie est prévue pour l'été.



Canon



Reflex pour débutants

Canon annonce son tout nouveau reflex, l'EOS 1200D. Il a été conçu tout particulièrement pour les photographes débutants qui souhaitent acquérir un premier reflex pour s'initier à la photo. En outre, le 1200D est le premier modèle à bénéficier du support de l'application Mon Coach EOS qui est disponible sur smartphones et tablettes. Elle rassemble des conseils, des tutoriels ainsi que de nombreuses informations permettant aux débutants d'utiliser leur boîtier au mieux et dans toutes les circonstances. Côté technique, le Canon EOS 1200D est doté d'un capteur 18 Mpixels. L'autofocus profite de neuf collimateurs permettant une mise au point efficace quel que soient la scène ou le sujet et le mode rafale autorise jusqu'à trois images par seconde. On trouve également un écran LCD de trois pouces et la possibilité de filmer en Full-HD. L'EOS 1200D est disponible au prix de **349 euros** (boîtier nu) ou **449 euros** en kit avec l'objectif 18-55 mm f/3,5-5,6 IS.



Urban Factory Multiplie les ports

Si dans le monde professionnel, les utilisateurs d'ordinateurs portables disposent d'une station d'accueil pour pouvoir y connecter un écran, un clavier, une imprimante et d'autres périphériques, c'est rarement le cas sur les modèles destinés au grand public. Pour pallier ce manquement, Urban Factory propose le Port Replicator 2 qui se connecte en USB 3.0 à tout ordinateur portable sous Windows. Ainsi, l'utilisateur peut profiter de tous ses périphériques externes et même y connecter un écran en HDMI ou DVI en ayant au préalable installé un pilote dédié. En outre, le Port Replicator 2 est également équipé d'un port Ethernet RJ45, 2 USB 3.0 et 4 USB 2.0. Il est disponible au prix de **179,90 euros**.

Sony



Hybride, bridge et compact



Sony renouvelle une partie de sa gamme photo avec notamment l'arrivée d'un nouvel hybride, l'Alpha 6000. Il a la lourde tâche de remplacer les deux Nex-6 et Nex-7. Exit aussi la dénomination Nex, place à la première lettre de l'alphabet grec. Si l'écran non tactile et le viseur proposent des définitions classiques, la réactivité de l'autofocus a été revue à la hausse. Pour le reste, on trouve un capteur CMOS Exmor APS-C de 24,3 Mpixels associé au processeur BionzX autorisant un mode rafale à 11 images par seconde et la capture de vidéos en Full-HD. Par ailleurs, l'Alpha 6000 est doté des fonctions WiFi et NFC facilitant ainsi le partage des clichés avec les smartphones et les tablettes mais aussi le pilotage à distance avec ces mêmes appareils. Le Sony Alpha 6000 sera disponible sous peu au prix de **800 euros**. Coté bridge, on trouve le HX400V. Il est doté d'un zoom optique 50x intégrant un stabilisateur optique sur 5 axes pour garantir la réussite des images en mouvement. Le capteur est un CMOS Exmor de 20,4 Mpixels. Il



permet également de réaliser des vidéos Full-HD au format AVCHD. Le WiFi et le NFC sont également de la partie. Le HX400V sera commercialisé en avril au prix de **480 euros**. Enfin, le HX60 est un compact doté d'un zoom 30x et d'un capteur CMOS Exmor R de 20,4 Mpixels associé au processeur BionzX. L'ensemble permet de réaliser des vidéos en Full-HD à 60 images par seconde. De plus, les fonctions WiFi et NFC intégrées permettront le partage facile des clichés. On notera également la présence d'un écran LCD 3 pouces d'une résolution de 921 600 points et d'un stabilisateur SteadyShot. Le HX60 est disponible au prix de **380 euros**.

AOC

Tablettes géantes



Le spécialiste de l'affichage complète sa gamme de moniteurs par deux modèles tout-en-un dénommés a2472Pw4t et a2272Pw4t. Outre la possibilité de les connecter à un ordinateur, leur particularité est d'intégrer un processeur Nvidia Tegra 3 associé au système Android 4.2, permettant ainsi une utilisation indépendante du PC pour accéder à Internet et aux applications disponibles sur Google Play. De par leur taille, ces écrans ne sont pas autonomes et donc dépourvus de batterie. Néanmoins, ils sont tactiles et peuvent se placer quasi à plat ce qui permet une utilisation type tablette pour visualiser des photos ou vidéos à plusieurs. A noter qu'ils proposent une capacité de stockage de 8 Go qui peut être étendue par carte SDHC et disposent d'une connectique plutôt complète (USB 2.0, micro USB, RJ-45, WiFi). Ils sont également équipés de haut-parleurs, d'une webcam et d'une prise jack 3,5 mm pour le raccordement à des enceintes. Les a2472Pw4t en 24 pouces et a2272Pw4t en 22 pouces sont disponibles aux prix respectifs de **439** et **429 euros**.



Razer

Une mécanique bien huilée

Si les claviers destinés aux joueurs sont très souvent des modèles mécaniques vraiment réactifs, Razer estime qu'il est possible de faire mieux. Ainsi, la marque présente de nouveaux switches spécialement étudiés pour les joueurs. Les ingénieurs de Razer ont identifié la distance d'activation optimale à une fraction de millimètre près et ont réduit la distance entre l'activation et le point de retour des touches de moitié afin de gagner en réactivité et en précision. Razer précise par ailleurs que ces nouveaux switches ont été testés au cours de longues sessions de jeu par les joueurs professionnels. Il existe deux types de switches mécaniques Razer ; les verts qui procurent à la fois un agréable toucher et de bonnes sensations avec une pression de 50 grammes pour être activés et les oranges qui offrent le même toucher mais restent silencieux et requièrent une pression de 45 grammes. Les nouveaux switches Razer sont disponibles sur la nouvelle gamme de claviers mécaniques BlackWidow et sont également disponibles à la vente pour les autres fabricants de claviers.

Meizu

De l'ambition



Arrivé il y a peu en France, le chinois Meizu se lance sur le marché du smartphone avec un premier modèle très haut de gamme, le MX3. Il adopte un écran de 5,1 pouces à la résolution inhabituelle de **1800 x 1080 pixels**. Le reste est du même niveau puisque l'on trouve un processeur Samsung octuple cœur et un capteur photo 8 Mpixels. Le design est également très soigné, tout comme la surcouche qui a un petit air d'iOS. Contrairement à la plupart des nouveaux constructeurs entrant sur ce marché, Meizu mise donc sur la valeur ajoutée, le MX3 est en effet vendu entre **449** et **549 euros** selon la capacité de stockage (16, 32 ou 64 Go). C'est un tarif qui va être d'autant plus compliqué à justifier que le MX3 ne supporte pas la 4G.



Official partner of: **THE FUTURE**

— since 1924 —

IFA in Berlin – the world's leading retail show
for consumer electronics and home appliances.



The global innovations show.

ifa-berlin.com

IFA-Contact:

Promo Intex · Tel. +33 1 39 62 11 93 · p.canovamenke@promo-intex.com

Razer



Razer est un spécialiste du périphérique de jeu et a créé de nombreux standards dans ce domaine. Fort de cette expertise, Razer s'étend à d'autres segments comme le casque audio et le bracelet connecté. Par Stéphane Kauffmann

Entretien avec

Marco Chillon,
Directeur général Europe

JDLI : Razer, est-il avant tout un fabricant spécialisé dans le périphérique de jeu haut de gamme pour le PC ?

