

# JD Li

4,50€

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

N°265 / 13 mai 2014





**TOMTOM** 

# RUNNER CARDIO

MONTRE GPS



- Cardio-fréquencemètre intégré
- Entraînez-vous dans votre zone de fréquence cardiaque optimale
- Vos données de course en temps réel

---



[TOMTOM.COM/SPORTS](http://TOMTOM.COM/SPORTS)

# TOMTOM GO



## TOMTOM TRAFFIC

### ARRIVEZ LE PREMIER A DESTINATION\*

8:30 min  
plus rapide

Suivre  
le parcours  
alternatif ?

Oui

- **99%** du réseau routier couvert
- **350 millions** de conducteurs dans le monde
- Des infos mises à jour toutes les **2 minutes**
- Une précision à **10 mètres** près

\*Tests de conduite indépendants réalisés à Berlin par le DLR (Centre allemand pour l'aéronautique et l'aérospatiale) et à Londres par Blauw Research, comparant les temps de trajet de TomTom Traffic avec ses plus proches concurrents. Décembre 2011 et août 2013.

[TOMTOM.COM/TRAFFIC](http://TOMTOM.COM/TRAFFIC)

# Free distribue les cartes



■ « DACS » sera-t-il le prochain acronyme à la mode ? Sur le modèle des distributeurs automatiques de billets (DAB), l'opérateur Free vient mettre en place le premier distributeur automatique de cartes SIM. Un accord passé avec le réseau de Maisons de la Presse et Mag Presse lui permet d'installer ces distributeurs qui délivrent une carte SIM sous trois formats possibles (mini-SIM, micro-SIM et nano-SIM), utilisable immédiatement, dans un téléphone desimlocké. Par ailleurs la borne peut être utilisée par un abonné Free pour des opérations telles que règlement de facture, renouvellement de cartes en cas de perte ou de vol, changement de format de cartes... Selon Iliad, maison-mère de Free, à terme ce sont plusieurs centaines de bornes qui seront installées en sus des 50 boutiques « Free Center » attendues d'ici un an.



**Emergency Battery**

5600mAh - 2.1A - 8 coloris disponibles.

## Game Paris et Game Connection... avec PGW



Les organisateurs du salon grand public Paris Games Week annoncent que la manifestation accueillera également cette année Game Paris et la Game Connection. A l'instar de ce que l'on connaît en Allemagne avec la Gamescom, l'événement grand public hébergera donc également, à partir du 29 octobre prochain à la Porte de Versailles, les diverses manifestations professionnelles autour de Game Paris dont l'incontournable Game Connection. « Nous sommes heureux d'annoncer ce partenariat », souligne Emmanuel Martin, Commissaire général du Salon et Délégué général du SELL. « En quatre ans, la Paris Games Week est devenue le salon français du jeu vidéo dédié au grand public. Sous son impulsion et avec l'accueil de ces deux événements phares B2B, c'est désormais toute la filière qui a rendez-vous fin octobre à la Porte de Versailles. En joignant leurs forces, la Paris Games Week, Game Paris et la Game Connection créent une nouvelle date incontournable sur le calendrier

mondial du jeu vidéo ». Un sentiment partagé par Pierre Mirlit, Directeur général de la Game Connection, au cours de laquelle développeurs et éditeurs se mettent en relation. « Entre l'expo grand public, l'expo professionnelle, les conférences et les formations offertes pendant cette dernière semaine d'octobre, on assiste aujourd'hui à la naissance d'un pôle qui changera le panorama européen en terme d'offre événementielle pour les professionnels de l'industrie du jeu vidéo ». La Game Connection aura donc lieu du 29 au 31 octobre dans le Hall 4 de la Porte de Versailles. Depuis 2011, Game Paris qui accueille la Game Connection est piloté par Capital Games, le cluster francilien du jeu vidéo en Ile de France, qui avait déjà organisé un espace dédié aux productions françaises lors de la précédente édition de Paris Games Week. Rappelons que Paris Games Week doit voir sa superficie augmenter de 50% cette année, atteignant une taille de 50 000 m<sup>2</sup> (Halls 3, 2.2, 2.3 et 7.1).



## Xbox Originals, des programmes exclusifs en juin

■ Microsoft annonce que Xbox Originals, des contenus originaux produits spécifiquement pour les utilisateurs des consoles de la marque, seront dévoilés en juin. D'ici quelques semaines, les possesseurs de Xbox One et Xbox 360 pourront donc commencer à consulter ces contenus exclusifs, voués à comprendre des retransmissions d'événements en direct, des documentaires ou encore séries TV. Parmi les productions qui devraient voir le jour via ce canal, deux grands noms sont mis en avant puisque Steven Spielberg et Ridley Scott travaillent actuellement à des projets basés sur l'univers de la série Halo (une série live action pour le premier, du « contenu numérique » pour le second). Des documentaires sont également en préparation, dont l'un se penchant par exemple sur l'excavation récente des fameuses carottes du jeu E.T., enterrées par Atari dans le

désert du Nouveau Mexique aux heures sombres du Krach de l'industrie du jeu vidéo du début des années 80. Des séries TV et contenus liés au sport sont également au programme, sachant que Xbox Entertainment Studios entend cibler des thématiques auxquelles les joueurs sont proches, tout en proposant « des fonctions interactives » propres à chaque programme. Ces productions appelées Xbox Originals seront exclusivement conçues pour les machines de la marque. « Nous développons des contenus originaux et premium pour la communauté Xbox qui est un public pour lequel nous avons beaucoup de respect », explique Nancy Tellem, Présidente de Xbox Entertainment Studios. « Nous pensons que Xbox Originals devrait être adopté par nos fans de la même manière qu'ils consomment de la télévision traditionnelle ». Les contenus éditoriaux et vidéo exclusifs, un nouveau champ de bataille et de différenciation pour les fabricants de consoles ?

# Celebrate the games!



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



[www.gamescom-cologne.com](http://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](http://www.facebook.com/gamescom.cologne)

BIU 

 koelnmesse

## MARCHÉ

8

News

12

Interview : GfK

Laurent Donzel, Business Group Director et Sandrine Vigroux, Market manager consumer panel

14

Interview : Exertis Comtrade

David Garnier, Directeur général

18

Interview : LDLC

Philippe Sauze, Directeur général délégué

## SOFTWARE

22

News

26

Focus : Batman Arkham Knight

La prochaine aventure sur les nouvelles consoles

28

Interview : Activision Blizzard

David Neichel, Directeur général France

## HARDWARE

32

News

38

Panorama : GPS autonomes

Six appareils entre 179 et 649 euros

## GUIDES

42

Hardware

44

Jeux vidéo



## Exertis Comtrade, distributeur à valeur ajoutée

Renommé Exertis Comtrade, le distributeur/importateur mise plus que jamais sur ses spécificités qui sont d'apporter à ses marques tous les services nécessaires à une implantation réussie sur le marché français. Nous nous sommes entretenus avec David Garnier, qui a pris la direction générale récemment.

## LDLC se déploie pour croître

Si les aficionados d'informatique - les geeks - demeurent le cœur de cible de LDLC, l'omniprésence de la hi-tech dans l'univers de tout un chacun lui ouvre des perspectives qui l'encouragent à se dévoiler davantage. Philippe Sauze, qui a rejoint LDLC il y a plus de deux ans au poste de Directeur général délégué nous explique les évolutions en cours.



## Activision Blizzard « La nouvelle génération sera plus puissante que prévu en fin d'année »

L'année 2014 sera stratégique pour le groupe Activision Blizzard, qui va soutenir et renouveler ses franchises historiques comme Call of Duty et Skylanders mais aussi profiter de la nouvelle génération de consoles pour créer une nouvelle propriété intellectuelle comme Destiny. David Neichel, Directeur général d'Activision Blizzard France, nous dévoile le programme de l'éditeur pour cette année particulièrement chargée.

# JDLi

le Journal Des Loisirs Interactifs

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

**Directeur de la publication**  
Laurent Guerder

### RÉDACTION

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

**Directeur de la rédaction**  
Laurent Guerder

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

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

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

### Journalistes

Benoit Dupont, Jean-Luc Marianna,  
Roland Marianna et François Arias

### PUBLICITÉ

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

**Directeur de clientèle**  
Dominique Pillas : 01 41 58 59 23  
dominique@microcoop.com

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

### MAQUETTE

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

**Consultant**  
David Adanero

**Rédacteurs graphistes**  
Benoît Maurice, Christophe Monfort

### Le Journal des Loisirs

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

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

### Imprimé par lapca

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

### Prix de l'abonnement :

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



Lipstick Powerbank

2600mAh - 1A - 13 coloris disponibles.

# MotoGP™ 14

## THAT'S EVOLUTION

### LE JEU OFFICIEL DE LA SAISON 2014 DU MOTOGP™

Tous les pilotes des saisons 2013 et 2014 sont présents, ainsi que plusieurs pilotes de légende !

### NOUVEAUX MODES DE JEU

Événements réels 2013 hors ligne, Défi de champions hors ligne et Temps intermédiaires en ligne.

### NOUVEAUX MOTEURS GRAPHIQUE ET AUDIO

Découvrez toutes les sensations d'un véritable pilote de MotoGP™.

### FAITES LA COURSE SUR LES CIRCUITS OFFICIELS

Les 18 circuits officiels de la saison 2014 du MotoGP™ sont inclus, y compris le nouveau circuit d'Argentine !

### MODE CARRIÈRE

Course après course, faites-vous une place dans le panthéon du MotoGP™.



	Mars	Avril	Mai	Jun	Juillet	Août
Publicité dans les médias				■		
Pub. auprès des spécialistes			■	■		
Pub. sur Facebook				■	■	
Présence sur les circuits MotoGP			■	■	■	
Publicité hors médias				■	■	■
Campagne de précommande			■	■		
Lancement du jeu				■		
Relations publiques	■	■	■	■	■	■
Partenariat avec des équipes officielles de MotoGP	■	■	■	■		



SUIVEZ-NOUS

#MotoGPvideogame

# Microsoft Mobile Oy, ex-Nokia



■ **Microsoft a confirmé officiellement l'information : le nouveau propriétaire de la branche mobile de Nokia la rebaptise Microsoft Mobile Oy, une filiale de Microsoft Corp créée pour l'occasion. Pour autant, les terminaux eux-mêmes ne vont pas changer de nom, dans un premier temps du moins. Concrètement les smartphones et tablettes vont capitaliser sur la marque Lumia, tandis qu'« avec l'activité téléphone mobile (comprendre hors smartphone, ndr) de Nokia, Microsoft ciblera le marché d'entrée de gamme, en offrant une première expérience de téléphonie mobile au prochain milliard d'acquéreurs dans le monde. Une opportunité annuelle chiffrée à 50 milliards de dollars. »**



## Le jeu vidéo français, deuxième producteur au monde

### Une performance saluée par le Gouvernement

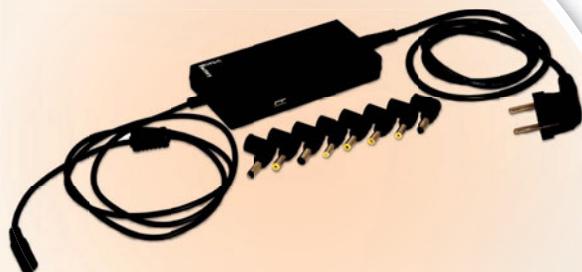


**Dans un communiqué, le Ministère des Affaires étrangères et du Développement international se félicite de l'excellente tenue de la production française de jeux vidéo, rappelant**

que la France se positionne aujourd'hui comme le deuxième plus important producteur de jeux vidéo au monde après les Etats-Unis. Tout en rappelant que des marques à l'aura internationale ont vu le jour dans l'Hexagone comme Les Lapins Crétins, Just Dance, le jeu Game of Thrones et Assassin's Creed (bien qu'une bonne partie de sa production soit le fait d'Ubisoft Montréal), le Gouvernement rappelle que le secteur représente aujourd'hui 350 entreprises spécialisées pour un chiffre d'affaires mondial qui pourrait dépasser les 75 milliards d'euros d'ici 2015. Le communiqué cite des studios comme Ubisoft bien sûr (pour Rayman Origins) mais aussi Arkane Studio (Dishonored) ou encore le jeu en ligne Criminal Case (Pretty Simple). Une étude du SELL est citée dans le communiqué, dressant un portrait des acteurs de l'industrie évoquant la dynamique du secteur dont 32% des entreprises ont moins de deux ans et une certaine pérennité puisque 27% des studios existent depuis plus d'une décennie. L'occasion également de rappeler que 80% de la production se vend à l'export, même si le marché local se montre particulièrement favorable avec « 31 millions de joueurs réguliers en France ». « Cette branche est toutefois très dispersée », tempère le communiqué qui souligne le phénomène de concentration. « Si 77% des sociétés affichent plus d'un million de chiffre d'affaires annuel, à peine 8% d'entre elles franchissent le cap symbolique des 10 millions d'euros de revenus ». La peinture de l'industrie reste amplement positive : « Autre signe de la bonne santé de ce secteur : plus de 150 nouvelles offres d'emplois sont à pourvoir chaque mois dans les 28 métiers spécifiques qui sont mobilisés pour inventer les jeux vidéo de demain ». Crédit d'impôt Recherche, formations aux métiers du jeu vidéo mais aussi possible « plate-forme nationale » de commercialisation en ligne des productions françaises sont également évoqués dans ce communiqué qui cite par ailleurs quelques chiffres clés du secteur fournis par le SNJV.

## Ubikube vend des nuages aux enseignes

■ **Proposer à ses clients de l'espace dans le nuage sera-t-il le clou des offres de fin d'année dans les enseignes grand public ?** La société Oodrive propose sa solution Ubikube qui permet aux enseignes de proposer à leurs clients des solutions de cloud computing. Stockage de données, mais aussi suite logicielle de sécurité sont au rendez-vous de l'offre d'Ubikube. L'enseigne peut choisir, comme l'ont déjà fait la Fnac (Fnac Cloud) et Darty (Darty Cloud) d'adopter la solution d'Ubikube en marque blanche, ou non. Elle peut alors choisir les logiciels disponibles pour les clients. Oodrive s'engage sur un très haut niveau de confidentialité et de sécurisation des données stockées. L'utilisateur pourra retrouver ce qu'il a envoyé dans le cloud, tant depuis un PC, qu'une tablette ou un smartphone.



**Chargeur Universel  
Ordinateur Portable 90W**

8 connecteurs  
Aussi disponible en 65W et 120W.

# Netflix confirme son arrivée en France

**C'était devenu un secret de Polichinelle, Netflix avait dans ses tiroirs le projet très avancé de s'installer en France.** ZDNet a relevé que lors d'une discussion avec des analystes suite à la publication de ses résultats du trimestre janvier-mars, le vice-Président du groupe chargé des contenus, Ted Sarandos, a affirmé, « nous aurons aussi des séries en première mondiale en France et en Allemagne et dans d'autres marchés européens que nous n'aurons pas nécessairement aux Etats-Unis ». Déjà présente dans les pays d'Europe du Nord, en Grande-Bretagne et en Irlande, la société travaille à son arrivée en France et en Allemagne depuis plusieurs mois. L'arrivée d'un acteur aussi majeur sur le secteur de la VOD en streaming multi-écrans (on y accède sur sa télé, son PC, sa tablette...) ne se fait pas dans la sérénité au pays de l'exception culturelle. Le modèle économique basé sur un faible abonnement pour un nombre de films ou séries illimité ne plaît pas à tout le monde. Et notamment pas aux chaînes de télé, d'autant que Netflix France, à défaut de trouver un accord avec les autorités françaises quant à sa participation à la création hexagonale, pourrait bien être pilotée depuis le Luxembourg, un pays au cadre « plus souple ». Pour l'heure on ne sait toujours pas quel modèle choisira Netflix. Avec ou sans les fournisseurs d'accès Internet ?

## Des tarifs en hausse

Malgré un nombre d'abonnés qui grimpe chaque jour (48,35 millions dans le monde fin mars), accroissant ainsi ses revenus, Netflix va augmenter ses tarifs, d'abord pour les nouveaux arrivants, et plus tard pour tous ses abonnés. La hausse devrait cependant rester contenue à un ou deux dollars. A cela plusieurs raisons. La première c'est que l'acquisition de droits d'exploitation des catalogues



de contenus coûte cher mais elle est nécessaire pour chaque nouveau territoire. La seconde tient aussi de la volonté de la société de produire des contenus propres, comme avec les séries House of Cards et Orange is the New Black. Enfin, les dépenses marketing sont très substantielles lors d'un lancement, comme cela est prévu en France et en Allemagne. Enfin, et c'est une attitude à saluer, Netflix n'a pas envie de développer à perte en attendant une éventuelle rentabilité. Ce n'est pas si courant dans le monde de la dématérialisation.



# Micromania présente E3 2014



**La chaîne de magasins spécialiste du jeu vidéo annonce un événement bien particulier le jeudi 19 juin à Paris. Une semaine après le salon de l'E3 à Los Angeles, Micromania va investir le cinéma UGC Ciné Cité à Bercy pour présenter les temps forts de l'édition 2014 du salon américain. Développeurs et éditeurs devraient également être de l'événement (19 heures, le 19 juin à UGC Ciné Cité à Paris Bercy). Voilà un rendez-vous que les joueurs peuvent marquer d'une croix sur leur agenda. La billetterie dédiée à l'événement sera prochainement ouverte sur le site internet de Micromania. Cette édition spéciale du Micromania Game Show, l'événement organisé par la chaîne, va se pencher sur l'actualité de l'E3 qui prend place une semaine avant à Los Angeles. Micromania annonce « deux heures de show » ainsi que la présence de créateurs : « Les éditeurs avec leurs développeurs viendront faire en avant-première en France des démonstrations de leurs jeux ».**

MARCHÉ

NEWS

9



## Xavier Niel fait main basse sur Monaco (Télécom)

**Xavier Niel, le célèbre fondateur et propriétaire d'Iliad (Free) n'est pas avare d'investissements propres, notamment via sa holding personnelle, NJJ capital.** Il vient ainsi d'acquérir 55% de Monaco Télécom, l'opérateur de la Principauté, qui si elle a peu d'abonnés (31 000 dans le mobile et 34 000 dans le fixe), s'avère très rentable avec 32 millions de bénéfices pour 194 millions de CA. Le vendeur, pour 322 millions d'euros, est Cable & Wireless Communications Plc, un opérateur britannique. Comme le fait remarquer Le Monde, dont Xavier Niel est co-proprétaire à titre personnel, cet accord permet notamment à Free de « contourner les limites de son accord de roaming avec Orange, qui s'arrête aux frontières ». Une nouvelle très bien accueillie par le gouvernement français qui a tenu « à exprimer sa satisfaction ». Le monde évalue la fortune de Xavier Niel à six milliards d'euros.



Method Backpack

Sac à dos 14,1" slim.

# Top des ventes de jeux vidéo



**Semaine 15 (7-13 avril)**

- 1 Titanfall - Xbox 360 - Electronic Arts
- 2 Fifa 14 - PS4 - Electronic Arts
- 3 Yoshi's New Island - 3DS - Nintendo
- 4 Infamous : Second Son - PS4 - Sony
- 5 Pr Layton VS Phoenix Wright Ace Attorney - 3DS - Nintendo



**Semaine 14 (31 mars-6 avril)**

- 1 Fifa 14 - PS4 - Electronic Arts
- 2 The Elder Scrolls Online Ed. Collector - PC - Bethesda
- 3 Infamous : Second Son - PS4 - Sony
- 4 The Elder Scrolls Online - PC - Bethesda
- 5 Pr Layton VS Phoenix Wright Ace Attorney - 3DS - Nintendo



**Semaine 13 (24 - 30 mars)**

- 1 Diablo 3 : Reaper Of Souls - PC - Activision Blizzard
- 2 Diablo 3 :Reaper Of Souls Collector - PC - Activision Blizzard
- 3 Infamous :Second Son - PS4 - Sony
- 4 Pr Layton VS Phoenix Wright Ace Attorney - 3DS - Nintendo
- 5 Yoshi's New Island - 3DS - Nintendo



**Semaine 12 (17-23 mars)**

- 1 Infamous :Second Son - PS4 - Sony
- 2 MGS V :Ground Zeroes - PS4 - Konami
- 3 Final Fantasy X/X-2 HD Remaster Ed. Lim - PS3 - Square Enix
- 4 Final Fantasy X/X-2 HD Remaster - PS3 - Square Enix
- 5 Titanfall - Xbox One - Electronic Arts



**Semaine 11 (10-16 mars)**

- 1 Titanfall - Xbox One - Electronic Arts
- 2 Titanfall - PC - Electronic Arts
- 3 Yoshi's New Island - 3DS - Nintendo
- 4 Dark Souls II - PS3 - Bandai Namco Games
- 5 Dark Souls II - Xbox 360 - Bandai Namco Games



**Semaine 10 (3- 9 mars)**

- 1 South Park : Le Bâton de la Vérité - PS3 - Ubisoft
- 2 DKC - Tropical Freeze - Wii U - Nintendo
- 3 Fifa 14 - PS4 - Electronic Arts
- 4 Dark Souls II - PS3 - Bandai Namco Games
- 5 Dark Souls II - Xbox 360 - Bandai Namco Games



## Google France, le sandwich passe mal



**Le sandwich irlandais (ou double irlandais), c'est le nom évocateur donné à une technique financière visant à « optimiser » le montant des impôts redevables en France. Une très grande partie des revenus sont en effet remontés vers la holding basée en Irlande après un passage les Pays-Bas et avant d'être transféré dans les Bermudes, où siège la filiale Google Ireland Holdings. Résultat en 2012, Google France a déclaré modestement 192,9 millions d'euros de chiffre d'affaires pour 8,3 millions de bénéfices pour l'année précédente. Les spécialistes du secteur s'accordent en général pour évaluer le CA de Google France cette année-là dans une fourchette située entre 1,25 et 1,4 milliard d'euros... Même s'il ne s'agit pas d'évasion fiscale, mais d'optimisation, le fisc français a trouvé une faille et un redressement a été stipulé à Google France,**

qui vient d'en reconnaître l'existence. Il pourrait dépasser les 500 millions d'euros. Rappelons que Google n'est pas la seule société américaine qui semble très attachée au climat (fiscal) irlandais : Amazon, Apple, Facebook et Microsoft y ont également une présence remarquée. Selon une étude de la Fédération Française des Télécoms citée par le Figaro en septembre 2013, à elles seules, les cinq sociétés américaines auraient dû régler 1,3 milliard d'euros d'impôts en France en 2011... elles n'ont versé que 37,5 millions.

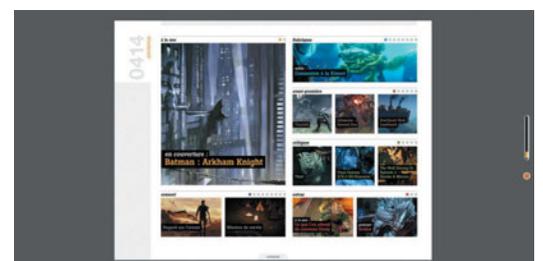


Elegant folio for Surface2

Etui pour Microsoft Surface2 - Coloris Rose, Bleu, Violet, Noir

## Le magazine Game Informer arrive en version française

**Micromania annonce l'arrivée de la version française du magazine mensuel américain Game Informer**, auquel ses clients peuvent souscrire un abonnement pour la version numérique dans ses boutiques. Contre 14,99 euros par an, ceux-ci pourront consulter leur mensuel dans la langue de Molière via un ordinateur, une tablette ou un smartphone. Game Informer est connu pour ses exclusivités régulières autour de jeux très attendus. Cette version digitale comprend vidéos, images pouvant être zoomées et une maquette visiblement très graphique. Il suffit de se rendre dans l'un des magasins de la chaîne pour s'abonner.



# URBAN STOPPER

Protégez-vous contre les ondes de votre Smartphone



URBAN STOPPER utilise la technologie **fazup**<sup>®</sup> et réduit votre exposition aux ondes jusqu'à -99% du DAS\*.

La technologie Fazup est recommandée par les médecins généralistes et distribuée en pharmacie.

## COMPATIBILITE

**iPhone** 4, 4S, 5, 5S, 5C...

**Samsung** Galaxy S4, S4 Mini, S5, Note 2, Note 3...

**Blackberry, Nokia**

Liste complète sur [www.urban-factory.com](http://www.urban-factory.com)



**EMITECH**

accrédité



Hall Ravel, Stand D18



\*Le DAS (Débit d'Absorption Spécifique) est la norme internationale qui quantifie votre exposition maximale aux rayonnements électromagnétiques. Le laboratoire EMITECH est accrédité par le COFRAC pour les mesures de DAS (selon la norme NF EN ISO/CEI 17025).



- facebook.com/UrbanFactoryInc
- twitter.com/UrbanFactoryWW
- youtube.com/user/UrbanFactoryInc
- pinterest.com/urbanfactoryfr



# Produits culturels



## GfK dévoile le Panel Consommateurs Entertainment



Entretien avec

**Laurent Donzel,**  
Business group director



Entretien avec

**Sandrine Vigroux,**  
Market manager consumer panel

Le paneliste GfK est très connu des univers des biens culturels et des biens techniques pour la qualité de ses études issues de son panel distributeurs reposant sur les ventes issues des sorties caisses. Voilà qu'elle se penche dorénavant de plus en plus sur le comportement des consommateurs et a créé en 2013 le « Panel Consommateurs Entertainment » pour cerner les comportements d'achat et par-delà, identifier des relais de croissance. Laurent Donzel et Sandrine Vigroux, respectivement Business group director et Market manager consumer panel chez GfK France, nous détaillent ce nouveau panel. Par Sébastien Anxolabéhère

### JDLI : GfK France se dote d'un nouveau panel tournée vers les comportements des consommateurs de biens culturels. Pourquoi ?

Nous avons acquis sur les marchés des biens techniques et culturels un savoir-faire et une capacité à rendre compte de ce qu'il s'y passe que personne ne nous conteste. Mais pour offrir une information complète à nos clients, il nous a semblé opportun de monter quelque chose de complémentaire. Le panel consommateur s'est imposé, d'autant qu'il existe depuis 15 ans dans le pays d'origine de GfK, l'Allemagne, et qu'en France, nous sommes les premiers à le faire.

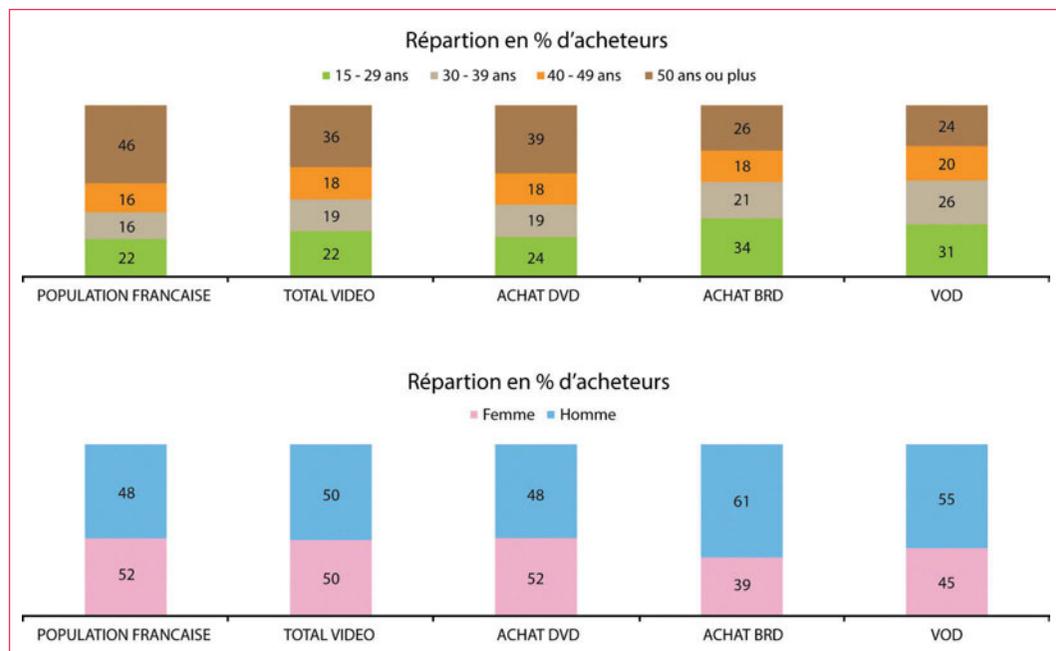
### En quoi consiste-t-il ?

Nous avons créé un panel de 13 200 personnes de 15 ans et plus selon la célèbre méthode des quotas auquel nous avons ajouté un échantillon de 1 800 jeunes de 10 à 14 ans pour les jeux vidéo. C'est un panel qualifié, qui tient compte évidemment du sexe, de l'âge, de la répartition géographique, mais aussi de l'équipement multimédia, des habitudes de consommation des médias... Ce qui est très important, c'est la permanence de l'échantillon, et ce pour pouvoir analyser l'évolution des comportements d'achat. Les personnes sont invitées à nous remonter des informations sur leurs achats de biens culturels le plus souvent possible, via un questionnaire en ligne. Ils le font de façon spontanée mais nous les recontactons également régulièrement. Grâce à cela, nous aurons un reflet précis de leurs comportements d'achat. Ainsi, nous pourrions déterminer pour les catégories de produits que nous couvrons qui les achètent, pourquoi et comment. Nous ne sommes pas totalement partis d'une feuille blanche, puisque nous pouvons nous appuyer sur toute la nomenclature de produits mise en place pour le panel distributeurs de GfK. Cette fois, l'idée n'est pas de suivre l'évolution des marchés et d'anticiper les mouvements à venir, mais de comprendre ce qui détermine l'acte d'achat, le freine ou l'encourage.

### Il vient donc en complément du panel distributeurs ?

Il a son intérêt propre évidemment, mais il est exact que les deux études sont tout à fait complémentaires. Le panel distributeurs permet une approche tactique des marchés quand le panel consommateurs est un outil très puissant pour orienter la stratégie marketing

## Sur le Blu-ray et la vidéo à la demande, des acheteurs plus jeunes, avec plus de 55% des acheteurs âgés de 40 ans...



Un exemple de données extraites du panel

et commerciale de nos clients. L'éditeur ou le distributeur qui analyse les données du panel consommateurs va pouvoir décider en toute connaissance de cause s'il a intérêt à s'adresser aux non-acheteurs ou approfondir son travail auprès de sa clientèle captive, comment il peut orienter sa communication, que ce soit en amont du passage en magasin ou sur le lieu de vente... Les individus du panel ne se limitent pas à déclarer leurs achats et les réseaux dans lequel ils les ont effectués ; ils indiquent également leurs motivations, comment ils ont pris connaissance de l'existence des produits.

Un client peut par ailleurs souhaiter une étude par réseaux de distribution, par enseigne même, rien ne nous interdit de le faire. On peut également répondre sur des sous-catégories de produits, comme par exemple les comportements des acheteurs de jeu vidéo d'action sur console dans le e-commerce ou l'achat de bande dessinée dans telle ou elle enseigne. Par ailleurs, nous pouvons croiser nos résultats avec ceux du panel distributeurs.

### Quelles sont les familles de produits prises en compte ?

Le livre, la vidéo, le jeu vidéo, la musique, mais aussi les séances de cinéma sont observés. Nous prenons en compte l'achat, physique ou dématérialisé, la location dans le cas de la vidéo, ainsi que le livre audio, les cartes routières, les atlas. Il faut également nous déclarer dans quelle enseigne, ou sur quel site Internet le produit a été acquis. Enfin, nous ne nous limitons pas aux produits neufs, les achats de produits d'occasion sont considérés de la même façon.

### Ces premiers résultats vous ont-ils surpris ?

Ils sont globalement en phase avec ce que l'on voit dans le panel distributeurs. Nos experts par familles de produits les ont trouvés cohérents. Nous avons par ailleurs relevé des informations très intéressantes sur les différentes attitudes selon les réseaux de distribution. Ainsi, il apparaît très clairement qu'Internet est le réseau par excellence de l'achat prémédité, alors qu'en

GSA (Grande Surface Alimentaire), l'achat est souvent finalisé sur le point de vente. Si je prends l'exemple de la vidéo, nous constatons par exemple que les acheteurs se décident sur le titre en magasin. Concrètement, cela veut dire qu'on va dans un magasin acheter une vidéo, mais sans savoir laquelle précisément. On se décide sur place. Avec comme implication opérationnelle un travail nécessaire sur les mises en avant en magasin pour déclencher l'achat sur un article en particulier.

### Vous pouvez également identifier le profil des acheteurs...

Oui, toujours en partant du produit. Nous savons ainsi que plus le produit est pointu technologiquement, plus la population d'acheteurs est masculine. Les Blu-ray sont davantage achetés par des hommes que par des femmes par rapport au DVD, en revanche sur le livre les femmes sont davantage présentes.

### Quand avez-vous créé ce panel ?

Nous avons commencé début 2013, mais nous ne collectons les données que depuis le troisième trimestre 2013, ce qui fait qu'aujourd'hui, nous avons des données sur trois trimestres. Au fur et à mesure, nous aurons une vision évolutive des choses ce qui permettra de devancer certains mouvements de marché.

### Comment commercialisez-vous ce nouveau panel ?

Il s'adresse à tout le monde, mais il est clair que nous l'avons d'abord pensé comme un outil pour les éditeurs de biens culturels et les distributeurs. Nous proposons des formules d'abonnement, principalement trimestriel, mais nous pouvons également adapter ce format en fonction des besoins de nos clients si nécessaire. Il y a dans les faits de nombreux formats disponibles, car on n'est pas obligé de s'abonner aux résultats de tous les univers culturels que nous suivons. D'ailleurs, nous avons d'ores et déjà des clients

issus de chacun de ces univers, ainsi que des enseignes. Nos datas intéressent tout autant les décideurs côté commercial que côté marketing. Les conditions commerciales que nous proposons à ceux qui sont déjà clients du panel distributeurs sont d'ailleurs plus avantageuses.

### Proposez-vous des études ad hoc ?

Tout à fait : l'un des intérêts de ce panel consommateurs est de pouvoir cibler plus vite les acheteurs ou utilisateurs de tel ou tel type de produits, et de pouvoir les interroger sur une problématique qualitative spécifique, en fonction de leurs critères sociodémographiques par exemple. Si demain, un de nos clients souhaite approcher les acheteurs par le passé d'une licence en particulier et les interroger sur leurs intentions de réachat de cette licence, il pourra le faire plus rapidement et plus directement via le panel consommateurs !



Elegant folio for Tab4

Etui Elegant pour Samsung Galaxy Tab4 - Sobre et Chic!





Entretien avec

David Garnier,  
Directeur général

# Exertis

## Distribution à valeur ajoutée

Renommé Exertis Comtrade, le distributeur / importateur mise plus que jamais sur ses **spécificités** qui sont d'**apporter à ses marques** tous les **services nécessaires** à une **implantation** réussie sur le **marché** français. Nous nous sommes entretenus avec **David Garnier** qui a pris la **direction générale** récemment. Par Stéphane Kauffmann



**JDLI : Comtrade a donc été racheté par la société anglaise Exertis. Quels sont les changements que cela implique dans l'organisation et dans le portefeuille clients ?**

**David Garnier :** Le rachat date d'il y a quatre ans maintenant. Ce qui a changé plus récemment, c'est le nom qui est devenu Exertis Comtrade en septembre dernier. Comme Banque Magnétique est devenu Exertis Banque Magnétique. Les sociétés restent indépendantes et n'ont pas la même stratégie. Le nom marque l'appartenance au cinquième plus gros distributeur européen de

produits IT, télécom et multimédia. Stefan Riesser, le fondateur de Comtrade, a quitté la société mais reste présent à travers un rôle de consultant pour le groupe Exertis. Personnellement, j'assume la direction générale et j'ai pour mission de continuer à développer et faire croître la société en misant sur les services que nous offrons à nos partenaires et à nos clients. Elle s'est restructurée en conséquence avec une réorganisation du service marketing que je dirigeais au préalable et quelques réajustements au niveau commercial mais sinon, il n'y a pas eu de changements majeurs.