Marco Chillon : C'est notre origine et c'est toujours notre focus le plus important. Nous avons commencé par les souris et les claviers à destination des joueurs exigeants. Nous sommes une société de jeu vidéo dont la moitié des 500 salariés se consacre à la recherche et au développement. C'est ainsi que nous avons toujours été à la pointe de l'innovation et que nous avons établi les standards pour le périphérique de jeu sur ordinateur. Nous avons lancé la souris de jeu par excellence, la première sans fil pour joueur,



la première dédiée aux jeux en ligne, le premier casque audio 7.1 pour le jeu. Nous avons été les premiers à proposer un clavier réellement mécanique aux joueurs. Et nous allons d'ailleurs franchir une nouvelle étape avec la nouvelle version du Black Widow qui sort prochainement équipé de switchs mécaniques conçus par Razer pour le jeu. Fort de cette expertise, nous nous ouvrons désormais au marché de l'électronique grand public.

Quelle est votre position sur le segment du jeu ? Est-il toujours aussi porteur ? Qu'allez-vous y proposer de nouveau ?

Ce marché est toujours en croissance au niveau mondial. Ce fut aussi une année très réussie en Europe. Le marché y a grandi sur toutes les catégories comme les souris, les claviers et les casques. Nous avons de bonnes parts de marché dans tous les pays importants, nous sommes toujours dans le trio de tête des fabricants sur ce marché. En France, l'année 2013 a été difficile mais nous avons revu notre distribution.

Razer est aussi devenu un constructeur de machines avec des notebooks orientés jeu mais qui n'arrivent pas en Europe, pourquoi ?

Fabriquer des notebooks impose des capacités de production et de logistique toutes autres que des périphériques. Plutôt que de griller les étapes et de ne pas pouvoir fournir les marchés, nous avons préféré nous lancer progressivement pour apprendre à gérer. Nous avons ainsi commencé en Amérique du Nord, puis nous nous sommes étendus à l'Asie. Le succès fut fulgurant, surtout au

Du

jeu à l'activité



regard du prix car notre notebook pour gamers, le Blade, ne fait aucune concession et manifestement c'est ce que nos clients attendaient. Nous envisageons maintenant la commercialisation en Europe car nous savons qu'il y a une forte attente.

Le PC modulaire, est-ce un concept ou y aurait-il une réalité commerciale ?

Le PC Christine est un concept mais notre approche a toujours été d'en présenter pour voir comment régissait le marché et nos clients pour vérifier s'il était réaliste de lancer un produit commercial sur le marché. Actuellement, nous pensons que c'est le cas pour le PC modulaire et nous espérons pouvoir le commercialiser en début de l'année prochaine.

Travaillez-vous sur les nouvelles consoles ?

Absolument, nous sommes en train de développer des périphériques pour les deux, conjointement avec Sony et Microsoft d'ailleurs.

Récemment, Razer s'est diversifié en abordant le marché du casques audio. Quelle est votre stratégie et votre légitimité ?

Nous pensons que la catégorie est très intéressante et nous avons constaté que de nombreux joueurs voulaient aussi avoir un casque de qualité pour écouter de la musique, notamment sur le smartphone. Comme nous maîtrisons les casques audio depuis longtemps avec notre gamme pour joueurs, il était logique d'aller dans cette direction. Nous lançons donc la gamme Adaro avec quatre produits lifestyle complètement redessinés et avec un packaging adapté.



Le marché du casque est saturé, qu'espérez-vous y apporter ?

Nous avons beaucoup d'expérience par nos casques dédiés au jeu. Nous savons produire une bonne qualité audio ce qui est l'essentiel. Certes, le marché est très disputé et les marques sont nombreuses mais nous pouvons apporter une différence par notre légitimité. Nous pouvons aussi compter sur notre très grande communauté qui suit la marque avec par exemple 4,3 millions de fans sur Facebook. Non seulement, ils constituent une cible privilégiée mais en plus ils répandent la bonne parole autour d'eux. Il y a aussi des segments qui sont en croissance comme le sans-fil Bluetooth que nous maîtrisons particulièrement bien.

Dernière diversification en date, le bracelet d'activité. Parmi le très grand nombre annoncé, qu'apporte le vôtre de plus ?

Déjà, c'est une nouvelle catégorie à la croissance exponentielle, surtout aux Etats-Unis, l'Europe n'en étant qu'au début. Ensuite, nous pensons que là encore nous pouvons apporter une plus-value grâce à notre expérience. Ainsi, nous sommes devenus des spécialistes du logiciel pour la gestion de nos





périphériques de jeux et nous maîtrisons aussi particulièrement bien la notion de communauté autour du produit. Notre approche est d'ailleurs très originale et unique à ma connaissance. Nous pensons que limiter le bracelet au fitness restreint son champ d'activité qui peut s'étendre à ce que fait une montre connectée, voire d'avantage. Pour ce faire, le Nabu est déjà équipé d'un petit écran « public » sur le dessus pour les notifications par symboles et d'un plus grand dessous « privé » capable d'afficher du texte plus long. Ensuite, nous avons doté le bracelet de fonctions sociales comme l'échange de données simplement en entrant en contact avec un autre porteur lors d'une poignée de main. Professionnellement, on peut échanger les contacts, personnellement, on peut échanger ce qui plait. Mais surtout, nous avons ouvert notre système et mis un kit de développement à la disposition des développeurs intéressés et ils sont nombreux. Ainsi, le Nabu sera bien plus qu'un bracelet de fitness. Déjà, il permettra aussi de recevoir toutes les notifications du smartphone, comme l'appel entrant avec le nom que l'on pourra refuser en secouant le poignet ou encore les SMS entrants. Ensuite, par la communauté des développeurs le potentiel est infini comme par exemple enregistrer le geste au golf pour le revoir ensuite sur son ordinateur et l'analyser.

Votre ambition est-elle de devenir un fabricant d'électronique grand public généraliste ?

Çe faisant, n'avez-vous pas peur de perdre votre cible première des joueurs exigeants ?

Nous pensons pouvoir apporter des produits inédits en termes de qualité ou d'innovation dans de

nombreux secteurs et c'est pour cela que nous les abordons sans nous fixer de limites autres que notre compétence. Nous ne renions pas notre héritage pour autant et nous le prouvons en sortant une fois de plus un clavier inédit dans son concept. Jouer est aussi devenu un phénomène de masse et la communauté des joueurs est devenue très importante, elle s'intéresse à d'autres sources de divertissement. Tant que nous continuons à proposer les meilleurs périphériques pour le jeu et que les nouveaux produits sont à l'image de leur héritage, il n'y a aucune raison de perdre notre communauté, au contraire nous allons l'étendre.

Vous avez réorganisé votre distribution en France. Comment se fait-elle désormais ?

Avec la demande grandissante, notre diversification et donc la nécessité d'adresser toutes les enseignes françaises, nous avons décidé de confier notre distribution à Exertis - Banque Magnétique qui nous semble le plus à même d'assurer efficacement toute la logistique et les relations commerciales avec l'ensemble de la distribution. Nous serons d'ailleurs présents au MedPi en mai dans le Village Exertis - Banque Magnétique, et nous nous réjouissons d'y rencontrer nos clients.

Quelles sont vos ambitions en Europe et en France particulièrement ?

Les périphériques de jeu représentent toujours un marché en croissance. Cette année, janvier et février ont dépassé toutes nos attentes, en France notamment. Nous pensons que l'année 2014 devrait être très bonne dans ce secteur d'activité. Sur les nouveaux marchés que nous abordons, nous serons évidemment en croissance. Nous pensons que sur l'ensemble de segments où nous sommes présents, nous allons croître plus vite que le marché et donc y gagner des parts. Nous allons également investir en marketing et en communication pour soutenir le réseau, surtout sur les nouvelles catégories.



« Nous pensons pouvoir apporter des produits inédits en termes de qualité ou d'innovation dans de nombreux secteurs et c'est pour cela que nous les abordons sans nous fixer de limites autres que notre compétence. »



 cellularline

SOS Energie !