« Nous pouvons fournir l'ensemble des prestations marketing, jusqu'à la conception du packaging et des présentoirs si besoin. »

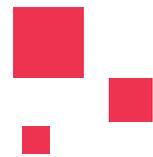
**Aujourd'hui, comment définissez-vous le rôle de Exertis Comtrade en tant que distributeur ?**

Nous sommes distributeurs mais aussi importateurs et représentants de marque. Nous essayons d'apporter une valeur ajoutée aux marques en les représentant pour la plupart sur le territoire français aussi bien en termes de services marketing, de gestion des relations presse mais aussi bien entendu de relations commerciales. Nous gérons la chaîne de A à Z, de l'avant-vente commerciale à l'après-





# Comtrade



vente marketing promotionnel et service après-vente. Nous sommes un importateur à valeur ajoutée. C'est notre ADN et c'est ce que nous voulons perpétuer.

### Dans quels domaines et dans quelles catégories êtes-vous plutôt actifs ?

Nous sommes très présents sur six marchés : le stockage, le jeu vidéo, le réseau, l'audio, les accessoires informatiques et les accessoires de mobilité. Il y a actuellement des marchés particulièrement porteurs comme l'audio et les accessoires de mobilité qui prennent logiquement de plus en plus d'importance chez nous aussi. Nous avons un portefeuille de 35 à 40 marques que nous continuons d'accroître mais l'objectif est plus qualitatif que quantitatif. Nous privilégions les marques qui ont une approche innovante.

### Il y a beaucoup de nouvelles marques qui arrivent sur le marché français. Quelles raisons ont-elles de vous choisir ?

Aujourd'hui, Exertis Comtrade couvre l'ensemble des canaux de distribution mais nous avons aussi une approche différenciée selon les besoins du client. Ainsi, nous adressons par exemple les « design » et les « fashion stores » tout comme les réseaux des stations-services. Nous adressons des canaux auxquels on ne pense pas forcément en premier lieu. Ensuite, nous proposons de nombreux services à valeur ajoutée. Nous disposons par exemple d'une force commerciale sur le terrain ce qui est très rare

pour un distributeur. Nous avons aussi des équipes dédiées par canal de distribution. Nous disposons d'un service marketing avec un pôle graphique intégré et d'une agence de presse. Nous pouvons ainsi fournir l'ensemble des prestations marketing, jusqu'à la conception du packaging et des présentoirs si besoin.

### Vous vous occupez donc aussi du marketing et de la communication. A ce niveau, quels sont les bons conseils pour arriver à s'implanter rapidement ?

Il s'agit avant tout de comprendre les spécificités du marché français dont la distribution est complexe et atypique comparé à nos voisins européens, notamment l'Allemagne et le Royaume-Uni. Cela justifie aussi notre existence car nous avons cette compréhension. En tant que marque nouvelle, il faut s'appuyer sur des personnes qui connaissent le marché local et rester humble par rapport au succès que la marque a pu connaître dans d'autres pays. La clef du succès reste cependant le produit et sa pertinence dans les canaux de distribution choisis. Du fait de la spécificité de la distribution française, le marché est difficile d'accès et il est préférable d'investir des moyens dans la communication et le marketing si on veut réussir à percer rapidement, plus que dans d'autres pays.





vente physique continuera à exister et à jouer un rôle primordial. En revanche, il est probable qu'elle va évoluer, notamment vers le show-room. Surtout en matière de biens technologiques, le consommateur a besoin de toucher, de comprendre, d'expérimenter les produits et il ne peut le faire qu'en magasin. Il y a sans doute des liens à renforcer entre la vente en ligne et physique, le rapport entre les deux doit être plus fort et plus évident.

**Traditionnellement, vous êtes très actif dans le domaine de l'audio. Quelles marques représentez-vous ?**

Elles sont nombreuses mais certaines ont une forte actualité. Ainsi SMS Audio, la marque du rappeur 50 Cent, devrait connaître une année très riche. Déjà, il lance un nouvel album en septembre, un évènement très attendu de la part des millions de fans. De plus, la marque vient d'avoir la licence Star Wars pour des produits audio spécifiques, c'est une des licences les plus fortes au monde. Et SMS Audio devrait annoncer prochainement le soutien d'autres célébrités très connues. Nous allons également lancer une marque à forte notoriété et respectée dans le domaine de la Hi-Fi. Il s'agit de Cambridge Audio qui a des produits magnifiques et désormais ouverts sur la modernité. Ion nous a également rejoint, une marque qui développe des produits audio très innovants dans le domaine de la sonorisation grand public.



**Comment qualifieriez-vous aujourd'hui les relations avec les acheteurs de la distribution ?**

Au vu des données actuelles sur le marché français des biens technologiques fournies par GfK, il y a des opportunités dans plusieurs domaines où il est possible d'aller chercher de la valeur et de générer du volume mais cela demande de l'investissement et une prise de risque. Je ne peux qu'inciter les acheteurs qui font le marché à oser investir sur des marques innovantes et à prendre le risque calculé de les mettre en rayon pour faire évoluer ces marchés de manière positive.

**La complexité de notre distribution française, est-elle un atout ou une contrainte ?**

Les deux. Je pense quand même que c'est plutôt un

atout et ce pour les enseignes comme pour les marques. Car cela permet à chaque enseigne d'avoir une stratégie propre afin de se créer une identité particulière. De même, la marque peut cibler une clientèle précise qui correspond à son environnement. Pour les marques, cela permet aussi d'avoir une stratégie aboutie pour sa clientèle potentielle et de construire une image plus simplement. Cela donne aussi plus d'opportunités aux marques entrantes.

**Comment voyez-vous évoluer la vente en ligne en France ?**

Comme ailleurs, elle est en forte croissance et cela va continuer. Je reste cependant convaincu que la

**L'accessoire smartphone et tablette prend de plus en plus d'importance aussi.**

Bien évidemment et nous nous lançons fortement dans les objets connectés. La première marque que nous avons dans le domaine s'appelle Cogito. Elle développe des montres connectées qui ne délaissent pas l'aspect horloger. Très prochainement, nous pourrions annoncer des nouvelles marques très connues dans ce secteur. Parallèlement à cela, nous continuons à développer nos marques historiques en accessoires comme Moshi et Speck, qui suivent voire anticipent les tendances du marché.

# UP<sup>24</sup><sup>TM</sup>

by JAWBONE<sup>®</sup>

## SYNCHRONISATION SANS FIL POUR DES INFORMATIONS ET ACTIONS EN TEMPS RÉEL

Plus qu'un bracelet. Plus qu'une application.  
Un système intégré développé autour de toi.



### DORS, BOUGE ET MANGE MIEUX AVEC LA NOUVELLE APPLICATION UP

UP24 est connecté en permanence à ton smartphone via Bluetooth<sup>®</sup> Smart et t'aide à atteindre tes objectifs grâce à des mises à jour en temps réel de tes progrès et l'envoi de notifications au moment où tu en as besoin.



Visitez [jawbone.com/up/devices](http://jawbone.com/up/devices)  
pour voir la liste des appareils approuvés.

# LDLC

## se déploie pour croître

La discrétion a longtemps été la politique de LDLC, le revendeur de produits informatiques sur Internet basé à Lyon fondé en 1996 par Laurent de la Clergerie. Si les aficionados d'informatique - les geeks - demeurent le cœur de cible de LDLC, l'omniprésence de la hi-tech dans l'univers de tout un chacun lui ouvre des perspectives qui l'encouragent à se dévoiler davantage. Philippe Sauze, qui a rejoint LDLC il y a plus de deux ans au poste de Directeur général délégué, nous explique les évolutions en cours. Par Sébastien Anxolabéhère

Entretien avec

**Philippe Sauze,**  
Directeur général  
délégué

**JDLI : LDLC vient d'annoncer un chiffre d'affaires 2013-2014 de 255 millions d'euros, en hausse de 22%. Sur quoi repose une telle croissance dans un environnement économique pourtant relativement dégradé ?**

**Philippe Sauze :** La croissance ne date pas du dernier exercice. Le chiffre d'affaires était de 173,6 millions sur l'exercice 2011-2012, de 205 millions sur l'exercice suivant et cette année nous sommes à 255 millions. C'est avant tout le signe que la société est bien gérée et qu'il n'y a pas eu d'erreur de commises. Parallèlement, nous sommes passés de 330 à 370 collaborateurs entre 2012 et aujourd'hui. La stratégie de LDLC repose sur trois piliers : un site grand public avec une très forte attractivité, un site pro en pleine expansion et désormais des points de vente physiques. Nous avons continué à nous développer car nous n'avons pas dérogé à notre philosophie : travailler notre cœur de métier, qui est de vendre des produits hi-tech, et notamment des composants PC, et avoir un niveau de conseil très performant et des stocks rapidement disponibles. C'est une niche, mais elle est large ! A côté de l'informatique, nous sommes notamment présents également sur l'audio-vidéo, la téléphonie, surtout depuis que les ventes sponsorisées par les opérateurs ont cédé le pas à la vente de produits nus. Mais nous restons sur les produits techniques ; pour l'univers de la





# LDLC.com

HIGH-TECH EXPERIENCE

exige donc que nos collaborateurs soient très bien formés. Cette confiance, cette complicité même qui peut se créer entre le client et le technicien, est une valeur ajoutée forte de LDLC. On retrouve ce lien fort sur les réseaux sociaux, puisque la page Facebook de LDLC rassemble 840 000 fans avec un taux d'attachement de 25%, ce qui est une très belle

performance. Nous sommes très attentifs à privilégier un contact constructif pour nos clients plutôt que mercantile.

### En dehors de l'informatique, quelles sont les familles de produits que l'on trouve dans votre catalogue ?

La plupart des marques d'électronique grand public sont référencées chez LDLC, tant en audio-vidéo qu'en photo. Côté téléphonie mobile nous avons les grands acteurs du marché. Nous sommes également très bien achalandés sur les consommables. Nos clients peuvent trouver tout ce dont ils ont besoin dans les univers IT, EGP et téléco, accessoires compris. Nous avons également créé des boutiques avec des marques comme Apple, Bose, Canon, Asus, GroPro, Sennheiser ou Samsung. Avec plus de 1000 marques, nous pouvons couvrir un spectre assez large !

### Le jeu vidéo, notamment avec les nouvelles consoles, est-il un axe de développement majeur ?

Le jeu console n'est pas historiquement au centre de la proposition de LDLC, mais avec les nouvelles consoles, nous avons vu la demande arriver. Nous commercialisons les consoles et les jeux et nous avons évidemment des contacts étroits avec les acteurs de ce marché. Ne serait-ce que de par leurs fonctions multimédia, les nouvelles consoles ont évidemment toute leur place dans l'offre de LDLC. C'est donc un axe de développement, mais nous prendrons le temps nécessaire pour construire une proposition forte et en ligne avec notre identité propre.

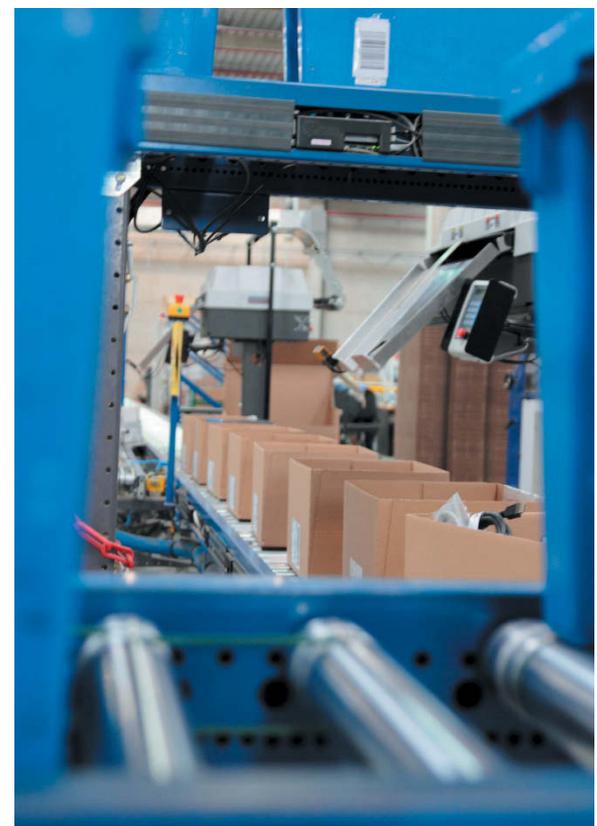
### LDLC se lance dans l'ouverture de boutiques physiques. Pourquoi choisir cette orientation ?

Il est vrai que nous avons pris la décision d'ouvrir des boutiques physiques, jusqu'à 40, voire davantage, à terme. Mais ce n'est pas totalement une nouveauté. La première boutique a été ouverte à Lyon en 1998 dans le sillage immédiat de la création de la société. Il s'agissait alors de proposer un show room permettant d'avoir un point de contact avec notre clientèle. En 2006 est né le superstore de 400 m<sup>2</sup> à Paris dans le

maison, nous avons le site maginéa. La croissance est également soutenue par deux autres piliers, le marché professionnel et les boutiques, désormais au nombre de quatre. Les produits estampillés LDLC sont très spécifiques et sont conçus pour répondre aux besoins des clients les plus exigeants et les plus connaisseurs. Nous ne sommes pas en concurrence avec les produits de marque, globalement plus grand public. La marque LDLC est avant tout une marque qui s'adresse aux vrais geeks et nous veillons à ce que les produits conservent un esprit décalé par rapport à nos fournisseurs habituels. Nous avons la volonté de travailler notre propre marque, avec des gammes de produits complètes, mais répondant à des demandes spécifiques qui ne concurrencent pas nos fournisseurs.

### Concrètement, comment se manifeste cette importance donnée aux conseils et aux services ?

En tout premier lieu, nous veillons à ce que le temps d'attente pour la hot line ne dépasse pas une minute, idéalement 30 secondes. Le temps de réponse à un mail doit être maximum de six heures, mais si possible de deux heures. Cela paraît peut-être secondaire pour certains, nous estimons que nous devons cela à nos clients. Pour être à la hauteur de ces attentes, nous avons un support technique de 25 personnes. Il faut bien avoir à l'esprit que notre clientèle est dans une large mesure composée de personnes dont le niveau de connaissance technique est bien plus élevé que pour d'autres enseignes. Cela



15e arrondissement. Les boutiques permettent à nos clients de s'identifier encore plus étroitement à la marque, d'avoir un contact direct avec nos conseillers. La clef de voûte de cette stratégie est là aussi de répondre aux besoins de la clientèle en étant capables de fournir du conseil, de créer un contact. Et l'expérience nous a montré que le succès était au rendez-vous dès l'instant que les boutiques étaient bien gérées. A Lyon, le chiffre d'affaires atteint les 11 millions d'euros.

#### Les boutiques physiques ne cannibalisent-elles pas l'activité du site ?

Non, au contraire. Elles permettent de développer le « click and collect », c'est-à-dire la commande en ligne et la réception du produit dans le magasin. Certaines personnes désirent aussi voir, toucher les produits avant de se décider, et l'existence de la boutique les rassure sur le service après-vente. Ce n'est pas exactement la même clientèle que celle qui achète uniquement en ligne, ne serait-ce que pour des raisons géographiques. Et puis il y a une partie de la clientèle qui veut son produit immédiatement... Croyez-vous qu'un geek qui se voit dans la nécessité de changer une pièce de son PC ait envie d'attendre ne serait-ce que 48 heures d'être livré pour continuer à s'adonner à sa passion ? La disparition d'enseignes phares dans le domaine de la high-tech, comme Surcouf évidemment, laisse une place que nous venons occuper. Le secret de la réussite pour des boutiques telles que les nôtres tient en grande partie dans la gestion du stock pour être en mesure de satisfaire des besoins très pointus sans délai.

#### Quel est le programme d'ouverture de boutiques ?

Les choses se font pas à pas, mais à grands pas ! Le modèle, ce sont des boutiques d'une surface de vente de 150-180 m<sup>2</sup>, en franchise, car cela permet un développement plus rapide, mobilisant moins d'argent et une implication totale des personnes. A la fin de l'année, nous serons présents à Saint-Etienne, Rouen, Grenoble, et dans d'autres villes en plus de nos implantations à Lyon, Paris et plus récemment à Bourgoin-Jallieu et Villefranche-sur-Saône. Les ouvertures vont se multiplier dans le futur. Mais sans confondre vitesse et précipitation !

#### Vous parlez d'identification de la clientèle à la marque. Ce travail marketing, comment le menez-vous ?

Il y a deux axes. Renforcer encore et toujours le contact avec notre clientèle traditionnelle de passionnés, de

L'ASVEL Lyon-Villeurbanne et Tony Parker (futur Président du club), partenaires de LDLC.



« Notre message, c'est que le grand public est tout aussi légitime à bénéficier de conseils très avisés que les geeks. »

geeks, et parallèlement, sensibiliser le public plus mainstream à notre proposition. Pour les premiers, l'idée est de travailler la notion de club, permettant à des passionnés de se retrouver autour des valeurs de la marque, d'échanger de l'information, du conseil et évidemment de bénéficier d'avantages. J'ai pu observer dans ma carrière l'efficacité de ce type de proposition marketing dans d'autres univers. Par ailleurs, il existe le Team LDLC qui participe aux compétitions de e-sport, autour de jeux comme Battelfield ou Counter Strike et constitue un ambassadeur remarquable pour la marque. Le gaming est un axe naturel pour communiquer autour de la marque LDLC, et nous réfléchissons à participer à nouveau cette année à la Paris Games Week. Pour les seconds, nous mettons en place une communication plus large, qui passe par une visibilité dans la presse grand public comme par le partenariat avec Tony Parker.

#### En concluant ce partenariat avec Tony Parker et le club de l'ASVEL (club de basket de Lyon-Villeurbanne), vous avez franchi un pas important dans la visibilité de la marque...

Tony Parker est un très bel ambassadeur auprès de nos deux clientèles, les passionnés, qui nous connaissent bien, et le grand public que nous voulons davantage sensibiliser. Notre message, totalement en adéquation avec nos convictions, c'est que le grand public est tout aussi légitime à bénéficier de conseils très avisés que les geeks. Il nous fallait donc trouver un moyen de faire passer ce message que LDLC n'était pas réservé à une

typologie de clientèle pointue. On sait bien qu'au départ, pousser la porte d'une enseigne spécialisée, aller sur un site Internet dense et fourni peut avoir un aspect anxiogène pour qui ne se considère pas comme cœur de cible. Tony Parker nous est d'emblée apparu comme un ambassadeur idéal. C'est le sportif préféré des Français, qui véhicule des valeurs positives, dont l'état d'esprit est apprécié de toutes les classes d'âges, de toutes les

classes sociales. Et en plus de son succès outre-Atlantique, il a obtenu des résultats exceptionnels avec l'équipe de France, qui est championne d'Europe en titre et il est désormais propriétaire de l'ASVEL avec l'ambition d'en faire un ténor européen ! Il incarne le spécialiste dans son domaine et l'ouverture vers les autres. Nous avons donc conclu un partenariat de trois ans dont nous sommes particulièrement heureux.

#### LDLC Pro représente 35% de votre chiffre d'affaires. A qui vous adressez-vous ?

LDLC Pro regroupe trois départements. Le premier s'adresse aux TPE et PME dont les besoins en informatique peuvent être satisfaits par des produits que nous travaillons, le deuxième est orienté vers les besoins des administrations, c'est-à-dire les collèges, les universités, les collectivités, et le troisième travaille avec des revendeurs indépendants. Nous allons renforcer cette activité en recrutant des commerciaux notamment pour intensifier les contacts avec les TPE et les PME. Nous mettons en place un programme avec Microsoft, Toshiba et Lenovo pour optimiser nos propositions vers cette cible. La clientèle des professionnels est tout aussi importante que le grand public à nos yeux et nous faisons de cette partie de notre activité un axe important du développement de la société.

#### Aujourd'hui, on ne jure plus que par les objets connectés. Quelle sera l'implication de LDLC sur ces produits ?

On observe en effet en ce moment un engouement pour tout ce qui est « connecté ». Nous sommes là au cœur des enjeux actuels : ces produits recoupent l'intérêt du grand public qui est de plus en plus technophile. Mais comme souvent sur un marché émergent, on va trouver le meilleur, mais aussi le pire. La dimension d'expertise, de conseil, de prise en compte des besoins des clients, qui est notre ADN, s'en trouve d'autant plus importante. Nous sommes donc plus que jamais attentifs sur cette nouvelle famille de produits, qui est une très belle opportunité pour capter l'attention du grand public et soutenir notre développement, à apporter une valeur ajoutée que seul un spécialiste expérimenté détient. L'intérêt du grand public pour les produits connectés est une très belle opportunité et un levier. Notre implication est totale, mais avant tout faite de rigueur et de respect pour nos clients.



# LE CHOIX AUDIO PARFAIT POUR XBOX ONE™ !



Haut-Parleurs  
de 50mm



Volumes du jeu  
et du chat séparés



Compatible avec  
les mobiles (jeu/appel)



Plaques  
interchangeables

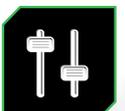


EARFORCE®  
**XO SEVEN**  
CASQUE GAMING PREMIUM POUR XBOX ONE™

EARFORCE®  
**XO FOUR**  
CASQUE GAMING HAUTE PERFORMANCE  
POUR XBOX ONE™



Haut-Parleurs  
de 50mm



Volume du jeu  
et du chat séparé



Compatible pour le jeu  
sur mobile

 **TURTLE  
BEACH™**

#1 IN GAMING AUDIO

Designed for  
Conçu pour  
Diseñado para

  
XBOX ONE

DISTRIBUTION EXCLUSIVE BIGBEN INTERACTIVE

[WWW.TURTLEBEACH.FR](http://WWW.TURTLEBEACH.FR)

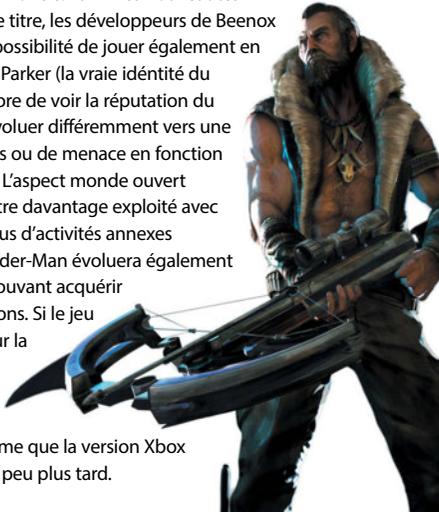
Copyright© 2013 Voyetra Turtle Beach, Inc. [VTB, Inc] All rights reserved. TURTLE BEACH, The Palm Tree, Voyetra and Ear Force are either trademarks or registered trademarks of VTB, Inc. All other trademarks are the property of their respective owners. Actual product appearance may differ from imagery.

## Spider-Man 2 déploie sa toile



Alors que le long-métrage arrive en salles le 30 avril, Spider-Man 2

profite d'une adaptation sous forme de jeu vidéo. Ce nouveau Spider-Man va reposer, comme les précédents jeux d'Activision Blizzard sur la licence, sur un principe de monde ouvert. The Amazing Spider-Man 2 reprend ainsi les grandes lignes du scénario du nouveau film, alors que le Tisseur cherche à retrouver l'assassin de son oncle. Parmi les nouveautés promises par le titre, les développeurs de Beenox annoncent la possibilité de jouer également en tant que Peter Parker (la vraie identité du héros), ou encore de voir la réputation du personnage évoluer différemment vers une image de héros ou de menace en fonction de ses actions. L'aspect monde ouvert devrait aussi être davantage exploité avec notamment plus d'activités annexes proposées. Spider-Man évoluera également au fil du jeu, pouvant acquérir des améliorations. Si le jeu est annoncé sur la plupart des machines (PC et consoles), l'éditeur confirme que la version Xbox One sortira un peu plus tard.



## Mario de retour sur le green



Nintendo annonce Mario Golf : World Tour pour le 2 mai sur Nintendo 3DS. Habitué du

green depuis 1991 et le premier NES Open Tournament Golf (suivi par des titres sur sur Game Boy Color, Nintendo 64, GameBoy Advance et GameCube), le célèbre plombier va renouer avec la discipline, pour la première fois sur 3DS. C'est à nouveau le studio japonais Camelot Software, qui œuvre sur la série depuis ses débuts et d'autres comme Mario Tennis, qui signe le nouveau jeu. Comme le veut le principe, il s'agit d'aborder sérieusement ce sport tout en le rendant accessible et immédiatement fun pour une partie sur le pouce, un tour de force dans lequel les équipes de Camelot sont désormais passées maîtres. Mario, Luigi, Donkey Kong, Princesse Peach et les autres mais aussi les Mii des joueurs se donnent rendez-vous pour s'affronter sur différents parcours dans des décors inspirés des grands jeux maison mais aussi... sous l'eau ! Outre un portail solo, le jeu se veut particulièrement ouvert vers le multijoueurs, avec la possibilité offerte de participer à de multiples rencontres et tournois, organisés par Nintendo ou les joueurs eux-mêmes. Un classement en ligne des joueurs sera également au programme



pour ceux ayant accès à une connexion Internet. Le jeu original devrait compter une dizaine de parcours et plus de 120 trous, des contenus supplémentaires devraient être proposés sous forme de DLC. Comme tous les jeux Nintendo sur la console, Mario Golf : World Tour sera publié simultanément en version physique et sous forme dématérialisée.



# Watch Dogs, à jouer et... à lire

Urban  
Factory



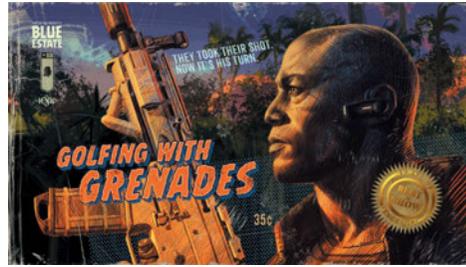
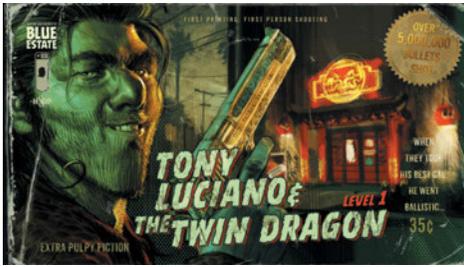
CarPlug 3USB

Prise allume-cigare - 3ports USB - 6.3A



Prévu pour le 27 mai, Watch Dogs est l'un des jeux les plus attendus du moment. Très ambitieux autour du lancement de ce nouvel univers, Ubisoft annonce qu'un roman sera publié au même moment, explorant une autre histoire au sein de l'univers. Signé par l'écrivain John Shirley, reconnu pour ses écrits dans l'univers cyberpunk mais aussi ses novélisations de jeux vidéo (Doom, Bioshock Rapture, Borderlands The Fallen), l'ouvrage ne sera pas un livre comme les autres puisqu'il s'agira d'un ouvrage uniquement proposé sous forme numérique avec des interactions à la clé. « Watch Dogs n'est pas cyberpunk, mais la réflexion de la communauté cyberpunk sur la technologie est un vrai atout pour nous », explique Thomas Geoffroy, Directeur des contenus. « Le roman Watch Dogs ne raconte pas l'histoire du jeu », confirme pour sa part l'auteur John Shirley, qui détaille, « Nous ajoutons du contenu au monde de Watch Dogs, en y apportant du relief, de la nuance et en montrant un autre aspect de l'histoire ». Watch Dogs Dark Clouds sera publié sous forme d'une application ou d'un e-book le jour de la sortie du jeu.

# Blue Estate élargit la cible



**Blue Estate, le jeu de tir sur rail développé par le studio parisien Hesaw arrive dans les prochains mois sur les deux consoles de nouvelle génération**, publié par Focus Home Interactive. Après des premiers pas sur PC et l'accessoire Leap Motion (voir JDLI 260), le jeu d'action débridé sera proposé sur PlayStation 4 et Xbox One avec la particularité de tirer partie des capacités des deux machines en termes de reconnaissance de mouvements (manette gyroscopique PS4, capteur

Kinect de Xbox One) pour proposer un gameplay intuitif et typé arcade. Basé sur l'univers du comics Blue Estate de Viktor Kalvachev (un des fondateurs du studio de développement), le titre embarque le joueur dans une folle virée dans sept missions différentes, vécues en vue subjective et au cours desquelles les balles fusent littéralement à travers l'écran. Jouable seul ou à deux, Blue Estate renoue avec la grande tradition des jeux de tir en arcade. La sortie du jeu est prévue pour le troisième trimestre 2014.



## Le phénomène Tomodachi Life arrive en Europe



**Tomodachi Life**

**Cela sera-t-il le prochain phénomène signé Nintendo, dans la lignée notamment des fameux Animal Crossing ?** L'éditeur annonce la parution en Europe de Tomodachi Life le 6 juin prochain sur Nintendo 3DS, un titre précédé par sa réputation et plus de 5,5 millions d'exemplaires écoulés au Japon. Le joueur se retrouve ici catapulté responsable d'une île peuplée de Mii, ces personnages que l'on peut créer avec la console à partir de personnes réelles par exemple. C'est une simulation de vie qui prend place dans ce jeu, puisqu'il faut s'occuper des personnages qui peuplent l'endroit où de multiples événements peuvent survenir selon les conseils que le joueur décidera de donner à ces habitants virtuels. Le partage d'images entre 3DS permettra d'immortaliser et partager les moments les plus singuliers du jeu, dont la bande-annonce diffusée lors de la conférence Nintendo Direct a donné un avant-goût (un râteau lors d'un dîner, des concours d'accoutrements exotiques, des concerts improvisés, des combats à coups d'objets lancés...). Un titre qui s'annonce très original, surprenant, et qui pourrait bien créer la surprise à son arrivée en Europe juste pour la période faste de l'été dans le secteur des portables.



## Rendez-vous avec Alien

**Il y a quelques semaines, Sega annonçait le grand retour de la franchise Alien dans un nouveau jeu vidéo ambitieux de renouer avec l'ambiance du premier film de Ridley Scott et développé par le studio britannique Creative Assembly.** On apprend, par le biais de son distributeur en France Koch Media, que Alien : Isolation sera publié le 7 octobre prochain sur PC, PlayStation 4, PS3, Xbox One et Xbox 360. Alors que les derniers titres misaient avec plus ou moins de bonheur sur l'action pure et dure pour retranscrire l'univers de la fameuse saga, Alien : Isolation entend renouer avec l'ambiance claustrophobique du film original en resserrant l'action autour d'une seule créature... effrayante. Revivre l'atmosphère étouffante du film culte de 1979, tout un programme !

Urban  
Factory



**Connexion kit - MicroUSB**

Lecteur de cartes pour Samsung Galaxy Tab3, Galaxy S4...  
Importez/Exportez vos fichiers facilement !



## La Vita prend du chien

■ Prévu pour le 6 juin sur PS Vita, PlayStation Vita Pets s'adressera aux plus jeunes utilisateurs de la console portable de Sony, le fabricant annonçant

comme cœur de cible pour ce titre les enfants entre six et 11 ans. Si le concept de jeu vidéo permettant des interactions avec des animaux virtuels n'est pas nouveau (les consoles concurrentes ont rencontré de jolis succès sur ce thème), ce premier titre du genre sur la Vita entend apporter des nouveautés au genre. Après avoir choisi son chiot, le joueur pourra évidemment l'affubler de multiples objets de personnalisation, interagir de différentes manières avec lui, le dresser mais aussi se lancer dans des aventures en sa compagnie.



## Dragon Age, retour cette année

■ **Electronic Arts et son studio Bioware annoncent le retour cette année de la franchise de jeux de rôle Dragon Age.**

Annoncé pour le 9 octobre, Dragon Age Inquisition mettra le joueur face à un étrange phénomène, le monde de Thedas étant soudain balaféré d'une étrange brèche dans le ciel. Dans le rôle de l'inquisiteur ou inquisitrice, il s'agira de mener une équipe de personnages pour faire toute la lumière sur ce péril qui plane. Le jeu est annoncé sur PC, PlayStation 4, PS3, Xbox 360 et Xbox One. Aux côtés de Mass Effect, la saga Dragon Age a marqué le renouveau du jeu de rôle ces dernières années, signé par le studio américain spécialiste du genre Bioware. La série a déjà

connu plusieurs itérations : Dragon Age Origins en 2009, son extension stand alone Awakening en 2010 puis Dragon Age 2 en 2011, avec de nombreux contenus additionnels à télécharger à la clef.



## Moto GP sur la grille de départ

■ **Bigben Interactive annonce avoir signé un nouvel accord de distribution avec le studio de développement italien Milestone, spécialiste de la simulation mécanique, dans le cadre de la commercialisation en juin de MotoGP 14 sur PC, Xbox 360, PlayStation 4, PS3 et PS Vita. Basé sur les circuits et pilotes officiels de MotoGP, les pilotes de la saison 2013 ainsi que des champions**



d'autrefois (une centaine de pilotes au total), le jeu comprendra 18 circuits ainsi que les motos des constructeurs officiels. C'est donc Bigben Interactive qui distribuera les versions du jeu en France, alors que la série fera cette année ses premiers pas sur consoles de nouvelle génération via une version PS4.

# Borderlands Une préquelle dans la Lune !

UrbanFactory



Flat Cables

Câble plat USB/MicroUSB - nombreux coloris disponibles



■ **Outre la sortie de Borderlands 2 en mai sur PS Vita (voir guide jeux), un nouveau titre à part entière viendra prochainement s'ajouter à la série créée par Gearbox Software ! Baptisé Borderlands : The Pre-Sequel, le jeu se situera chronologiquement entre Borderlands et Borderlands 2. Co-développé par Gearbox Software et 2K Australia, le titre fera découvrir aux joueurs les origines du caustique Beau Jack, le méchant de Borderlands 2. L'action se déroulera sur la Lune de Pandore et s'annonce donc acrobatique, la planète étant dénuée de gravité et d'oxygène... De plus, comme ses prédécesseurs, Borderlands : The Pre-Sequel perpétue la tradition de la franchise en proposant d'importantes possibilités de coopération, en permettant à quatre joueurs de vivre conjointement le scénario. Borderlands : The Pre-Sequel sera disponible à l'automne 2014 sur Xbox 360, PlayStation 3 et PC Windows.**

# Le jeu en rose avec Kirby



**En une vingtaine d'années, le personnage de Kirby créé par Masahiro Sakurai est devenu l'une des figures régulières des jeux Nintendo.**

Le petit personnage rose à l'appétit vorace va tenir le rôle principal d'un nouveau jeu sur Nintendo 3DS, Kirby Triple Deluxe, dont la parution est prévue pour le 16 mai. Il s'agira d'y contrôler Kirby dans une aventure au cours de laquelle le sauvetage du roi DaDiDou sera en jeu... Jouable évidemment en solo, le jeu de plate-forme très coloré comprendra également des fonctionnalités multijoueurs comme les combats Kirby dans lesquels les joueurs s'affronteront après avoir sélectionné leurs capacités



Aval'tout préférées, Kirby a en effet cette faculté à pouvoir ingérer ses ennemis pour s'approprier leurs pouvoirs. A l'instar de la plupart des jeux de la série, ce nouveau Kirby devrait se montrer particulièrement accessible aux néophytes tout en offrant une expérience de jeu assez intéressante pour adresser les joueurs avertis. Simultanément à la parution du jeu, Nintendo commercialisera en Europe une nouvelle édition de la Nintendo 2DS en couleurs rose et blanc, pour pleinement correspondre à l'état d'esprit du fameux personnage.