MINI
FORMAT

Choisissez
le **CHARGEUR DE POCHE**
CELLULARLINE



RECHARGER

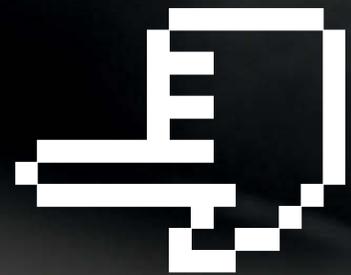
 cellularline

www.cellularline.com

Cellular Italia Division France : 01.60.42.88.47
Email : info.france@cellularline.com

Audio haute

La valeur par la source



En tant qu'**audiophile exigeant**, il n'y a plus aucune raison de mépriser le **numérique** et le **dématérialisé**. Il est désormais possible de trouver des **fichiers sources** de meilleure qualité que le **CD**, des **appareils** pour les écouter sans les **dégrader** et aussi des **casques** pour les restituer dignement. De plus, l'**audio haute résolution** est générateur de **valeur** et concerne le **haut de gamme** qui se vend de mieux en mieux. Par Stéphane Kauffmann

Dans l'audio, un constat ne se dément pas depuis quelques années, la qualité de restitution est revenue au centre des débats et les audiophiles, voire le grand public intéressé, sont prêts à investir dans leur passion. Et ce constat vaut aussi bien pour l'audio résidentiel que nomade. Pour la maison, la chaîne stéréo dédiée haut de gamme se vend très bien et s'ouvre peu à peu à la

musique dématérialisée. De son côté, le son nomade bénéficie de casques haut de gamme que le public plébiscite tout autant. On assiste même à une réelle percée des appareils d'élite comme les préamplificateurs, les casques à plus de 500 euros et les enceintes Hi-Fi hors de prix. Sauf qu'en même temps, la désaffection des supports physiques est tout aussi marquante, exception faite des

nostalgiques qui achètent plus de vinyles que jamais. Il est vrai que dans le salon la situation est moins dramatique car il est toujours possible d'acheter des CD mais en même temps, un lecteur Hi-Fi de qualité vaut très cher et ne sera pas à même d'améliorer une qualité somme toute limitée avec du 16 Bits / 44 KHz antédiluvien à l'échelle du numérique. Il y a bien une tentative avec le Blu-ray Pure Audio présenté en

résolution



grande pompe par la Blu-ray Disc Association mais il est peu probable que l'audiophile envisage sérieusement d'utiliser son lecteur Blu-ray.

Abolir le MP3

Si en résidentiel, il y a des solutions décentes pour l'écoute Hi-Fi, il en va tout autrement pour le nomade. Là, il est sûr que tout support physique est définitivement banni et pour alimenter un casque à 1 000 euros, il faudra se contenter du MP3 et d'un convertisseur de smartphone, une aberration en soi ! Il est donc impératif que l'audiophile nomade puisse disposer de sources numériques de qualité ainsi que de l'appareil capable de les convertir dignement en analogique. A la fois à la maison pour la chaîne Hi-Fi et surtout pour le casque nomade, il était donc grand

capables aussi. Ensuite, c'est une question d'efficacité par rapport à la taille de fichier et de ce point de vue, le FLAC est bien placé. Toujours est-il que les formats et les fichiers existent, reste à les trouver puis à les lire. De ce point de vue, le 192 KHz demeure l'exception mais le 96 KHz devient commun.

Qobuz pionnier

Les services qui vendent de la musique numérique tardent à se mettre à la haute résolution. C'est le français Qobuz qui est précurseur dans le domaine avec un nombre d'enregistrements haute définition qui ne cesse de croître sous l'appellation Studio Masters. Car à ce stade, il faut aussi préciser que si le master n'est disponible qu'en qualité CD, il ne sert à rien d'en faire un fichier haute résolution. Soit on

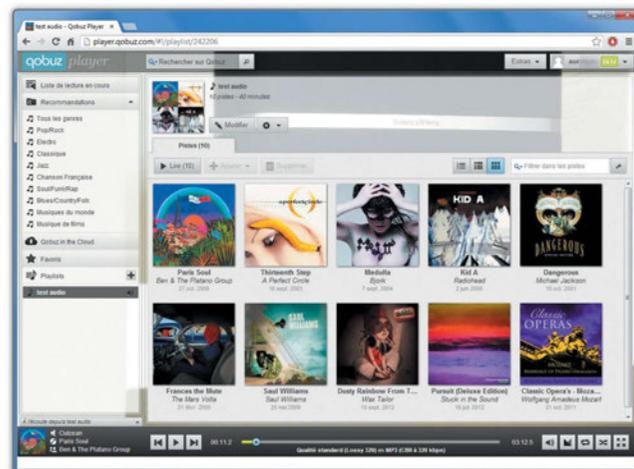
Le numérique est en mesure de faire mieux que tous les supports d'enregistrement.

temps que cela change et que le dématérialisé soit à la hauteur de ce qu'il est aujourd'hui possible de faire en matière de qualité. En effet, le numérique est en mesure de faire mieux que tous les supports d'enregistrement qui ont existé jusqu'alors, tout simplement parce qu'il n'est limité par aucun support physique. Pour autant, nul besoin d'aller plus loin que ce qui existe déjà, les fichiers sans perte DSD initiés par le Super SACD offrent une qualité largement au-delà de ce que l'oreille humaine est capable de percevoir, du moins objectivement, car subjectivement c'est un autre débat.

Ils existent !

Quels types de fichiers sont à la disposition des éditeurs et des sites de vente en ligne aujourd'hui ? C'est la première interrogation. Le DSD issu du SACD développé par Sony et Philips dans les années 90 est le plus qualitatif et aussi le plus simple à convertir en analogique dans la meilleure qualité. En fichier classique sans perte, on peut désormais monter à 24 Bits / 192 KHz en utilisant un format comme le FLAC. Cela ne veut pas dire que le son n'est pas compressé mais il l'est sans perte, soit sans altérer la qualité par l'acceptation d'une perte d'informations. Le FLAC n'est pas le seul format qui peut désormais digérer cette qualité, le WAV et le WMA chez Microsoft, tout comme le AIFF et le ALAC / Apple Lossless chez Apple en sont

repart de l'enregistrement original si la qualité est suffisante, soit il s'agit d'un nouvel enregistrement. Toujours est-il que Qobuz propose de nombreux enregistrements en 24 Bits / 96 KHz et quelques-uns en 192 KHz. Lors du téléchargement, on peut choisir le format de fichier. Pour l'heure pas de DSD cependant. Il n'y a pas de site qui en vende en France. iTunes - pourtant à l'origine du téléchargement audio - traîne la patte, même si désormais le label Mastered for iTunes propose un enregistrement à partir du master original et non plus du CD mais comme derrière il s'agit toujours d'un fichier AAC fortement compressé... Gageons cependant qu'avec l'apparition d'appareils audio haute définition, les politiques des sites de musique vont évoluer.



Et le matériel

Reste à trouver un appareil en mesure de lire ces fichiers et surtout de les restituer en analogique. C'est plus compliqué qu'il n'y paraît. Pour une chaîne audio, la seule solution résidentielle est d'opter pour un lecteur audio numérique haute résolution. Le constructeur le plus avancé en la matière, c'est Sony qui propose pour 800 euros un amplificateur UDA-1 capable de lire les formats jusqu'au DSD émanant d'un ordinateur relié en USB. Le HAP-S1 y ajoute un disque dur de 500 Go, un

Audio haute résolution

Sony a introduit un label du même nom mais aucune norme ne définit à partir de quand on parle d'audio haute définition. Il ne fait donc aucun sens d'attribuer un tel label à un appareil de restitution, si ce n'est pour le marketing. Contrairement à l'image formée d'un nombre de pixels, le son délivré par des enceintes ne peut guère se quantifier. En revanche, la définition s'accorde parfaitement au fichier source. On peut déjà écarter tout format qui effectue une compression destructive comme le MP3. Si elle n'entame les informations, la compression ne pose pas de problème en revanche. Comme la norme standard en musique est le CD depuis très longtemps et que cela correspond à du 16 Bits / 44 KHz, on peut estimer que tout ce qui est au-dessus devient de la haute définition. Attention, si le gain en qualité sonore est audible, cela ne se justifie que si la prise son originale a été faite dans des conditions au moins équivalentes. Réaliser un fichier 24 / 96 à partir d'un master sur CD ne fait aucun sens pour le coup...