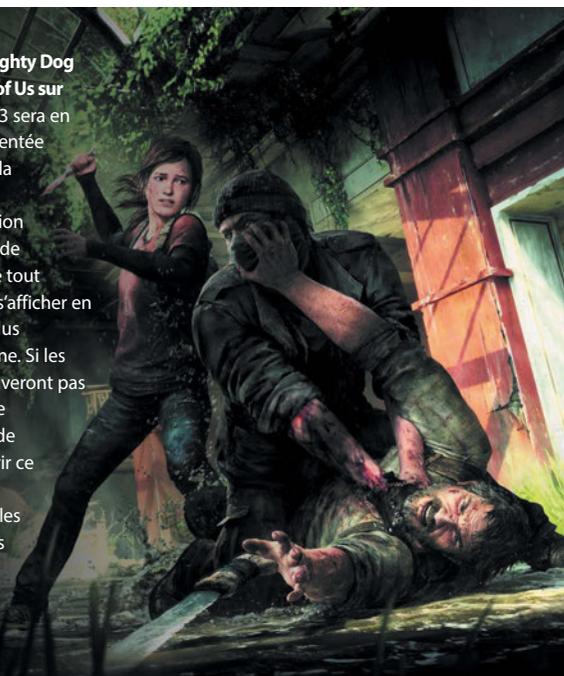
## Civilization prend de l'altitude

**Firaxis Games, le studio fondé par Sid Meier, travaille actuellement sur un nouveau jeu de la série Civilization, Beyond Earth.** Publié cet automne par 2K Games sur PC et Mac (via Aspyr), le jeu quittera cette bonne vieille planète Terre pour emmener le joueur dans la conquête de l'espace et la colonisation d'une planète extra-terrestre pour créer une nouvelle civilisation. « *L'équipe de Civ est très enthousiaste à l'idée de pouvoir poursuivre l'histoire de Civilization dans le futur, car cela permet à l'équipe de se libérer du contexte historique* », explique Sid Meier. « *Nous avons toujours laissé nos fans créer l'histoire de l'humanité et grâce à Civilization : Beyond Earth nous leur permettrons de créer le futur* ». Parmi les nouveautés annoncées dans ce nouvel opus, les développeurs soulignent notamment une progression technologique non-linéaire ou encore une personnalisation plus prononcée des factions du joueur. Les caractéristiques du monde extraterrestres devraient elles-mêmes avoir un impact sur la manière dont la civilisation du joueur évolue.



## The Last of Us confirmé sur PS4

**Sony Computer et le studio Naughty Dog confirment l'adaptation de The Last of Us sur PlayStation 4.** Le hit de 2013 de la PS3 sera en effet proposé dans une édition augmentée pour la nouvelle console de salon de la marque dès « cet été ». The Last of Us Remastered proposera le jeu, l'extension Left Behind ainsi que plusieurs packs de cartes multijoueurs sur une galette, le tout avec des graphismes améliorés pour s'afficher en 1080p, rendant l'expérience encore plus immersive que dans la version d'origine. Si les possesseurs de la version PS3 n'y trouveront pas beaucoup de nouveautés, ceux qui ne connaîtraient pas le jeu phénomené de Naughty Dog pourront enfin découvrir ce titre essentiel dans les meilleures conditions. En cas de précommande, les joueurs pourront profiter de quelques bonus supplémentaires comme des apparences spéciales pour les deux personnages principaux et d'autres capacités améliorées.



Ladies collection

Sacochette femme - coloris Gris et vert Menthe

# Batman, l'apothéose d'Arkham ?



Fin mars, dans les locaux de Warner Bros près de Paris. Les développeurs anglais de Rocksteady Studios ont fait le déplacement pour dévoiler à la presse le prochain jeu Batman, qui viendra conclure la saga Arkham débutée en 2009 avec le brillant Arkham Asylum. L'occasion pour le vengeur masqué de finir le travail en beauté, la saga se tournant définitivement pour l'occasion vers les consoles de nouvelle génération. Par Patrick Hellio



**L'année 2014 sera probablement un grand crû pour les amateurs de l'homme chauve-souris.** Car s'il faudra attendre encore

quelques temps pour découvrir le nouveau film avec Bruce Wayne au casting (Batman vs Superman de Zack Snyder, prévu pour 2016), cette année marque les 75 ans du personnage créé en 1939 par Bob Kane. Si on peut compter sur DC Comics et Warner pour dignement célébrer l'évènement, la sortie du nouveau Batman Arkham participera sans aucun doute à la fête. Après avoir signé Batman Arkham Asylum en 2009, qui donna littéralement ses lettres de noblesse à l'adaptation enfin concluante d'un comics en jeu vidéo, puis Batman Arkham City en 2011 qui poussait l'aspect monde ouvert, les Anglais de Rocksteady avaient laissé la place au

studio Warner Montréal pour signer l'année dernière Batman Arkham Origins. De quoi leur laisser le temps nécessaire pour travailler sur leur nouveau projet visant à conclure le cycle tout en propulsant le Chevalier Noir sur les consoles de nouvelle génération. Batman Arkham

Knight est en effet prévu pour la fin de l'année sur PC, Xbox One et PlayStation 4. Pas de versions pour les consoles de précédente génération annoncées. Une page se tourne donc, mais le studio entend visiblement frapper un grand

coup pour mettre une dernière fois Batman en vedette, dans un jeu qui devrait pousser bien plus loin le concept de monde ouvert présent notamment dans Arkham City.

## Enfin la Batmobile !

« La production du jeu a été lancée dès fin 2011, dès nous avons terminé Arkham City », explique Guy Perkins, Game marketing manager chez Rocksteady. « Au total, le jeu aura demandé plus de trois ans de travail ».

Nouvelle génération de consoles, nouveaux défis... mais aussi nouvelles possibilités. La grande nouveauté de Arkham Knight, en dehors d'une réalisation qui profite des apports des nouvelles machines et une ville de Gotham plus détaillée et vivante que jamais sans oublier une profondeur de champ inédite, est l'apparition de la Batmobile, espérée et demandée par les fans du personnage depuis les explorations citadines de Arkham City. Tout comme Batman et son univers, le design de l'impressionnant véhicule est le fruit de la collaboration entre DC Comics et les équipes de Rocksteady. Batman arbore d'ailleurs un look plus hi-tech que jamais. Nerveuse, la batmobile permet de traverser la ville avec la subtilité d'un char d'assaut mais aussi de rouler sur les parois comme on a pu le voir au cours de la présentation, alors que Batman à son bord devait échapper à un piège tendu par The Riddler (L'homme mystère). Les événements du jeu vont prendre place un an après ceux de Arkham City et la chute du Jocker, tandis que l'Épouvantail réunit une brochette d'ennemis de Batman dont le Pingouin, Harley Quinn et Double Face afin de mettre un point définitif aux agissements du milliardaire masqué. Si le terrain de jeu d'Arkham City était déjà conséquent, le studio annonce ici une ville entièrement accessible et cinq fois plus grande. Elle devrait également s'inscrire dans la hauteur comme les impressionnants vols planés de Batman ont pu nous l'illustrer.

## Questions à



Guy Perkins, de Rocksteady

**JDLI : Le jeu sera uniquement publié sur next-gen. N'est-ce pas risqué ?**

**Guy Perkins :** Je ne pense pas. Opter pour ces consoles nous a permis de véritablement créer la ville de Gotham comme nous voulions le faire depuis longtemps, avec énormément de détails. Les capacités des nouvelles machines étaient également indispensables pour pouvoir implémenter la batmobile dans le jeu de la manière dont voulions le faire. Avec les consoles next-gen, les responsables techniques chez Rocksteady pouvaient répondre oui à tout ce que voulions implémenter les artistes, bien plus que si nous avions développé le jeu sur les précédentes machines.

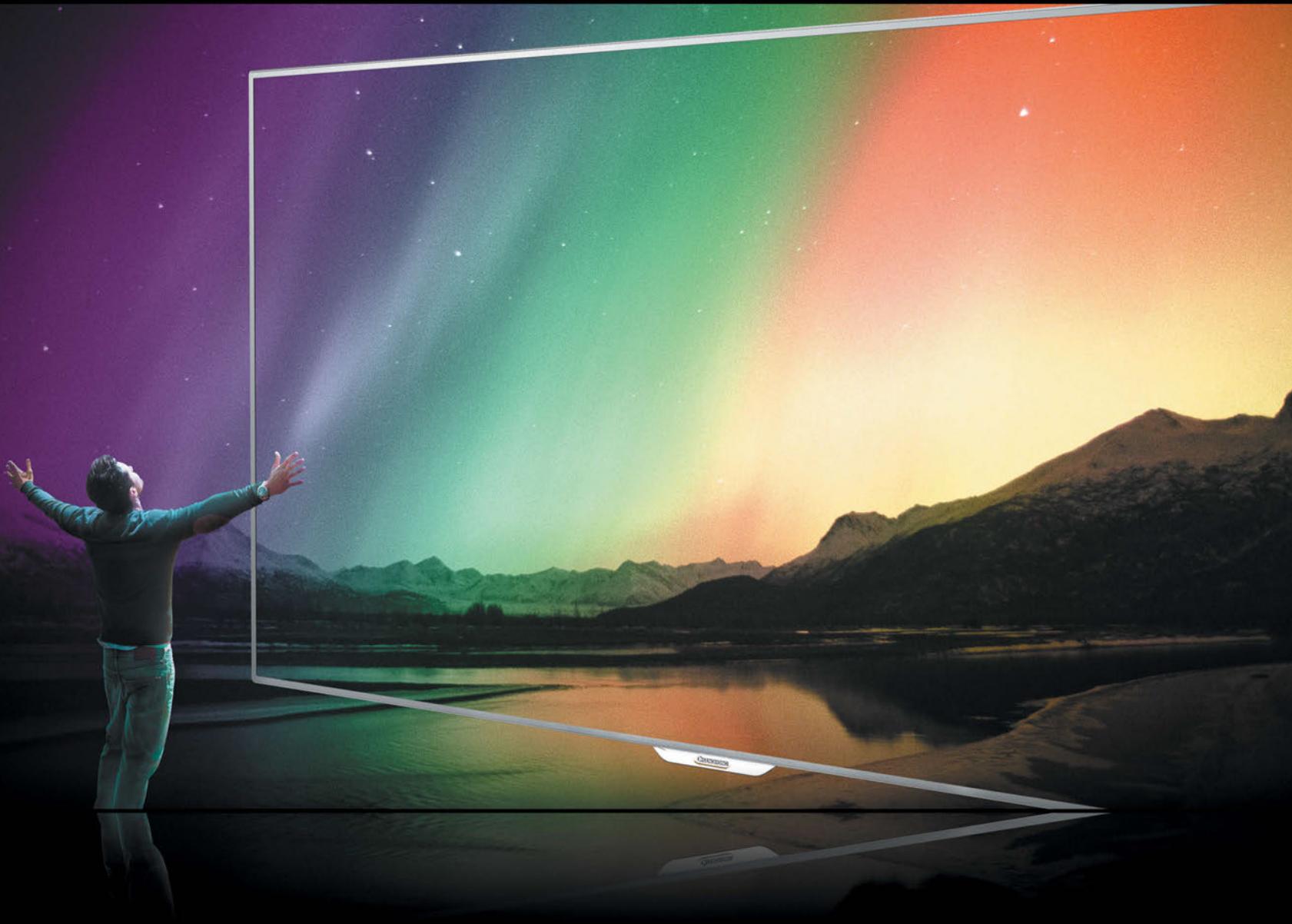
**Travailler sur un projet next-gen entend-il un changement d'échelle pour le développement ?**

L'équipe de développement est toujours relativement réduite, environ 140 personnes. Rocksteady s'est agrandi depuis Arkham City mais pas de manière exponentielle. On travaille différemment sur next-gen mais c'est surtout pour apporter des expériences inédites comme le fait de piloter la batmobile dans Gotham ou proposer un personnage de Batman plus rapide et plus agile. Pour nos équipes, les nouvelles consoles représentaient surtout de nouvelles opportunités pour le jeu.



# CHANGHONG

— Creating Easy Life —



## LA TECHNOLOGIE POUR TOUS

Du CRT jusqu'à l'Ultra Haute densité, depuis plus d'un demi-siècle, Changhong s'efforce à démocratiser les nouvelles technologies.

**Sortez des sentiers battus et offrez-vous dès aujourd'hui l'écran de demain**



Entretien avec

**David Neichel,**  
Directeur général  
d'Activision Blizzard France

L'année 2014 sera **stratégique** pour le groupe **Activision Blizzard**, qui va soutenir et renouveler ses **franchises historiques** comme **Call of Duty** et **Skylanders** mais aussi profiter de la **nouvelle génération de consoles** pour créer une **nouvelle propriété intellectuelle** avec **Destiny**. **David Neichel**, Directeur général d'Activision Blizzard France, nous dévoile le **programme** pour cette année particulièrement chargée. Par Patrick Hellio

# Activision

« La nouvelle génération sera **encore plus puissante** que prévu en fin d'année »

**JDLI : Quel regard portez-vous sur le lancement des nouvelles consoles ? Vous attendiez-vous à un tel démarrage ?**

**David Neichel** : Le lancement de la nouvelle génération a été un franc succès, qui a traduit un vrai intérêt des joueurs pour ces machines. C'est très encourageant pour le marché et cela vient nous conforter dans le choix qu'a fait Activision Blizzard de fortement donner la priorité aux nouvelles plates-formes pour les jeux qui seront lancés cette année. Ces performances s'inscrivent dans les prévisions globales que nous avions, avec une répartition un peu différente des ventes entre les trois nouvelles machines. Mais nous n'en sommes encore qu'au tout début de cette nouvelle génération et tout peut encore arriver. On sent évidemment que PS4 et Xbox One ont des ambitions similaires de se positionner sur le marché des gamers, avec à terme de véritables « entertainment et media centers » dans le salon. Nintendo a encore de belles cartes à jouer et pourrait se positionner comme la console très grand public par excellence.

**On parle d'un lancement historique malgré des logithèques limitées. Comment l'expliquez-vous ?**

Il y a tout d'abord cette fenêtre de lancements rapprochés pour les trois consoles, qui sont arrivées sur le marché en 12 mois. Cela permet d'avoir un impact plus important, de créer un effet « next-gen » plus ramassé dans le temps qui crée l'événement. La précédente génération était là depuis longtemps et je pense qu'il y avait une attente pour de la nouveauté. Ensuite, le public a aujourd'hui une très bonne connaissance du marché et de ces nouvelles consoles. Elles ne représentent pas pour le moment une révolution mais plutôt un aboutissement réussi de toutes ces technologies que sont la haute définition, l'aspect très connecté... Enfin, les stratégies marketing bien pensées et les bonnes politiques de prix suivies par les fabricants

ont contribué au départ en trombe. Les ruptures fréquentes en fin d'année ont dû aussi participer à l'effet d'attente. Je suis convaincu que cette nouvelle génération actuelle sera plus puissante encore qu'on ne le croit, dès cette fin d'année.

**Quelle est la politique éditoriale d'Activision Blizzard sur ces machines ? Quelle importance allez-vous leur donner dans votre catalogue ?**

Le message est clair chez Activision Blizzard : les consoles de nouvelle génération sont aujourd'hui notre priorité. Le choix a été fait il y a quelques années de donner la priorité aux nouvelles machines et leurs succès dès leur sortie confirme la pertinence de ce choix. Des titres comme le prochain Call of Duty ou Destiny ont été pensés foncièrement pour exploiter les capacités de ces nouvelles machines. Blizzard proposera également Diablo 3 en version PS4 et nous aurons le nouveau Skylanders pour accompagner la montée en puissance des nouvelles machines, sans oublier The Amazing Spider-Man 2 ou Transformers : Rise of Dark Spark. Nous estimons que 2014 sera une année de croissance pour Activision Blizzard, grâce notamment à la progression du marché next-gen mais aussi l'importante actualité Blizzard cette année.

**Comment se profile cette transition entre générations ?**

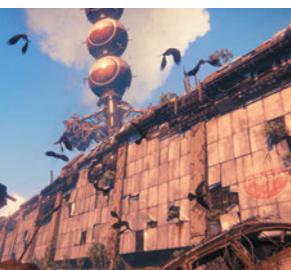
En tant qu'éditeur tiers majeur, il incombe à Activision Blizzard d'accompagner cette transition vers la nouvelle génération de consoles. Si la priorité est nettement donnée aux nouvelles consoles dans nos sorties de fin 2014, Call of Duty et Destiny seront également déclinés sur PS3 et Xbox 360. Cela va permettre de donner un avant-goût à ces joueurs de ce que la nouvelle génération de consoles va permettre dans les prochaines



# Blizzard

## « Génération puissante de l'année »

Destiny, développé par Bungie, les créateurs de Halo, est prévu pour le 9 septembre sur PlayStation 4, PS3, Xbox One et Xbox 360.



années, avec des jeux toujours plus ambitieux, plus connectés... La précédente génération représente un important parc installé de consoles et le succès d'un GTA 5 l'année dernière a prouvé que les joueurs avaient encore de l'appétit dessus. Nous allons continuer à les soutenir en les inscrivant dans nos sorties multi plates-formes. Nous avons mis en place fin 2013 un programme permettant aux acheteurs d'un jeu current-gen de pouvoir évoluer vers une version next-gen. C'est un outil qui nous a semblé opportun dans ce moment toujours un peu délicat de cohabitation entre deux générations de consoles.

### Quel avenir reste-t-il aux consoles précédentes ? Ne vont-elles pas s'adresser à une audience plus « mass market » ?

Cela dépendra pour beaucoup des politiques tarifaires des constructeurs. J'ai le sentiment que la transition va se faire plus rapidement que jamais vers les nouvelles machines. Le démarrage très puissant de cette génération laisse augurer un impact fort auprès des gamers bien sûr mais aussi plus largement d'une adoption rapide par le grand public. Concrètement, sur cette fin d'année, nous serons plus prudents en ce qui concerne les quantités mises en place sur les jeux en version PS3 et Xbox 360, quitte à procéder à des réassorts rapidement. L'effet day one sera probablement

plus présent sur les jeux next-gen, déjà privilégiés par le public des early adopters. Les ventes de jeux current gen devraient davantage se lisser jusqu'à Noël.

### Call of Duty a profondément marqué la précédente génération de consoles. Comment appréhendez-vous cette transition et quel impact cela a-t-il sur le développement ?

Le cycle de production des jeux de la série change puisque ce sont désormais trois studios qui travaillent à tour de rôle sur un nouveau volet de la série, ce qui permet de profiter de trois ans de développement pour chaque titre. Sledgehammer Games, qui avait déjà

collaboré à Modern Warfare 3, travaille depuis quelques années déjà sur cette nouvelle saga Call of Duty qui verra le jour dès 2014. Le nouveau Call of Duty qui sera proposé en fin d'année va apporter de nombreuses nouveautés. Pensé en premier lieu pour la nouvelle génération de machines, il va créer de nombreuses ruptures au sein de la saga, que ce soit en termes de narration et d'ambiance pour la campagne solo que d'innovations de gameplay avec toujours beaucoup d'efforts faits sur le multijoueurs. On sait que les attentes sont toujours fortes sur un nouveau Call of Duty et ce nouveau volet va marquer le passage à un développement pensé next-gen.



Call of Duty : Ghosts, paru en fin d'année 2013 sur PC, consoles actuelles mais aussi Wii U, PlayStation 4 et Xbox One.

**Call of Duty Ghosts, fin 2013, était le premier titre de la série proposé sur les deux générations de machines. Comment se sont réparties les ventes ?**

Les versions consoles next-gen ont représenté environ 15 à 20% des ventes. Encore une fois, c'était une phase de transition et nous pensons que cette fin d'année, la situation sera différente.

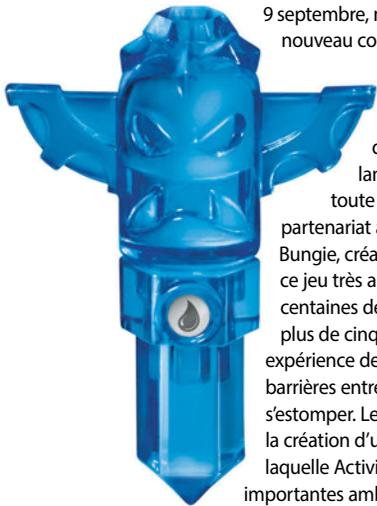
**2014 semble une année stratégique pour Activision Blizzard. Est-il capital pour une major du jeu vidéo de rapidement se positionner sur les nouvelles machines ?**

Oui, 2013 a été une année stratégique pour les fabricants de consoles, 2014 le sera pour les éditeurs de jeux. Quand on est spécialisé dans les titres blockbusters, les grandes productions comme Activision Blizzard, il est très important d'établir rapidement de larges communautés de joueurs sur une génération émergente de consoles. C'est évidemment un moment important et décisif pour les acteurs de l'industrie.

« **Destiny, un nouveau concept dont nous voulons faire le lancement le plus important de toute l'histoire du jeu vidéo !** »

**C'est aussi un bon moment opportun pour lancer de nouvelles marques ?**

Tout à fait, les nouvelles consoles nous permettent d'explorer de nouveaux concepts. Le 9 septembre, nous publierons Destiny. Un nouveau concept, que l'on pourrait définir comme un jeu d'action shooter en monde persistant perpétuellement connecté, dont nous voulons faire le lancement le plus important de toute l'histoire du jeu vidéo ! Un partenariat a été signé avec le studio Bungie, créateur de Halo, pour développer ce jeu très ambitieux sur lequel des centaines de personnes ont travaillé depuis plus de cinq ans. Il proposera une expérience de jeu complète, dans laquelle les barrières entre jeu solo et multijoueurs vont s'estomper. Le lancement de Destiny marque la création d'une nouvelle franchise pour laquelle Activision Blizzard a de très importantes ambitions à long terme, avec des



projets sur une dizaine d'années autour de cet univers qui sera aussi présent sur tablettes par exemple.

**Vous vous êtes rapprochés de Microsoft pour Call of Duty Ghosts. Prévoyez-vous d'autres partenariats ?**

Le partenariat mondial avec Microsoft sur Call of Duty Ghost est un bon exemple de réussite. L'objectif est de tisser des partenariats avec les constructeurs autour des licences qui s'y prêtent le plus, qui correspondent au mieux à l'univers d'une console. Pour Destiny, nous nous sommes rapprochés de Sony et pour Skylanders Trap Team, nous sommes encore en discussions avec différents partenaires.

**Où en est aujourd'hui Skylanders ?**

La base installée de packs de démarrage s'élève à plus d'un million d'exemplaires vendus depuis le lancement du premier jeu à la rentrée 2011. C'est l'une des meilleures ventes du jeu vidéo et du monde du jouet et



anneau d'énergie, grâce auquel il est possible d'emprisonner les ennemis du jeu dans des cristaux spéciaux ! Cette année, nous allons travailler la marque sous deux axes. Le premier, faciliter le passage au nouveau jeu en proposant des opérations de reprise des anciens portails en magasins, spécialisés et si possible en grande distribution. Ensuite, nous allons continuer à recruter des joueurs en actionnant les leviers importants pour la marque que sont les passages TV et la présence en magasins via des espaces dédiés avec démonstration du jeu en bornes interactives.

**La version Wii du jeu est-elle toujours la plus populaire ?**

Les consoles Nintendo sont très importantes pour la licence et c'est pourquoi nous espérons que la Wii U va permettre de prendre progressivement la relève. Même si les jeux sont toujours publiés sur Wii. La répartition des ventes de la série a tendance à s'harmoniser entre les différentes consoles cependant.

**Quel regard portez-vous sur les business models alternatifs type free-to-play ?** Blizzard s'est déjà positionné dessus.



Skylanders Trap Team, attendu pour le 10 octobre sur PlayStation 4, PS3, Xbox One, Xbox 360, Wii U, Wii et Nintendo 3DS. Via le nouveau Portail Trapanium, des interactions supplémentaires seront possibles comme capturer des ennemis dans des cristaux magiques.





Skylanders Trap Team



d'univers ou de prix, d'où l'importance de disposer d'un corner Blizzard, même en l'absence de rayon PC.

### Game, Virgin Megastore... des acteurs importants de la vente de jeux vidéo ont disparu l'année dernière. L'avez-vous ressenti ?

Oui, nous l'avons ressenti évidemment car quand une enseigne spécialisée disparaît, c'est un peu de l'âme du marché que l'on perd. Même si l'effet est difficile à quantifier précisément surtout dans une année de transition. Quand un spécialiste comme Game ferme, nous perdons des points de vente où par exemple un beau travail était fait sur les jeux Blizzard... 200 corners ont disparu du jour au lendemain. Les ventes ne se sont pas envolées puisqu'on a noté une progression des chiffres en digital suite à ces fermetures. Quoi qu'il en soit, on sait que les ventes sont toujours supérieures lorsque les jeux sont présents physiquement en magasins. Il y a donc de la place à prendre pour la distribution physique. Les joueurs de la communauté ont besoin de ces points d'ancrage physiques autour de ces univers qu'ils connaissent bien.

Hearthstone Heroes of Warcraft vient de sortir sur iPad après avoir débuté sur PC. Comme toujours avec les jeux Blizzard, il s'agit d'un jeu très accessible mais doté d'une impressionnante richesse sur le long terme et doté d'une réalisation impeccable. Des cartes Hearthstone vont être commercialisées en magasins, certaines enseignes ont commencé à les vendre et cela démarre visiblement très fort. Le studio a également annoncé un projet à venir de jeu MOBA (bataille en ligne multijoueur en arène, ndlr) qui sera en Freemium. C'est

évidemment un secteur que nous suivons de près et auquel nous intéressons la distribution en commercialisant des cartes prépayées ou Posa en magasins pour acheter des biens digitaux dans les jeux. Si l'on considère l'ensemble des jeux Blizzard, les cartes de recharge Battle.net, nous devons être l'un des éditeurs contribuant le plus à matérialiser le jeu digital dans les magasins physiques.

### Quelle est l'actualité de Blizzard en 2014 ?

Elle est chargée ! Nous avons lancé il y a peu une extension à Diablo, Reaper of Souls et une extension à World of Warcraft est également prévue pour cette année, Warlords of Draenor. Hearthstone vient de sortir et le MOBA devrait également arriver cette année. Une version PS4 de Diablo 3 est également prévue pour 2014.

### Quel est l'état du jeu sur PC ?

Le PC va très bien, c'est même le portail numéro un pour jouer au jeu vidéo en France. C'est le hardware le plus utilisé ici pour jouer donc oui, il a un avenir. Il est beaucoup parti sur le digital avec une plate-forme comme Steam mais il reste encore de belles choses à faire en magasins. C'est pourquoi nous militons pour garder des espaces Blizzard en magasins avec des boîtes physiques de jeu, des cartes à points. En magasin, c'est un marché à aborder avant tout via les communautés bâties autour d'univers, de marques. Segmenter est une solution pour les revendeurs, que ce soit en termes

### Quelle est la politique d'Activision Blizzard en ce qui concerne ses studios de développement ?

La majorité des jeux Activision Blizzard sont développés par des studios qui appartiennent au groupe, à l'exception de quelques collaborations comme Destiny, avec Bungie. Le groupe compte de nombreux studios internes, qui développent pour un nombre finalement restreint de franchises. C'est une méthode qui permet de faire alterner les équipes autour d'une même franchise pour que chacune y apporte de nouvelles choses et vienne l'enrichir.

### Il y a deux ans, vous aviez tiré la sonnette d'alarme au sujet du respect très relatif de la date de sortie des jeux en France. Où en est la situation aujourd'hui ?

Oui, en ce qui nous concerne, cela va beaucoup mieux heureusement ! Cela s'était déjà amélioré il y a deux ans lorsque nous avons évoqué le problème, et le lancement de Call of Duty Ghosts s'est très bien passé, on sent une responsabilisation des enseignes qui savent que des sanctions peuvent être prises en cas de débordement. Nous avons eu des retours plutôt positifs de la part de la distribution, les règles du jeu sont plus claires.

## La pré-vente, nouveau concept ?

Alors que la parution de la nouvelle extension de World of Warcraft, Warlords of Draenor, est prévue pour la fin de l'année, Activision Blizzard va lancer la « prévente » du jeu dès juin, soit au moins quelques semaines voire mois avant la sortie officielle du jeu. Contrairement à une précommande, l'utilisateur achète en magasin l'intégralité du titre qui se déblocuera ensuite au moment de la sortie, tout en profitant d'un accès privilégié et immédiat à des bonus digitaux. Le jeu disposera donc d'une présence en magasins quelques temps avant sa sortie et les joueurs profiteront via ce « pré-achat », d'un accès immédiat à un personnage propulsé immédiatement au niveau 90. « Cela permet de mieux sentir à l'avance comment va se passer le day one d'un jeu », explique David Neichel. « Cela contribue aussi à lisser les ventes sur la durée ». Cette extension de Warcraft sera le premier titre concerné par une telle opération. « Nous allons suivre de près la manière dont cela fonctionne. Il ne s'agit pas encore d'un nouveau modèle pour commercialiser les jeux ».



World of Warcraft Warlords of Draenor





# BigBen



## Tablette pour joueurs

**BigBen Interactive confirme la disponibilité de sa première tablette gaming Android avec manette amovible, la Gametab-One.** Développée pour les joueurs, la Gametab-One offre une expérience de jeu complète grâce à sa manette amovible spécialement conçue pour se glisser autour de la tablette. Elle intègre également un logiciel de programmation des boutons qui permet de configurer toutes les touches et ainsi garantir une compatibilité avec tous les jeux Android habituellement jouables par la fonction tactile. Équipée d'une sortie mini-HDMI, la Gametab-One se relie facilement à un écran TV. Quatre jeux Gameloft sont également préinstallés sur la tablette : Asphalt 8, Danger Dash, Green Farm 3 et Dragon Mania. Cette tablette est vendue **199 euros**.



### Universal keyboard Folio

Etui universel 10" avec clavier AZERTY - iOS / Android / Windows



# Sony

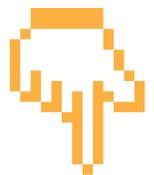
## Sensibilité record



**Modèle haut de gamme, l'Alpha A7S propose une sensibilité étendue et rarement atteinte sur des APN avec une plage allant de 100 à 409 600 ISO !** Selon Sony, cette sensibilité extrême permet à l'A7S de capturer des images dans des conditions de très faible luminosité, là où des longues poses sont normalement nécessaires. Cela permet également de réaliser des photos et vidéos nettes et sans bruit. Concernant le capteur, il s'agit d'un modèle CMOS Exmor plein format de 12,2 Mpixels effectifs qui, associé au

processeur Bionz X, permet de capturer aussi des vidéos en 4K (3840 x 2160 pixels). On retrouve l'Autofocus Fast Intelligent déjà existant sur le modèle A7R et qui a été encore amélioré pour exploiter les capacités du A7S, ainsi que le viseur électronique OLED et les connectivités WiFi et NFC. Ce nouvel appareil profite bien entendu des optiques de la gamme Alpha et bénéficiera d'un nouveau zoom plein format à monture E, actuellement en cours de développement. Le Sony A7S sera disponible dans le courant de cet été à un prix non encore communiqué.

# AMD



## Vers plus d'intégration

**Destinée à l'entrée de gamme, la nouvelle plate-forme AM1 proposée par AMD s'appuie sur des SoC (System-On-Chip),** autrement dit des processeurs intégrant également la partie chipset en plus de la section CPU et GPU. Une telle solution permet de réduire les coûts, la consommation et de construire des solutions peu encombrantes. Pour l'occasion, AMD ressort les noms Athlon et Sempron, qui avaient fait la fierté de la firme à une certaine époque, et propose une gamme comprenant quatre SoC : Athlon 5350, Athlon 5150, Sempron 3850 et Sempron 2650. Ces puces sont basées sur l'architecture Jaguar que l'on retrouve aussi sur les consoles Xbox One et PS4. Pour l'utilisation de

ces SoC, AMD a développé un nouveau support processeur (socket) appelé FS1b qui devrait garantir une certaine évolutivité de la plate-forme. On notera une enveloppe thermique de 25 W pour les quatre versions. AMD indique par ailleurs que le prix visé pour ce type de plate-forme devrait se situer autour des **60 dollars** pour la version équipée d'Athlon et **40 dollars** pour celle utilisant les Sempron. Comme d'habitude, les principaux partenaires d'AMD (Asus, Gigabyte, MSI et Asrock) proposent déjà des cartes mères AM1. Ce type de plate-forme est intéressante pour construire un PC home cinéma que l'on pourrait placer à côté du téléviseur pour profiter de tout son contenu numérique.

# Microsoft

## Clavier tactile



Si Microsoft est assez discret sur sa gamme de périphériques pour PC, la firme n'est restée pas moins active dans ce domaine. Ainsi, un nouveau clavier vient d'être annoncé, l'All-in-One Media Keyboard. Outre l'adoption de touches type chicklet que l'on trouve sur les ordinateurs portables, l'espace habituellement occupé par le pavé numérique a été ici remplacé par une zone tactile. Le but étant de faciliter le pilotage de l'interface

tactile de Windows 8.1 mais aussi, et c'est une nouveauté, celle des produits fonctionnant sous l'environnement Android 4.03 et supérieur ainsi que les Google TV. On retrouve également les habituelles touches de raccourcis multimédia de l'OS de Microsoft. Le All-in-One Media Keyboard fonctionne par ailleurs sans fil à l'aide d'un dongle USB et s'appuie sur deux piles type AAA pour son alimentation. Il est disponible au prix de **40 euros**.

# Acer

## Pour le jeu et la photo



Avec les GN246HL et BH326HUL, le constructeur taiwanais lance deux nouveaux moniteurs. Le premier baptisé Predator est destiné aux joueurs avec une dalle 24 pouces affichant une fréquence de 144 Hz et un temps de réponse de 1 ms. De plus, il est compatible avec la technologie Nvidia 3D Lightboost et fourni avec le kit Nvidia 3D Vision 2. Outre la possibilité de jouer en 3D, le Predator GN246HL permettra aussi de visualiser des films Blu-ray 3D et des photos réalisées avec les appareils compatibles. Cet écran affiche un design sobre et une finition soignée avec un pied bicolore. Le Predator est disponible au prix de **279 euros**. Le moniteur BH326HUL, quant à lui, est un modèle destiné aux graphistes et photographes avec sa grande dalle de 32 pouces affichant une résolution de WQHD soit 2560 x 1440 pixels et capable de reproduire 100% du spectre sRGB. Par ailleurs, il intègre la fonction eColor qui améliore le rendu de l'image et la technologie maison Low Dimming qui réduit la fatigue oculaire lorsque l'éclairage n'est pas optimal. Sur le plan ergonomique, l'écran peut être incliné horizontalement et verticalement. Acer précise que ce moniteur peut également afficher deux sources différentes. Côté connectique on trouve une prise HDMI, une prise DVI et un hub quatre ports USB 3.0. Le BH326HUL sera disponible en mai au prix de **619 euros**.