écran couleur et une connexion réseau. Si on a déjà une chaîne Hi-Fi, tout cela ne sera pas d'une grande aide, il faudra un lecteur réseau qui existe chez Sony à 2 000 euros avec un disque dur de 1 To. Certes, ce lecteur offre une qualité de conversion analogique ultime mais il vaut quand même un peu cher ! Chez Yamaha, on peut opter pour un lecteur de CD, le S-N500 qui fait aussi office de lecteur réseau haute qualité, pour un prix quasi démocratique de 500 euros.

Moins onéreux

Les nouveaux convertisseurs DAC de Korg permettent d'utiliser l'ordinateur portable pour une qualité tout aussi exceptionnelle que sur le lecteur de Sony à 2 000 euros. Le modèle résidentiel DAC-100 permet de relier un ordinateur portable à une chaîne audio. Il sera donc relié en analogique à l'amplificateur de la chaîne audio ou à un casque directement. De plus, il est en mesure d'optimiser la qualité des fichiers classiques. Pour la lecture, on passe d'ailleurs par

un logiciel gratuit, pour l'heure uniquement disponible sous Windows. La bonne nouvelle, c'est que son prix est presque démocratique à 500 euros. Pour écouter au casque ailleurs que chez soi, le modèle DAC-100m à 300 euros offre la même qualité en plus petit.

Baladeur dédié

Reste à trouver des solutions nomades car c'est là que réside le véritable enjeu pour écouter au



Lecteur réseau Sony HAP-Z1ES Pas mieux

Avouons-le, nous étions plus que dubitatifs quand nous avons reçu ce lecteur réseau de musique en test. Deux mille euros pour un appareil dont la seule fonction est de transférer sur son disque dur de la musique numérique depuis un ordinateur pour la restituer en analogique sur une chaîne Hi-Fi, cela paraît tout de même élevé. L'installation est simple. Il suffit de relier le câble analogique stéréo fourni à l'amplificateur et de connecter le lecteur au réseau en WiFi ou de préférence en filaire pour plus de débit. Ceci étant fait, on allume, on configure le réseau et puis rien ! A ce prix, ce lecteur ne lit pas en streaming, il faut copier les fichiers sur le disque dur. Pour cela, il faut installer un logiciel qui se télécharge et qui transfère. Il suffit ensuite d'indiquer les répertoires qui contiennent les fichiers audio, le logiciel se charge de synchroniser par la suite en ne copiant que ce qui est nouveau. Le disque interne du lecteur Sony affiche une capacité de 1 To. Même avec des fichiers haute résolution, il y a de quoi voir venir. Et si cela ne suffisait pas, on peut connecter un disque externe sur le port USB. Pour naviguer dans les dossiers, par genre, par artiste ou par album, l'écran de 4,3 pouces couleurs s'avère précieux. Si c'est assez simple, ce n'est la panacée ergonomique. Et ce n'est pas la télécommande plus que basique sans navigation qui y changera quelque chose. Heureusement, il existe une application gratuite pour smartphone et tablette sous iOS et Android. Elle est exemplaire et vraiment pratique à utiliser sans aucune configuration. A partir de là, on peut oublier les commandes physiques. La promesse de Sony est d'améliorer le fichier de départ s'il n'est pas en DSD et elle est largement tenue. Même sur un morceau en qualité CD, le gain est énorme et dépasse de loin ce que peut produire un lecteur CD de qualité. On redécouvre ses morceaux préférés, c'est presque miraculeux. Et si on passe à un enregistrement en haute résolution, c'est encore mieux. Le son fourni à l'amplificateur relève au rang d'antiquité toute autre source comme un lecteur de CD, même très haut de gamme. Il n'y a pas mieux pour écouter de la musique sur une chaîne audiophile.

- Formats et fichiers : DSD, DSF, MP3, FLAC, ALAC, ATRAC, AIFF, PCM
- Qualité : jusqu'à 24 Bits / 192 KHz et DSD 5,6 Mbits 1 Bit
- Réseau : RJ45, WiFi n
- Ecran : LCD, 4,3 pouces
- Stockage : disque dur 1 To, prise USB
- Sortie : analogique RCA, XLR



Convertisseur Korg DAC-100 Impressionnant

On connaît plutôt Korg pour ses productions à l'attention des musiciens. C'est d'ailleurs d'un convertisseur professionnel qu'est dérivé ce modèle. L'idée est simple. En général, les musiques numériques se stockent sur un ordinateur mais sa capacité à les restituer n'est pas à la hauteur dès qu'il s'agit d'audio haute résolution. On connecte donc ce bel objet à un port USB et il se charge de convertir en analogique. Ensuite pour écouter, on peut brancher un casque ou une chaîne Hi-Fi. Le DAC-100 est plutôt pensé pour un usage résidentiel. Tout en métal, il est esthétique et repose sur des pointes pour éviter les vibrations. A l'intérieur officie un convertisseur Cirrus Logic 4398, ce qui se fait de mieux dans le genre. La nouvelle version 3 du logiciel Audiogate affiche une interface plaisante et s'avère simple à utiliser. Il suffit de lui indiquer l'emplacement des fichiers et on dispose des fonctions habituelles d'un lecteur audio logiciel. Korg utilise le processeur du PC pour améliorer la qualité des fichiers. A l'écoute, c'est spectaculaire. Sur des fichiers qualité CD l'amélioration est flagrante, juste un cran en-dessous du Sony. Pour qui dispose d'un casque de qualité ou peut placer l'ordinateur à côté d'une chaîne Hi-Fi, le Korg DAC-100 est un moyen peu onéreux pour disposer de la meilleure source possible. En déplacement, la version mobile DAC-100m moins chère (300 euros) et a priori équivalente en termes de rendu sera parfaite pour une écoute au casque sur son notebook.

- Formats et fichiers : DSD, DSF, MP3, FLAC, ALAC, WAV, AIFF, PCM...
- Qualité : jusqu'à 24 Bits / 192 KHz et DSD 5,6 Mbits 1 Bit en natif
- Connexion : USB 2.0 auto-alimenté
- Sortie : analogique RCA, XLR

499 €

1999 €



casque où que l'on soit. Nombre de smartphones haut de gamme sont capables de restituer des fichiers en haute résolution 24 bits / 96 KHz. Sous Android, on peut citer par exemple le HTC One et le LG G2. Si le premier est satisfaisant, le G2 sonne un peu comme une crécelle. C'est Apple qui propose ce qui se fait de mieux sur l'iPhone 5S. Il suffit ensuite de télécharger un lecteur audio sur iTunes comme Golden Ear par exemple qui est en mesure de lire des fichiers haute résolution. Et le résultat se laisse entendre sur un casque très haut

de gamme. De plus, Sony a annoncé le baladeur ZX1 à 700 euros qui sera en mesure de lire tout jusqu'au DSD et qui promet une très belle qualité. En attendant, la seule solution réellement nomade est à chercher chez Astell&Kern, la marque élitiste d'iRiver. Leurs baladeurs AK100 et AK120, vendus respectivement 700 et 1300 euros, sont en mesure de lire tous les fichiers jusqu'au DSD. Ce dernier format est cependant transcodé. Pour une lecture native, il faudra attendre le AK240 au prix insensé de 2 500 euros.

Un casque adéquat

Un casque réellement nomade qui rende justice aux fichiers haute définition est difficile à trouver. Le seul vraiment léger et fermé qui soit envisageable à un prix presque décent, c'est l'Audio-Technica ATH-ESW11 LTD à 700 euros. Mais il existe bien moins encombrant et au niveau des meilleurs casques ouverts du marché, ce sont les intra-auriculaires Piano Forte de Final Audio. Aussi paradoxal que cela puisse paraître, il s'agit d'écouteurs ouverts sur le principe du flux d'air forcé. Si les prix démarrent à 1 400 euros, le modèle laiton plaqué or Piano Forte X en vaut 3 000. C'est donc un marché qui laisse encore beaucoup de place à des modèles haut de gamme, en intra-auriculaire ou en en ceau nomade, et certains constructeurs développent d'ailleurs des produits dans ce sens, comme l'australien Audio Fly par exemple.