# Logitech

## Souris de compétition

Le spécialiste des périphériques et accessoires pour PC, présente sa nouvelle souris à destination des joueurs, la G502 Proteus Core Tunable Gaming Mouse. Elle affiche un nouveau design assez torturé tout en gardant un galbe proche des autres souris de la gamme G. La principale nouveauté ici est l'adoption d'un capteur capable d'assurer des résolutions allant de 200 à 12 000 ppp et de s'adapter à la nature et aux caractéristiques des différentes surfaces utilisées. Ainsi, quelle que soit la surface (tapis rigide ou souple, clair ou sombre), la réactivité sera optimale. En outre, comme bon nombre de souris série G du constructeur, il est possible d'ajuster le poids et le centre de gravité de la G502 en ajoutant jusqu'à cinq poids de 3,6 grammes chacun qui sont placés sous la souris. Enfin, les joueurs pourront la paramétrer via le logiciel Logitech Gaming pour assigner des commandes et macros aux 11 boutons programmables. La G502 Proteus Core est disponible au prix de **79,99 euros**.



Urban Stopper

Patch de protection contre les ondes de votre smartphone



# Nokia

## Du métal en plus



■ Son absence nous avait surpris lors du Mobile World Congress mais Nokia a finalement présenté son nouveau navire amiral. Le Lumia 930 se démarque de ses prédécesseurs par une place plus grande accordée au métal, même si le polycarbonate coloré est toujours de la partie. Pour le reste, c'est un smartphone résolument haut de gamme doté d'un écran de cinq pouces OLED Full-HD, d'un processeur quadri-cœur et d'un capteur photo 20 Mpixels. De quoi donc venir rivaliser avec les autres témoins du moment. Le prix est une bonne surprise car étonnamment agressif, le Lumia 930 sera en effet mis en vente en juin pour **549 euros**.



Hookers collection

Etui universel 10" - Système crochets

# Sony

## Walkman étanche



■ Le constructeur japonais présente son nouveau Walkman 2-en-1, le W2735. Faisant à la fois office de baladeur MP3 et d'écouteurs, il est destiné aux sportifs pratiquant le jogging mais aussi à ceux qui pratiquent la natation puisqu'il est étanche jusqu'à deux mètres. Le W2735 rythmera ainsi les foulées des coureurs et les longueurs des nageurs. En outre, pour les plus pressés, le W2735 dispose d'une fonction de charge rapide qui permet en trois minutes d'assurer une heure d'autonomie. Une charge complète assurant, quant à elle, plus de huit heures d'autonomie. Le Walkman est fourni avec cinq tailles d'embouts pour s'adapter aux différentes morphologies et une station permettant la charge et le transfert des données via USB. A ce propos, un simple copier/coller assure le transfert des fichiers MP3 de l'ordinateur vers le baladeur. Le Sony Walkman W2735 est disponible en noir, blanc, bleu, rose et orange au prix de **80 euros**.



# Samsung

## TV incurvée



■ Après une présentation au CES en janvier dernier, le constructeur lance aujourd'hui sur le marché français sa gamme de téléviseurs incurvés composée du modèle Ultra-HD HU8500 et Full-HD H8000. Arborant un design inédit et une finition épurée, les téléviseurs affichent des bords métallisés ultra fins et un pied en aluminium brossé qui épouse également la courbure de l'écran. Les téléviseurs intègrent la technologie maison appelée Samsung Auto Deth Enhancer, un algorithme qui analyse les différents plans de l'image et ajuste automatiquement les contrastes pour créer une sensation de profondeur. Par ailleurs, on trouve la dernière version de l'interface Smart TV associée à l'application Smartview 2.0 qui permet de connecter les smartphones et tablettes au téléviseur. Cela permet de partager ses photos, vidéos et musique ou de récupérer les images de la TV sur ces mêmes terminaux. L'application est disponible pour les environnements Android, iOS et Windows. A noter que ces téléviseurs sont compatibles avec les produits Wireless Audio System de Samsung pour créer un système home cinéma 5.1. La gamme Ultra-HD HU8500 est disponible dans des diagonales de 55, 65 et 78 pouces et la gamme Full-HD H8000 dans des diagonales de 48, 55 et 65 pouces. Les prix n'ont pas encore été communiqués.



# Google

## Ara toujours sur les rails

■ On se demandait ce qu'il allait advenir de certains projets communs de Google et Motorola après le rachat de ce dernier par

Lenovo. On en sait désormais un peu plus puisque Google a annoncé qu'il conservait l'essentiel des équipes de R&D du constructeur et qu'il continuait le très ambitieux Project Ara. Derrière ce nom de code se cache un concept de smartphone modulaire qui laisse les utilisateurs se construire un smartphone sur mesure, un

peu à la manière des tours PC à l'ancienne. Taille d'écran, processeur, capteur photo, coque : tout sera personnalisable par l'utilisateur. Encore plus ambitieux, Google semble vouloir laisser la plate-forme ouverte à tous. Un constructeur de capteurs photo pourrait ainsi proposer ses propres solutions directement au consommateur. Un projet très ambitieux donc qui pourrait arriver très rapidement sur le marché puisque le Project Ara est censé être complété dans un an !



# Lenovo

## Petits et grands

■ Lenovo présente plusieurs nouvelles tablettes Lenovo Tab sous Android dans sa série A. La nouvelle gamme commence avec la Lenovo Tab A7-40, une tablette sept pouces dotée d'un processeur quadruple cœur. L'A7 se veut un compagnon parfait pour les déplacements grâce à son format compact. Avec son écran HD plus large de huit pouces, la Lenovo Tab A8 se destine davantage aux vidéos et aux jeux. La Lenovo Tab A10 reprend les mêmes caractéristiques mais elle est dotée d'un écran de 10,1 pouces. Toutes ces tablettes seront disponibles d'ici à la fin du mois pour respectivement **109**, **149** et **199 euros**.



# Nikon

## Sous Android

■ Petit frère du S800c, le s810c a la particularité de fonctionner sous l'environnement Android 4.2.2 dans une version pensée pour la photographie. Le compact pourra donc se connecter au Play Store et utiliser les applications Android pour améliorer, partager et montrer les clichés réalisés. Nikon a également amélioré les fonctions multimédia, ajoutant un connecteur jack pour pouvoir utiliser l'appareil comme un lecteur audio ou vidéo. Pour le reste, on retrouve un capteur CMOS de 16 Mpixels, une sensibilité allant de 100 à 3 200 ISO, un zoom optique 12x (équivalent 25-300 mm f/3,3-6,3) et un écran LCD de 3,7 pouces affichant 854 x 480 pixels (soit 1 229 720 points). Le Nikon s810c est commercialisé au prix de **300 euros**.



### Urban All in One

Station d'accueil - un seul branchement, une multitude de connexions

# Samsung Bienvenue dans la 4<sup>ème</sup> galaxie



Le constructeur coréen annonce sa nouvelle gamme de tablettes baptisée Galaxy Tab4. Disponibles dans des diagonales de sept, huit et 10,1 pouces, elles arborent le design désormais commun aux tablettes et smartphones du constructeur. Les tablettes affichent toutes la même résolution de 1280 x 800 pixels et sont animées par le système d'exploitation Android 4.4. Côté technique, on trouve un processeur quadruple cœur et de 8 à 16 Go pour le stockage. Des caractéristiques assez peu ambitieuses au vu de ce que ce que fait la concurrence ces derniers temps. Si aucun prix n'a encore été communiqué, les Galaxy Tab4 devraient être disponibles dans le courant du deuxième trimestre 2014.

# Focal

## Dimension sonore



Le spécialiste de l'audio, présente sa nouvelle création, la Dimension. Cette barre sonore destinée à améliorer le son issu des téléviseurs affiche un design sobre en aluminium brossé et une finition soignée. Compatible Dolby Digital et DTS, elle permettra de restituer un environnement multicanal pour une plus grande immersion. Elle peut par ailleurs être associée à un subwoofer Dimension Sub pour créer une

ambiance home cinéma 5.1. La Dimension peut être accrochée au mur ou placée simplement devant le téléviseur et s'installe en quelques minutes seulement. Il suffit de choisir la position, la distance d'utilisation puis la nature de la pièce pour en profiter. La Focal Dimension est disponible au prix de **999 euros**. Le Dimension Sub est, quant à lui, disponible au prix de **399 euros**.

Urban  
Factory



Colored shell

Coque pour GoPro - Plusieurs coloris disponibles

# Amazon

## Smartphone auto-stéréoscopique



On savait depuis un petit moment qu'Amazon travaillait sur son propre smartphone mais une nouvelle fournée de détails est apparue ces derniers jours. L'arrivée de ce téléphone devrait ainsi intervenir en septembre aux Etats-Unis. Plus intéressant, Amazon compte se démarquer en proposant un écran 3D. Ce dernier diffère de celui utilisé sur la 3DS de Nintendo et proposera un effet 3D en suivant les yeux de l'utilisateur grâce à quatre caméras présentes sur la façade du téléphone. Le tout devrait aussi permettre de contrôler le smartphone du regard. Un pari risqué au vu du succès très relatif que la 3D a rencontré ces dernières années.

# Visiomed®

DÉVOILE SA GAMME D'OBJETS CONNECTÉS

## bewell connect®



 **Bluetooth®**  
SMART



Le **1<sup>er</sup>** thermomètre  
médical **sans contact**  
connecté et intelligent

Technologie  
**ThermoFlash®**

Venez découvrir les produits sur le  
**STAND K47**  
**HALL DIAGHILEV**



VISIOMED Group, 8 Avenue Kléber, 75116 Paris, France - 01 40 67 06 50  
[www.visiomed-lab.com](http://www.visiomed-lab.com) - [www.bewell-connect.com](http://www.bewell-connect.com)



# GPS autonomes

## La navigation en grand

Malgré une **réduction** drastique du nombre de **constructeurs** au cours des années récentes, le **marché des GPS** est toujours en **décroissance**. Pour contrer les effets des **baisses de volumes**, les **fabricants** cherchent à **augmenter le prix moyen**. Cela passe d'abord par une **montée en gamme**. Il faut donc mettre en avant les **fonctions avancées** comme la **connexion** et le **trafic en temps réel** mais également la **taille de l'écran** qui reste un **argument** évident. Par Roland Marianna



### TomTom Go 6000

#### Au bout du doigt

■ Avec sa dernière gamme de GPS, TomTom repense la navigation avec un nouveau design aussi bien extérieur qu'intérieur et un logiciel également revu. Le Go 6000 est tout en rondure et fait la part belle aux matériaux de qualité. L'écran - qui augmente en résolution - bénéficie de la technologie capacitive. Tout comme sur les smartphones, le tactile est désormais plus réactif et plus fluide. Le moteur de navigation et l'interface ont également été complètement revus. Tout est centré sur la carte avec des fonctions de zoom et des sélections directes de destination. Sur la carte s'affiche également une barre qui symbolise le parcours avec les informations sur l'état de la circulation, les incidents et les zones de danger. Le service zone de danger est limité à trois mois. Il faudra ensuite souscrire un abonnement (29,95 euros par an). Le GPS affiche également les bâtiments schématisés en 3D pour les grandes villes. Dans cette nouvelle mouture, TomTom offre la mise à jour de la cartographie à vie, mais également TomTom Traffic. Ce service est accessible sans smartphone, puisque l'appareil embarque une carte SIM (sans surcoût) et propose l'info trafic la plus précise du marché, de l'ordre de quelques mètres. Ainsi, on voit directement sur la route devant soi la vitesse du déplacement des véhicules matérialisée par des petits points qui bougent plus ou moins vite.

■ **Écran** : 6 pouces

■ **Carte** : Europe

■ **Fonctions** : assistant changement de voies, sorties d'autoroute 3D, Text-to-Speech, IQRoutes,

Bluetooth, reconnaissance vocale, cartographie à vie, service Live intégré, info trafic en temps réel

■ **Dimensions** : 169 x 105 x 20 mm

■ **Poids** : 292 grammes

349,95 €



### TomTom Go 400

#### Compact et performant

■ La série Go à trois chiffres (X00) reprend le même design que la série à quatre chiffres (X000). La finition est d'excellente facture et le support magnétique toujours aussi pratique. Le 400 dispose d'une diagonale de 4,3 pouces. Il conviendra à tout ceux qui souhaitent un assistant de navigation peu encombrant. Le logiciel de navigation propose toujours une ergonomie très convaincante à l'image de toute la gamme actuelle. L'écran tactile réagit fidèlement aux sollicitations du doigt. La recherche d'une destination est toujours rapide, tout comme le calcul d'un itinéraire. On apprécie particulièrement la fonction IQRoutes qui donne une heure d'arrivée réaliste en intégrant les statistiques de circulation des routes en fonction de l'heure et du jour. Pendant la navigation, le Go 400 indiquera les voies à prendre lors d'un changement de direction et affichera une représentation 3D des échangeurs d'autoroute. Bien entendu, le GPS annoncera les zones de danger (trois mois inclus). Pour réduire les coûts, l'appareil n'embarque pas de carte SIM. Pour accéder au service Live et donc à l'info trafic en temps réel, il faudra associer le GPS à un téléphone Bluetooth.

■ **Écran** : 4,3 pouces

■ **Carte** : Europe

■ **Fonctions** : assistant changement de voies, sorties d'autoroute 3D, Text-to-Speech, IQRoutes, Bluetooth, reconnaissance vocale, cartographie à vie, service live par smartphone

■ **Dimensions** : 126 x 85 x 21 mm

■ **Poids** : 216 grammes

179,95 €

**Le taux d'équipement espéré dans le marché du GPS n'a jamais été atteint et ne le sera sans doute jamais.** En 2013, le volume a chuté de 17% par rapport à 2012. Les automobilistes encore non équipés ne sont pas pour l'heure en demande d'un produit de navigation autonome et le nombre de véhicules neufs pourvus d'un GPS en première monte ne cesse d'augmenter. Le smartphone est également un concurrent de taille. Les applications disponibles dans les stores ou même pour certains modèles celles embarquées sont amplement suffisantes pour un usage occasionnel. De plus, les écrans des téléphones se sont largement agrandis et s'avèrent désormais confortables pour cet usage. Le prix moyen du GPS autonome est quasiment resté stable entre 2012 et 2013. La valeur du marché a donc logiquement chuté de 17% aussi. Il faut donc chercher des pistes de valeur en corrélation avec un bénéficiaire utilisateur qui soient simples à expliquer et à démontrer.

## La taille de l'écran

La différenciation par la taille d'écran est facile à démontrer. Cet argument de vente permet de justifier une augmentation du prix sans explication technique.

Avant même de s'intéresser à telle ou telle fonctionnalité, l'acquéreur potentiel compare à prix égal la taille de l'écran. C'est assez logique car la compréhension du bénéfice est immédiate. Il y a également une raison pratique. Avec l'évolution du design des voitures, le tableau de bord gagne en profondeur et le pare-brise s'éloigne de plus en plus du conducteur. Le GPS l'accompagne et les informations sont donc plus difficiles à déchiffrer si l'écran ne grandit pas. La taille d'écran correspond donc à une notion de confort évident et le consommateur ne s'y trompe pas. Si en 2012, les écrans de 4,4 pouces et plus représentaient 40,4% des ventes, en 2013 ce taux gagnait plus de cinq points. De plus en plus d'informations s'affichent simultanément désormais, comme la vitesse limite et les informations locales par exemple. Si le conducteur doit se concentrer pour lire les instructions fournies par le GPS, la mission de sécurité n'est plus respectée. Avec des écrans de plus grande taille, il est possible d'afficher davantage d'informations tout en conservant une lisibilité suffisante. Cela permet aussi de réduire les manipulations à effectuer pour y accéder et augmente d'autant la vigilance du conducteur. C'est là encore assez simple à démontrer

en magasin avec simplement un affichage statique, un mode démo ou même un autocollant. Enfin, un grand écran, désormais au centre des débats, permet aussi de se différencier avec l'apparition de nouveaux critères comme la finesse, la réduction des bords et plus généralement le design.

## La navigation avant tout

La collecte d'informations des cartographes comme Navteq et Tele Atlas ne se résume plus à la numérisation des routes. D'innombrables renseignements annexes sont également enregistrés et géo-localisés. Les points d'intérêts spécifiques, la vitesse réelle praticable en courbe, les photos des monuments et bien d'autres détails encore sont déjà adjoints aux routes. À la représentation courante s'ajoute la visualisation de la voie à emprunter lorsqu'elles sont multiples. C'est l'assistant au changement de voie ou lane assist en Anglais. Certains logiciels vont même jusqu'à afficher une vue 3D réelle de l'échangeur d'autoroute avec les panneaux fidèles à la réalité, voire même un déplacement dynamique en temps réel sur le croisement. Là encore, il s'agit de fonctions utiles qui améliorent la sécurité dans une jungle périurbaine



## Garmin Nüvi 65LM Comme un passager

Avec l'écran de six pouces, le conducteur sera parfaitement à l'aise pendant la navigation. Le design propose une finition d'excellente facture et une épaisseur contenue. Le support permet d'installer et d'ôter l'appareil très simplement. Cette version milieu de gamme revisitée dispose désormais de l'interface des modèles haut de gamme. Le constructeur américain a implémenté des fonctionnalités innovantes comme le Real Voice. Le GPS indique ainsi les changements de direction à la manière d'un passager réel en utilisant de vrais repères comme les monuments, les bâtiments ou les feux de signalisation à la place du nombre d'intersections. La navigation devient ainsi bien plus intuitive. La synthèse vocale est l'une des meilleures, avec une diction plus naturelle. L'assistant de changement de voie est actif avec une animation qui guide le conducteur dans la bonne voie, épaulé par un guide vocal. De plus, le GPS intègre toujours la technologie PhotoReal qui affiche une vue photo-réaliste de l'échangeur. Sur ce modèle, l'utilisateur aura le droit à une mise à jour des cartes gratuite pendant toute la vie de l'appareil.