Baladeur Astell&Kern AK120

Limite indécemment

Un baladeur à ce prix, c'est limite indécemment. C'est la première pensée qui vient à l'esprit en voyons l'objet. Pourtant l'idée est séduisante de créer un baladeur audiophile pour enfin nourrir de manière adéquate un casque haut de gamme. Reste que la somme exigée fait froid dans le dos et que l'on pourra se contenter du AK100 à 700 euros qui n'a qu'un seul convertisseur et 32 Go de mémoire. Sur ce dernier point, le double logement pour cartes micro-SD permet de combler le manque à bien moindre frais. Quant à la présence d'un ou deux convertisseurs, a priori cela ne change que la profondeur de l'image stéréo. Le baladeur est beau, c'est indéniable, et la housse marron en cuir fournie le rend encore plus élégant. Tout en métal, il est lourd pour sa taille (143 grammes) mais sans que ce soit gênant. Il se recharge classiquement en USB, tout comme il se connecte par ce biais à l'ordinateur pour y charger des morceaux. L'écran de quatre pouces est tactile et de format horizontal ce qui n'est pas très pratique pour les listes de lecture. Sinon, le tactile est précis mais le scrolling saccadé. Une grosse molette sur le côté permet de régler le volume et trois boutons sur le côté la lecture ainsi que passer au morceau suivant comme précédent. Connecté à l'ordinateur, on peut transférer sa musique à la souris mais ensuite le baladeur a souvent du mal à l'indexer. Mieux vaut se servir du logiciel iRiver Plus 4 qui ne brille ni par son aspect, ni par son ergonomie. Le baladeur accepte à peu près tous les formats de fichiers. Les DSD sont reconnus et lus mais en 24 Bits / 192 KHz seulement. En tant que baladeur avec un casque, le résultat est exceptionnel car nous ne pouvons comparer qu'à un iPhone 5S. Mais le gain dépend aussi essentiellement de la source. Sur un fichier qualité CD pas très bien enregistré au départ, c'est à peine audible alors que sur du 24 Bits / 96 KHz de qualité comme René Fleming Guilty Pleasures, c'est un autre monde avec une aération incroyable, de la dynamique, de la profondeur et de la spatialisation.

- **Formats et fichiers** : DSD, MP3, FLAC, ALAC, WMA, OGG, AIFF
- **Qualité** : jusqu'à 24 Bits / 192 KHz
- **Ecran** : USB 2.0 auto-alimenté
- **Stockage** : analogique RCA, XLR
- **Sortie** : USB 2.0 auto-alimenté
- **Entrée** : analogique RCA, XLR
- **Connexion** : USB 2.0 auto-alimenté
- **Autonomie** : analogique RCA, XLR
- **Poids** : 143 grammes

1 299 €

Écouteurs Final Audio Piano Forte X

Le son ultime

Quand nous avons reçu ce casque intra-auriculaire sans embouts à la forme de bouteille qui vaut 3 000 euros, les moqueries allaient bon train. Jusqu'à placer les écouteurs dans le lobe de l'oreille et écouter. Car le résultat est tout simplement ahurissant. Déjà cela n'a rien à voir avec aucun autre casque intra-auriculaire. Le Piano Forte est un modèle ouvert comme les casques de salon. On pose juste les embouts dans le creux de l'oreille et ils tiennent d'ailleurs correctement sans gêner alors qu'ils sont plutôt lourds. Le son est d'une dynamique absolument incroyable et même un casque de salon ouvert à 1 000 euros ne peut pas rivaliser. On n'a pas du tout l'impression que le son vienne de la tête mais plutôt que l'on est assis dans une salle de concert. Aucun registre n'est mis en avant mais tous sont présents dans les moindres détails. Mais ce sont surtout l'incroyable présence et dynamique qui font la différence. A notre sens, il n'y a pas mieux en casque tous modèles et tous prix confondus. Attention, la restitution est neutre et selon les morceaux, elle manque de chaleur parfois. Mais si on cherche à écouter au plus proche de la réalité... Evidemment, il faudra alimenter ce casque avec des fichiers de qualité et au minimum un iPhone 5S. Est-ce que la qualité exceptionnelle justifie le prix ? Difficile de trancher mais on peut aussi opter pour un modèle moins glamour que celui en laiton plaqué or de notre test. Le modèle Forte IX à 1 400 euros en acier sonne tout aussi bien...

- **Formats et fichiers** : DSD, DSF, MP3, FLAC, ALAC, WAV, AIFF, PCM...
- **Qualité** : jusqu'à 24 Bits / 192 KHz et DSD 5,6 Mbits 1 Bit natif
- **Connexion** : USB 2.0 auto-alimenté
- **Sortie** : analogique RCA, XLR

2 999 €





HP Spectre 13 x2

■ Convertible

Le HP Spectre 13 x2 est un hybride assez classique de type tablette et dock/clavier. Les lignes sont harmonieuses et le tout est sobre sans être triste. HP a choisi une finition en aluminium nettement plus soignée que d'habitude. Seul bémol au niveau du design, la charnière qui permet de désolidariser la base et l'écran. Elle est nécessaire mais dépasse beaucoup et n'offre pas assez de résistance à notre goût. L'écran est une réussite avec sa résolution Full-HD et surtout des couleurs justes, ainsi qu'un très bon contraste. Malheureusement, la dalle est extrêmement sujette aux reflets. Les haut-parleurs estampillés Beats offrent un son passable mais font l'impasse sur les basses. Le pavé tactile est grand et agréable à utiliser. Le clavier est tout aussi satisfaisant, avec une bonne rigidité, trop rare sur les notebooks. Le processeur Intel Core i5 utilisé est un peu moins puissant que la moyenne des ultrabooks mais il compense cela par un fonctionnement parfaitement silencieux et une excellente autonomie qui dépasse les 11 heures sur une charge en lecture vidéo. Dans un scénario un peu plus classique avec le WiFi activé, ce sera tout de même près de neuf heures. Avec pour seul vrai défaut un poids un peu élevé, le Spectre 13 x2 est un très bon convertible à la fois autonome et bien fini.

■ CARACTÉRISTIQUES

Processeur Intel Core i5-4202Y, mémoire vive 4 Go, écran 13,3 pouces LED (1920 x 1080), SSD 128 Go, WiFi n, 340 x 183 x 19 mm, 2 kg, tablette seule 1 kg

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT HP, tél. : 01 57 62 89 39
- PRIX 1 099€



Omate TrueSmart

■ Montre connectée

Contrairement à la plupart des montres connectées, la TrueSmart n'est pas un compagnon du smartphone mais indépendante. Elle intègre un système Android complet et elle est dotée d'un emplacement micro-SIM qui lui permet d'être connectée en permanence. Un point qui complique un peu les choses en France car cela implique d'avoir une seconde carte SIM (facturée quelques euros par mois). La montre est très bien finie mais massive. L'écran est très lisible mais l'utilisation est compliquée par un OS à l'ergonomie pas vraiment adaptée à un écran aussi petit. Certes pour l'accueil, l'interface a été adaptée et fonctionne très bien mais il faut privilégier les applications conçues pour la montre. Omate a beaucoup misé sur la communauté des développeurs qui a d'ailleurs suivie. Reste qu'au lancement, il faut quand même composer avec un nombre restreint d'applications dédiées. Il y a quelques jeux amusants pour se distraire quelques instants, on retrouve les réseaux sociaux et plus généralement des utilitaires bien conçus. A signaler un clavier tactile qui fonctionne bien mais quand même difficile à manipuler sur une surface aussi petite. La reconnaissance vocal Dragon sera à privilégier. On peut aussi téléphoner par la montre mais c'est assez ridicule. Comme la TrueSmart intègre aussi un accéléromètre, un gyroscope et un GPS, on peut attendre beaucoup des applications sportives mais celles disponibles pour l'heure ne sont pas très convaincantes.

■ CARACTÉRISTIQUES

Ecran 1,45 pouce, 240 x 240 pixels, Android 4.2.2, lecteur micro-SD, Micro SIM, 4 Go, 45 x 45 x 14 mm, 100 grammes

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Omate
- PRIX 249€



Samsung Galaxy S5

■ Smartphone

Le nouveau navire amiral de Samsung ne représente pas une révolution par rapport au modèle de l'an passé. Tant le design que le format demeurent quasiment inchangés. On apprécie toutefois que Samsung ait troqué le plastique glossy du dos contre une finition soft-touch à la fois plus qualitative et plus agréable pour la prise en main. Samsung a également repris quelques fonctions de la concurrence comme l'étanchéité à l'eau et à la poussière ou encore le capteur d'empreintes dissimulé sous le bouton accueil. Ce dernier fonctionne toutefois moins bien que la solution d'Apple. L'écran Full-HD AMOLED est de très bonne facture comme d'habitude serait-on tenté de dire. La partie photo progresse en revanche nettement, en particulier en basse lumière. Côté composants, le S5 n'est que marginalement plus puissant que son prédécesseur avec un processeur Qualcomm qui n'est qu'une légère retouche du précédent haut de gamme. Tout est parfaitement fluide en toutes circonstances et l'autonomie est correcte (une journée et demie en usage intensif). Le Galaxy S5 est donc un excellent smartphone très haut de gamme dont le seul vrai défaut est une finition et des matériaux un cran en dessous de ce qu'offre un HTC ou un Sony. Il faut aussi souligner que les progrès par rapport à la génération précédente sont réels mais tout de même mineurs, probablement pas assez pour justifier de changer.

■ CARACTÉRISTIQUES

Ecran 5,1 pouces, processeur Qualcomm Snapdragon 801 quadruple cœur 2,5 GHz, mémoire 16 Go, capteur photo 16 Mpx, Android 4.4.2, connecteur micro-USB 3.0, lecteur micro-SD 142 x 72,5 x 8,1 mm, 145 grammes

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Samsung tél. : 08 25 08 65 65
- PRIX 649€ (16 Go)



Scandyna SmallPod

■ Enceinte Bluetooth

Ces SmallPod intrigantes ne sont pas exclusivement le fruit de l'imagination d'un designer, les arrondis sont étudiés avant tout pour restituer un son digne d'un système Hi-Fi. La solution retenue est de loger deux haut-parleurs dans un coffret en forme de coques arrondies ce qui évite les parois parallèles génératrices d'ondes stationnaires. Ces courbes éliminent bon nombre de problèmes acoustiques et de phénomènes parasites. Ces enceintes sont fabriquées en ABS laqué, trois coloris sont disponibles. La finition est d'excellente qualité. Chaque enceinte est équipée d'un boomer de 12 cm fabriqué à partir d'une membrane en Kevlar tissé et d'un tweeter de 2,5 m avec un dôme en textile. Un petit évent de 3 mm situé à l'avant sert à accorder la charge bass-reflex. L'enceinte de gauche est active, elle intègre l'électronique, la partie amplification et la connectique, l'autre SmallPod est passive. Les deux sont à relier entre elles par un câble d'enceinte. Le Bluetooth est utilisé dans sa version AptX. Les écoutes sont surprenantes, ces enceintes sortent un son de grande ampleur avec une excellente tenue en puissance et une sonorité bien maîtrisée. C'est très musical, riche et profond avec de la chaleur sur les voix et un aigu précis et soyeux. Le registre grave n'est pas inexistant. Compte tenu de la taille, il est limité mais s'avère percutant et crédible. L'image stéréo a de la profondeur et une très bonne spatialisation. Ces SmallPod sont donc réellement surprenantes, autant au niveau du design que du son produit.

■ CARACTÉRISTIQUES

Type bass-reflex deux voies, réponse en fréquence 20 Hz à 20 kHz, amplificateurs 2 x 40W, niveau de sortie 85 dB, connectique Bluetooth AptX, jack 3,5 mm, 1 sortie subwoofer, 157 x 160 x 256 mm, poids 4,4 kg

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Computer Unlimited tél. : 01 39 15 92 92
- PRIX 649€



Thrustmaster 250 CPX

Casque audio

Le Thrustmaster 250 CPX est un casque universel compatible avec la plupart des plates-formes de jeu, consoles de salon, portables, PC et Mac. Il dispose de larges oreillettes fixées sur l'arceau en forme de Y. Elles sont profondes et dotées de coussinets souples, confortables sur les oreilles. Les haut-parleurs ont un diamètre de 50 mm et le traitement des basses est de haut niveau grâce à une double amplification. Le microphone est détachable mais non rétractable. Il est intégré sur une tige flexible. La mise en place s'avère facile et il tient bien en place, il est de type unidirectionnel et on peut ajuster son gain via le contrôleur externe. Que ce soit sur des jeux ou en mode appel mains libres, ce micro répond présent avec des voix claires et une bonne filtration. Le casque est également bien isolé, les bruits extérieurs sont peu audibles. Il est livré avec un grand câble de 5,20 mètres se finissant par une prise USB et un contrôleur munis de deux prises jack. Ce boîtier permet de régler le niveau sonore, les basses, le volume du chat ou encore le retour de sa voix. Ce casque surprend surtout par la qualité audio qu'il retranscrit. Les voix sont naturelles, le son est dynamique et puissant. Tous les registres sont présents sans exagération. C'est donc un casque très polyvalent et qui assure l'essentiel !

CARACTÉRISTIQUES

Type fermé, réponse en fréquence 10 Hz à 25 kHz, transducteurs 50 mm, compatibilité PS3, PS4, Xbox 360, Wii U, PC, Mac, PS Vita, tablettes et smartphones, télécommande, câble USB/mini-jack, câble RCA/jack, 360 grammes

- CATÉGORIE Milieu de gamme
- CONTACT Thrustmaster, tél.: 02 99 08 08 80
- PRIX 89€



Acer Iconia W4

Tablette

Avec l'Iconia W4, Acer continue ses expérimentations dans le domaine des tablettes Windows compactes. Esthétiquement, elle reprend le design de la W3 qu'elle remplace. On retrouve donc une tablette de huit pouces un peu épaisse habillée d'une coque plastique. La finition reste cependant très propre et la tablette respire la solidité. L'ergonomie est bonne, avec des boutons bien placés, mais la W4 reste cependant un peu trop grande pour être utilisable d'une seule main pendant une période prolongée. La dalle IPS de 8 pouces est lumineuse mais elle doit se contenter d'une résolution de 1280 x 800 un peu plus basse que la moyenne dans cette gamme de prix. Le processeur Intel Atom utilisé est un simple double cœur, ce qui limite l'usage de la tablette à du multimédia léger. En revanche, l'autonomie est excellente, avec un peu plus de 10 heures sur une charge. L'Iconia W4 est sans doute la meilleure tablette Windows entrée de gamme. Elle a ses limites en termes de performances mais aucune autre ne parvient à en offrir autant à ce prix.

CARACTÉRISTIQUES

Écran 8 pouces 1280 x 800 pixels, processeur Intel Atom Z3740 double cœur 1,5 GHz, mémoire 32 Go, capteur frontal 2 Mpx, capteur arrière 5 Mpx, connectivité WiFi n, connecteur micro-USB, micro-HDMI, micro-SD, 218,9 x 134,9 x 10,75 mm, 410 grammes

- CATÉGORIE Entrée de gamme
- CONTACT Acer, tél.: 01 47 63 75 17
- PRIX 299€



Fuji X-T1

Hybride

Outre son châssis en magnésium, le X-T1 se couvre d'une finition tout temps avec 80 points d'étanchéité. La finition est d'un excellent niveau et l'ensemble met en confiance. Le boîtier est dense, le revêtement agréable au toucher et des loquets de blocage évitent un dérèglement intempestif des molettes de réglages de la sensibilité et de la vitesse. Dans un même élan, Fujifilm a décidé de rassurer une partie du public exigeant en reprenant les codes du reflex avec une large poignée et un viseur central. L'écran est monté sur charnière ce qui autorise une visée poitrine en photo de rue mais il n'est malheureusement pas tactile. De nombreuses touches de personnalisation et de raccourcis agrémentent la préhension et on note la présence de deux molettes. La qualité d'image est toujours excellente de 100 à 6 400 ISO, qu'elles que soient les conditions de lumière. 6 400 ISO marque un premier palier, les détails commencent à être lissés mais l'image garde une belle tenue. Sur le palier suivant, le bruit se fait plus grossier mais la granulation reste acceptable si vous n'imprimez pas trop grand. À 25 600 ISO, le bruit de luminosité est beaucoup plus présent mais pas désagréable. Au final, c'est l'appareil Fujifilm le plus polyvalent à ce jour. De son look à sa qualité d'image en passant par son ergonomie, ce boîtier apporte une véritable valeur ajoutée et satisfera un public exigeant.

CARACTÉRISTIQUES

Type hybride, capteur X-Trans II CMOS APS-C 16,7 Mpx, écran 3 pouces orientable non tactile, vidéo Full-HD 1080p à 60 images/s, 129 x 90 x 47 mm, 440 grammes

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Fujifilm, tél.: 01 30 14 34 56
- PRIX 1 199€



ChangHong UHD 55B6000IS

Téléviseur

C'est le téléviseur Ultra-HD le moins cher du marché en affichant officiellement un tarif de 1500 euros. Si le rendu en Ultra-HD est séduisant, le Full-HD n'est pas désagréable. En Ultra-HD natif, l'image est vraiment belle une fois la dérive chromatique réglée. Nul doute qu'avec du contenu de ce type on sera satisfait, surtout à ce prix. Après quelques réglages colorimétriques et de luminosité, on obtient aussi une belle image en Full-HD mais la mise à l'échelle demeure parfaite. Il faut aussi reconnaître que la qualité sonore est plutôt bonne, surtout si on active le mode surround. On obtient alors un peu de profondeur, ce qui permet de regarder une série dans de bonnes conditions. La 3D active est plutôt agréable avec toutefois une tendance à la contamination d'une image par l'autre. Le téléviseur est livré avec deux paires de lunettes. Pour le reste, l'appareil verse dans l'élémentaire : simple et efficace. Au niveau de son équipement, il faudra faire avec seulement deux prises HDMI. La partie connectée en WiFi ou en filaire n'affiche pas une interface Ultra-HD ce qui est dommage. Au niveau de l'ergonomie, la télécommande livrée ne fait rien de plus que ce pour quoi elle a été prévue. C'est donc un accessoire simple, pratique et sans fioriture. Ce téléviseur affiche un design élégant avec des bords fins, un cadre en plexiglas fumé et un pied en croix avec barre en métal. Malgré un prix très attractif, ce téléviseur se défend très bien, surtout en Ultra-HD. Reste à attendre le contenu.

CARACTÉRISTIQUES

Technologie LCD/LED, taille 55 pouces, résolution 3840 x 2160, latence 5,5 ms, contraste 1 000 000:1, luminosité 300 cd/m², dalle EMR 200, rétro-éclairage Edge LED, haut-parleurs 2 x 8 W, tuner TNT HD, connectique 2 HDMI, YUV, Périph, 2 USB 2.0, Cinch, VGA, DLNA, WiFi, Ethernet

- CATÉGORIE Milieu de gamme
- CONTACT Changhong, tél.: 01 47 74 74 49
- PRIX 1 499€



Child of Light

■ Jeu de rôle/action

■ Le 30 avril

Disponible en téléchargement sur Xbox 360 et One, Wii U, PS3 et PS4 et PC, Child of Light profitera d'une sortie en version collector physique sur ces deux dernières versions (cross-platform sur consoles Sony). Outre un code pour télécharger le jeu, celles-ci comprendront artbook, poster, porte-clé lumineux ainsi que des contenus additionnels. Créé par une petite équipe au sein d'Ubisoft Montréal, Child of Light est un jeu de rôle/plate-forme à la réalisation somptueuse (moteur UbiArt de Rayman Legends) et doté

d'une ambiance digne d'un film d'animation, tout en rendant hommage aux classiques RPG japonais et aux contes de fées.

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Ubisoft
- EDITEUR Ubisoft
- DISTRIBUTEUR Ubisoft
- NOMBRE DE JOUEURS 1 à 2
- JEU EN LIGNE NC
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

25€ environ

Trials Fusion

■ Adresse

■ Disponible

Ubisoft propose une version physique sur PC et consoles next-gen de Trials Fusion, nouveau jeu d'adresse concocté par le studio RedLynx en collaboration avec Ubisoft Shanghai et Kiev. A bord d'une moto cross, il s'agit toujours d'effectuer les figures les plus improbables pour finir en temps limité des tracés plus alambiqués les uns que les autres. Outre de nouveaux tracés, cette version embarque plusieurs nouveautés comme un environnement futuriste hi-tech, des graphismes rehaussés ou encore des interactions avec l'application pour mobiles Trials Frontier. La version physique comprend le jeu complet plus son Season Pass, donnant accès à tous les contenus qui seront par la suite proposés en téléchargement dans l'année. Le jeu sort également en version dématérialisée sur Xbox 360.

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR RedLynx/Ubisoft
- EDITEUR Ubisoft
- DISTRIBUTEUR Ubisoft
- NOMBRE DE JOUEUR NC
- JEU EN LIGNE Oui
- PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

40€ environ (consoles)

20€ sur PC

DuckTales Remastered

■ Plate-forme

■ Disponible

Paru sous forme digitale sur différentes machines (PC, Wii U, Xbox 360, PS3), DuckTales Remastered va profiter d'une parution en boîte dans sa version PS3. L'occasion de rendre accessible à un nouveau public cet excellent jeu de plates-formes, basé sur la licence de La Bande à Picsou et remettant au goût du jour un grand classique de Capcom de l'époque de la NES (1989). Picsou et ses petits-neveux (Riri, Fifi et Loulou) explorent différents endroits à travers la planète pour dénicher des trésors. Une quête qui les enverra même sur la Lune !

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

NC

The Amazing Spider-Man 2

■ Action/aventure

■ Le 2 mai

Prévu en salles pour le 30 avril, The Amazing Spider-Man 2 est l'un des films les plus attendus du moment par les amateurs de super-héros Marvel. Spécialiste des jeux basés sur le tisseur depuis des années, Activision va proposer simultanément un jeu d'action/aventure en monde ouvert et basé sur les événements du film. Si on connaît bien la formule, diverses nouveautés sont annoncées ici comme la possibilité de jouer également en tant que Peter Parker, d'apparaître comme un héros ou une menace ou encore un équipement et des caractéristiques évolutives.

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

Entre **40€ et 70€ euros environ**



Final Fantasy XIV : A Realm Reborn

■ Jeu massivement multijoueurs

■ Disponible

Déjà disponible sur PC et PlayStation 3, le jeu massivement multijoueurs basé sur l'univers de Final Fantasy arrive sur la console de nouvelle génération de Sony. Comme le souligne l'éditeur, cette nouvelle version du titre entend profiter des capacités de la console en affichant des graphismes en 1080p ainsi que des centaines de joueurs à l'écran. La lecture à distance via la PS Vita ainsi que la fonction de partage de vidéos sont également mis à contribution, sans oublier le pavé tactile du pad pour la navigation dans les menus. Les joueurs sur PS3 peuvent transférer leur partie sur la PS4. Un abonnement mensuel de 10,99 euros est nécessaire à la fin des 30 jours compris avec le jeu.

■ PLAN MARKETING Non communiqué

■ MISE EN PLACE Non communiquée

■ DÉVELOPPEUR Square Enix

■ EDITEUR Square Enix

■ DISTRIBUTEUR Square Enix

■ NOMBRE DE JOUEUR NC

■ JEU EN LIGNE Exclusivement

■ PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

35€ environ (70€ en collector)



Football Manager Classic 2014

■ Gestion sportive

■ Disponible

Pour la première fois dans l'histoire de la licence Football Manager, ce jeu va permettre aux joueurs de continuer une même partie que ce soit de leur ordinateur ou via la PS Vita ! Outre cette possibilité qui risque de ravir les amateurs de gestion footballistique, ce titre intègre également le moteur de match 3D de la série. Cette version mobile du jeu est conçue pour être moins chronophage que la version sur ordinateur, avec notamment une progression de carrière plus rapide. La gestion des médias, les

entraînements et les finances sont en donc en retrait au profit de la stratégie, des transferts et de la gestion d'équipe les jours de match.

■ PLAN MARKETING Non communiqué

■ MISE EN PLACE Non communiquée

■ DÉVELOPPEUR Sports Interactive / Hardlight / Little Stone Software

■ EDITEUR Sega

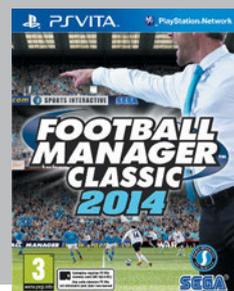
■ DISTRIBUTEUR Koch Media

■ NOMBRE DE JOUEUR NC

■ JEU EN LIGNE NC

■ PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

40€ environ



Jojo's Bizarre Adventure All Star Battle

■ Combat

■ Le 25 avril

Bandai Namco Games propose un nouveau jeu de combat basé sur la licence d'un manga à grand succès, Jojo's Bizarre Adventure, toujours confié aux bons soins du studio spécialiste du genre, CyberConnect 2 (Naruto Shippuden : Ultimate Ninja Storm 3). Dans des environnements très colorés inspirés par l'univers de la série, le titre va mettre en scène une trentaine de personnages différents dans des affrontements en « un contre un » où attaques, histoire et combattants sont directement inspirés par le manga original.

■ PLAN MARKETING Non communiqué

■ MISE EN PLACE Non communiquée

■ DÉVELOPPEUR CyberConnect 2

■ EDITEUR Bandai Namco Games

■ DISTRIBUTEUR Bandai Namco Games

■ NOMBRE DE JOUEURS 1 à 2

■ JEU EN LIGNE NC

■ PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

60€ environ



Wargame : Red Dragon

■ Stratégie

■ Disponible

Bien connue des amateurs de jeux de stratégie, la saga Wargame s'étoffe d'un nouvel épisode qui se penche sur un nouveau terrain avec un conflit en Asie prenant place entre 1975 et 1991, soit les débuts de la guerre électronique. La dimension bataille navale fait son apparition dans la série, qui accueille également 450 nouvelles unités (près de 1 500 au total). Cinq nations vont ici s'affronter dont la Chine et la Corée du Nord. Le titre est toujours développé par le studio français Eugen Systems.

■ PLAN MARKETING

Focus Home Interactive annonce une campagne Web pour s'adresser au public des joueurs sur PC et amateurs de jeux de stratégie. Cela passera par une visibilité sur les sites de jeux vidéo majeurs, sur les réseaux sociaux ainsi que sur YouTube et d'autres sites de streaming, sous forme de pre-roll.

■ MISE EN PLACE Non communiquée

■ DÉVELOPPEUR Eugen Systems

■ EDITEUR Focus Home Interactive

■ DISTRIBUTEUR Focus Home Interactive

■ NOMBRE DE JOUEUR NC

■ JEU EN LIGNE Oui

■ PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

40€ environ





LOS ANGELES

10 - 12 JUIN 2014

**RENDEZ-VOUS AU PLUS GRAND SALON
INTERNATIONAL DES PROFESSIONNELS
DU JEU VIDEO ET DU MULTIMEDIA**

Avec vos partenaires



NOTRE AGENCE VOUS PROPOSE SES **FORFAITS VOYAGES TOUT INCLUS**

FORMULE EXPRESS 3 NUITS

Air France – vols directs

9 juin : Paris / Los Angeles : 13h50 - 16h30

12 juin : Los Angeles / Paris : 18h35 - 14h15 (+1)

FORMULE CONFORT 4 NUITS

Air France – vols directs

9 juin : Paris / Los Angeles : 13h50 - 16h30

13 juin : Los Angeles / Paris : 15h50 - 11h35 (+1)

PRIX PAR PERSONNE	EXPRESS 3 NUITS		CONFORT 4 NUITS	
SELECTION D'HOTELS	chambre individuelle	chambre double	chambre individuelle	chambre double
UNIVERSAL CITY				
Situé à 15/20 min en navette gratuite du salon, cet hôtel bénéficie d'un cadre agréable avec piscine privée, dans un quartier animé où vous pourrez profiter d'un large choix de restaurants. A quelques minutes des Studios Universal et d'Hollywood.				
BEVERLY GARLAND'S HOLIDAY INN****	2 350 €	1 990 €	2 495 €	2 085 €
SANTA MONICA				
Hôtel situé en bord de mer à 30 min du salon. Nombreux restaurants à proximité.				
LOEWS SANTA MONICA**** LUXE	2 595 €	2 195 €	2 795 €	2 295 €

VOYAGES EN CLASSE AFFAIRES, AUTRES HOTELS, AUTRES DATES, EXTENSION DE VOYAGE... DEVIS SUR MESURE, **NOUS CONSULTER!**



PINK SKY TRAVEL

pinksky.laure@wanadoo.fr - 01.60.43.58.90 - www.pinkskytravel.net

PINK SKY TRAVEL - 1 BOULEVARD MICHAEL FARADAY - 77700 SERRIS - FRANCE - TÉL : 01.60.43.58.90 - FAX : 01.60.43.80.98
SARL AU CAPITAL VARIABLE DE 7500 € - N° SIRET : 441 054 020 00041 - CODE APE 7911 Z IDENTIFICATION INTRACOMMUNAUTAIRE (TVA) FR 104 410 540 20
LIC. N° 077 070 004 - IM 077110015 - MEMBRE APS - RCP HISCOX 19 RUE LOUIS LE GRAND - 75002 PARIS



L'ÉVÉNEMENT
TRADE
EUROPÉEN,
DU JEU VIDÉO

www.idefexpo.com

IDEF

INTERACTIVE & DIGITAL
ENTERTAINMENT FESTIVAL

24•25•26 JUIN 2014

AU PALAIS DES FESTIVALS DE CANNES

L'ÉQUIPE DU SALON

Stéphanie COLLOT
Directeur du salon
stephanie.collo1@comexposium.com

Eva de ROBERTIS
Attachée Commerciale
+ 33(0)1 76 77 11 96
eva.derobertis@comexposium.com

Jeannine MARTINEZ-ETHVIGNOT
Votre contact acheteurs
+ 33 (0)1 76 77 14 48
jeannine.martinez-ethvignot@comexposium.com

Emmanuelle GONIDEC
Responsable Communication
+ 33 (0)1 76 77 15 29
emmanuelle.gonidec@comexposium.com

Élargissez votre

**CHAMPS DE
VISION !**

MedPi 2014

**Stand E20
Espace Ravel**



**movie
CUBE**

 **EMTEC**

Movie Cub • The TV Box

- Android 4.2, Jellybean set-top box certifiée avec Google Play Movies et Google Play Music
- Vos apps favorites sur Google Play Store
- Application Movie Cube avec les recommandations du meilleur contenu gratuit du web
- Chaînes TV TNT HD avec pause du direct et enregistrement
- Partage vidéos, photos et musique, films 3D inclus

www.emtec-international.com