- Écran : 6 pouces
- Carte : Europe
- Fonctions : assistant changement de voie, sortie autoroute 3D, Text-to-Speech, cartographie à vie
- Dimensions : 168 x 94 x 21 mm
- Poids : 244 grammes

1 6 9 €



## Garmin Zumo 590LM Deux roues connectées

Pour élargir sa clientèle, Garmin lance avec le Zumo 590LM un GPS haut de gamme pour les motards. Il dispose d'un écran de cinq pouces doté d'une reconnaissance améliorée afin d'accepter les manipulations avec des gants. Il est également capable de résister aux projections d'eau et aux UV grâce à une certification IPx7. Côté ergonomie, les utilisateurs peuvent l'utiliser aussi en mode portrait ou paysage. Le logiciel de navigation propose toutes les fonctionnalités des autres modèles haut de gamme de la marque telles que le Real Direction, le Real Voice ou l'assistant de changement de voies actif. Le module Bluetooth permet d'associer une oreillette et un smartphone indispensables pour le conducteur de deux-roues. Pour satisfaire les motards les plus aventureux, le Zumo accepte également les cartographies TOPO, personnalisées, ainsi que les tracés. Les calculs d'itinéraires peuvent également inclure un maximum de routes sinueuses. Enfin, pour maximiser le panier, le GPS gère des accessoires vendus en option comme les capteurs de pression de pneus sans fil Garmin TPMS (49,99 euros, l'unité) et les caméras sportives de la gamme VIRB (à partir de 199 euros).

- Écran : 5 pouces
- Carte : Europe
- Fonctions : assistant changement de voie, sortie autoroute 3D, Text-to-Speech, Reconnaissance vocale, Bluetooth, IPx7, cartographie à vie
- Dimensions : 130 x 94 x 30 mm
- Poids : 375 grammes

6 4 9 €

de plus en plus complexe. La cartographie est plus que jamais une préoccupation des consommateurs. Les constructeurs l'ont bien compris et aujourd'hui, la cartographie à vie avec mises à jour gratuites est proposée sur beaucoup de modèles. On constate ainsi que la part de GPS équipés de la cartographie à vie est passée d'environ 25% en 2012 à plus de 60% en 2013. Cela veut dire aussi que ce n'est plus vraiment un moyen de se démarquer.

### Des fonctionnalités démocratisées

Les fonctionnalités réservées autrefois aux modèles haut de gamme se démocratisent de plus en plus et envahissent le segment du milieu de gamme. Ainsi, la reconnaissance vocale permet d'entrer un itinéraire entièrement à la voix mais aussi de modifier le volume, ajouter une étape ou rechercher un point d'intérêt. Pour les modèles équipés en Bluetooth, l'utilisateur pourra lancer un appel sans détourner son regard de la route si le GPS a été synchronisé avec le téléphone mobile du conducteur. Toujours dans un souci de réduire au maximum les sollicitations du conducteur, certains

GPS sont même capables de lire un SMS reçu. Si désormais on retrouve dès l'entrée de gamme les fonctionnalités de navigation avancée ou les aides en tout genre, la connexion ne s'est pas encore totalement démocratisée. C'est une piste de valeur sur laquelle les constructeurs ont beaucoup misé. L'idée première était d'utiliser le réseau GSM et de faire payer un abonnement pour disposer d'informations en temps réel, essentiellement pour le trafic. Mais il est difficile de démontrer en magasin un avantage au quotidien de la connectivité. D'où une grande difficulté à justifier le surcoût d'un abonnement alors que l'information trafic standard est comprise dans le prix du produit. La valeur ajoutée de la connexion n'est sans doute pas suffisamment claire dans l'esprit du consommateur et si elle l'est, celui-ci ne juge pas qu'elle soit justifiée par rapport à ses besoins.

### La connexion sans abonnement

Ainsi, les abonnements disparaissent au profit d'une connexion via le smartphone en Bluetooth en milieu de gamme ou en incluant une carte SIM pour les GPS haut de gamme mais sans surcoût mensuel ou

annuel. La seconde solution a pour avantage de ne pas nécessiter de smartphone et d'être utilisable sans surcoût par-delà les frontières nationales. C'est surtout à l'information trafic que cette connexion bénéficie avec l'état de la circulation en temps réel et d'une grande précision. Cela permet aussi aux constructeurs de proposer d'autres fonctionnalités à valeur ajoutée comme la signalisation des zones à bouchon au bon moment pour éviter un accident. Pour l'avenir, c'est d'ailleurs surtout sur la conduite assistée en temps réel que travaillent les constructeurs avec des trajets qui sont calculés individuellement en fonction des conditions. Si cela permet une création de valeur, la justification se limite aux zones urbaines et n'étend pas l'usage du GPS. Suite à la parution du décret du 3 janvier 2012 dans le journal officiel, qui interdit de détenir, de transporter ou d'utiliser un appareil visant à signaler les contrôles routiers comme les radars fixes, mobiles et les contrôles des forces de l'ordre appelés avertisseurs de radars, les fabricants ont transformé cette fonction en avertisseurs de zones dangereuses. Le GPS indique ainsi une large zone dans laquelle un contrôle est possible, ce qui n'est pas aussi évident à expliquer au consommateur.



## Coyote Nav Avec abonnement

Le spécialiste des avertisseurs de zone de danger présente un GPS complet qui propose une navigation classique en plus de la fonction d'avertisseur. Doté d'un design moderne et sobre, le Nav possède un écran de cinq pouces pour un bon confort de lecture. L'ergonomie du logiciel est bonne et dispose de fonctionnalités avancées comme l'assistant de changement de voies ou la reconnaissance vocale. Le GPS se distingue de la concurrence par un service performant d'avertisseur de radars et de zones de danger. Avec une communauté de près de 2,5 millions d'utilisateurs, il est difficile de la mettre en défaut. Pour accéder pleinement à ce service, il faudra souscrire un abonnement de 12 euros par mois, ramené à 10 euros pour un engagement de deux ans. Avec ce forfait, l'utilisateur disposera également d'un trafic info en temps réel et d'une prévision de l'état de la circulation sur le parcours et sur 30 kilomètres. Toujours via l'abonnement, les points d'intérêt sont enrichis des prix de stationnement (500 parkings) et des carburants (15 000 stations-services). Enfin, la cartographie sera mise à jour le temps de l'abonnement.

- Écran : 5 pouces
- Carte : Europe
- Fonctions : assistant changement de voie, Text-to-Speech, avertisseurs zone de danger, abonnement nécessaire
- Dimensions : 149 x 78 x 21 mm
- Poids : 222 grammes



## Mappy S719 Navigation géante

Le célèbre site d'itinéraires routiers propose un GPS grand format. Ce modèle se rapproche des tablettes en proposant un écran de sept pouces. Le design est soigné et son poids contenu malgré ses dimensions. Le logiciel de navigation est Nav N Go. Si les graphismes restent simples, la clarté est de mise. On retrouve les informations essentielles. Il y a un assistant au changement de voie et le Reality View qui permet d'afficher une représentation 3D des intersections. L'ergonomie est excellente. Les néophytes pourront l'utiliser très rapidement. Mappy se démarque de la concurrence en intégrant le guide du Routard dans le GPS. Ainsi, le voyageur aura accès à des fiches pratiques sur plus de 146 pays et 50 villes en France. Il y a également un guide des transports en commun de 66 villes de France, 227 villes d'Europe et 154 villes du reste du monde.

- Écran : 7 pouces
- Carte : Europe
- Fonctions : assistant changement de voie, Text-to-Speech, Bluetooth, Reality View, TMC, cartographie à vie
- Dimensions : 230 x 154 x 19 mm
- Poids : 280 grammes

199 €

179,90 €



# 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**

PRIX PAR PERSONNE	EXPRESS 3 NUITS		CONFORT 4 NUITS	
<b>SELECTION D'HOTELS</b>	chambre individuelle	chambre double	chambre individuelle	chambre double
<b>UNIVERSAL CITY</b>				
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.				
<b>BEVERLY GARLAND'S HOLIDAY INN****</b>	<b>2 350 €</b>	<b>1 990 €</b>	<b>2 495 €</b>	<b>2 085 €</b>
<b>SANTA MONICA</b>				
Hôtel situé en bord de mer à 30 min du salon. Nombreux restaurants à proximité.				
<b>LOEWS SANTA MONICA**** LUXE</b>	<b>2 595 €</b>	<b>2 195 €</b>	<b>2 795 €</b>	<b>2 295 €</b>

### 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)

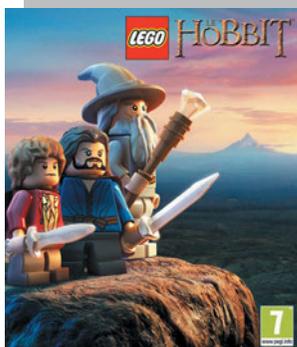
VOYAGES EN CLASSE AFFAIRES, AUTRES HOTELS, AUTRES DATES, EXTENSION DE VOYAGE... DEVIS SUR MESURE, **NOUS CONSULTER !**



**PINK SKY TRAVEL**

[pinksky.laure@wanadoo.fr](mailto:pinksky.laure@wanadoo.fr) - 01.60.43.58.90 - [www.pinkskytravel.net](http://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



## Saints Row IV : Les Bijoux de la Famille

### ■ Action

#### ■ Le 22 mai

Belle surprise et joli succès commercial à sa sortie l'été dernier, Saints Row IV est réédité dans une version complète intégrant les multiples contenus additionnels qui ont été proposés depuis la sortie du jeu. L'univers complètement décalé de ce titre d'action en monde ouvert se voit donc complété par une vingtaine de DLC en plus du jeu original, dont la campagne additionnelle Enter the Dominatrix mais aussi de nombreux packs de contenus

divers et variés. L'occasion idéale pour (re)découvrir ce titre vraiment étonnant.

- **PLAN MARKETING**  
Non communiqué
- **MISE EN PLACE**  
Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Volition
- **EDITEUR** Deep Silver
- **DISTRIBUTEUR** Koch Media
- **NOMBRE DE JOUEUR** NC
- **JEU EN LIGNE** NC
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**  
**29,99€**



## Bound by Flame

### ■ Jeu de rôle

#### ■ Le 9 mai

Le studio parisien Spiders (Of Orcs and Men, Mars War Logs) signe un nouveau jeu de rôle/action multi plates-formes dans lequel le joueur prend en main la destinée d'un combattant possédé par un démon, une créature de flammes, duquel il pourra puiser plus ou moins de pouvoirs... mais en perdant de son humanité. Entre action et composante rôle (définition du style du héros, progression de ses caractéristiques, des équipements), le jeu promet une durée de vie conséquente (une trentaine d'heures pour explorer le monde). Particulièrement impressionnants, les combats se veulent également tactiques et dynamiques. Un titre ambitieux, une nouvelle référence du genre ?

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Spiders Studio
- **EDITEUR** Focus Home Interactive
- **DISTRIBUTEUR** Focus Home Interactive
- **NOMBRE DE JOUEUR** NC
- **JEU EN LIGNE** NC
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

Entre **40€** et **60€** environ



## Mario Golf World Tour

### ■ Simulation sportive

#### ■ Le 2 mai

Mario et ses compagnons retrouvent le chemin du green pour s'adonner à l'un de leurs sports favoris. Le studio japonais Camelot Software, spécialiste du genre à qui l'on doit les précédents titres de la série, signe cette nouvelle version de Mario Golf dans laquelle les personnages peuvent concourir dans des niveaux directement inspirés des grands jeux de la marque. Des défis sont également au programme, ainsi que de nombreuses activités en ligne comme des tournois, un classement des joueurs... Des DLC permettent d'enrichir le titre en nouveaux parcours.

- **MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Camelot Software
- **EDITEUR** Nintendo
- **DISTRIBUTEUR** Nintendo
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**  
**40€** environ



## Lego Le Hobbit

### ■ Action/rôle

#### ■ Disponible

Les Lego continuent à s'associer aux plus grandes licences (Star Wars, Indiana Jones, Harry Potter...). Après un premier jeu Lego Le Seigneur des Anneaux fin 2012, les développeurs de TT Games se penchent sur les nouveaux films de Peter Jackson, inspirés des écrits de Tolkien. Lego Le Hobbit aborde, toujours avec plein d'humour, les deux premiers films de la nouvelle trilogie cinéma, tout en reprenant les gammes de jouets Lego existants. Entre action, plateforme et énigmes à résoudre, Lego Le Hobbit arbore cette faculté propre à tous les jeux de la série à pouvoir s'adresser autant aux néophytes et plus jeunes qu'aux joueurs avertis, tant les clins d'œil sont légion.

- **MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** TT Games
- **EDITEUR** Warner Bros Interactive Entertainment
- **DISTRIBUTEUR** Warner Bros
- **NOMBRE DE JOUEUR** NC
- **JEU EN LIGNE** NC
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

Entre **40€** et **60€** environ



## Kirby Triple Deluxe

### ■ Plate-forme

#### ■ Le 16 mai

Kirby, le personnage rose glouton bien connu des possesseurs de consoles Nintendo fait son retour dans une première aventure en version physique sur 3DS. L'effet 3D devrait être mis à contribution avec l'action du jeu se passant sur plusieurs plans de profondeur. Le fameux personnage va partir à la rescousse du roi DaDiDou mystérieusement enlevé en s'aidant de son souffle qui lui permet d'avaler ennemis, obstacles mais aussi de se propulser dans les airs. Au cours de son périple, Kirby va pouvoir assimiler 25 nouveaux pouvoirs dont cinq inédits dans la série. Des fonctionnalités multijoueurs répondent aussi à l'appel avec par exemple des affrontements au cours desquels les joueurs choisissent leurs pouvoirs Aval'tout préférés.

■ PLAN MARKETING Non communiqué

■ MISE EN PLACE Non communiquée

■ DÉVELOPPEUR HAL Laboratory

■ EDITEUR Nintendo

■ DISTRIBUTEUR Nintendo

■ NOMBRE DE JOUEURS NC

■ JEU EN LIGNE NC

■ PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

40€ environ



## Metro Last Light Complete Edition

### ■ Action/aventure

#### ■ Disponible

Metro Last Light profite d'une nouvelle édition à prix économique (moins de 20 euros) embarquant les DLC sortis pour ce jeu d'action./aventure basé sur les romans de l'auteur russe Dmitry Glukhovsky (Metro 2033 et 2034). L'action prend place en 2034, après qu'une guerre nucléaire a transformé la planète en ruines radioactives. Alors que les tunnels du métro abritent les rares survivants, les différents clans doivent de plus composer avec de mystérieux mutants. Enrichie, cette nouvelle édition du jeu comprend tous les DLC du season pass ainsi que le mode Ranger.

■ PLAN MARKETING Non communiqué

■ MISE EN PLACE Non communiquée

■ DÉVELOPPEUR 4A Games

■ EDITEUR Deep Silver

■ DISTRIBUTEUR Koch Media

■ NOMBRE DE JOUEUR 1

■ JEU EN LIGNE Non

■ PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

19,99€



## God of War Collection

### ■ Action

#### ■ Le 7 mai

Cette compilation propose de retrouver les deux premiers volets de la saga God of War, publiés à l'origine sur PlayStation 2. L'occasion rêvée pour se replonger dans les deux premières aventures de Kratos, qui profitent évidemment pour l'occasion de graphismes réhaussés en haute définition. Le gameplay des deux jeux a également été adapté pour exploiter à la fois l'écran tactile et les deux sticks analogiques de la console. Des trophées PSN font également leur apparition.

■ PLAN MARKETING Non communiqué

■ MISE EN PLACE Non communiquée

■ DÉVELOPPEUR Sanja Monica Studio

■ EDITEUR Sony Computer

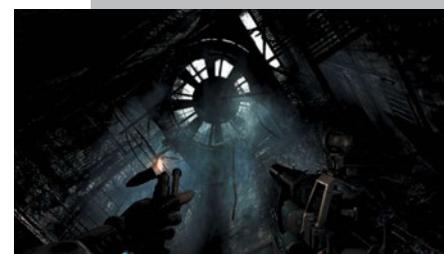
■ DISTRIBUTEUR Sony Computer

■ NOMBRE DE JOUEUR 1

■ JEU EN LIGNE Non

■ PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

30€ environ



## Borderlands 2

### ■ Action

#### ■ Mai

Sorti initialement en septembre 2012 sur PC, Xbox 360 et PlayStation 3, le FPS post-apocalyptique de Gearbox Software débarque sur la console portable de Sony. Au programme, castagne et pillage pour les quatre chasseurs de l'Arche ! Cross-save avec la version PS3, le titre est entièrement jouable en coopération à quatre. De plus, les six DLC de Borderlands 2 sont livrés avec le jeu. Reste à vaincre les Garogos, les Rôdeurs, l'armée mécanique d'Hyperion du Beau Jack et sauver Pandore...

■ PLAN MARKETING Non communiqué

■ MISE EN PLACE Non communiquée

■ DÉVELOPPEUR Gearbox Software

■ EDITEUR 2K Games

■ DISTRIBUTEUR Sony Computer

■ NOMBRE DE JOUEURS 1 à 4

■ JEU EN LIGNE NC

■ PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

40€ environ





## Iiyama XUB2790HS

### Moniteur

Cet écran témoigne de l'évolution du constructeur vers des écrans plus agréables à l'œil. L'appareil est une vraie réussite du point de vue design. Sur la partie avant, on trouve une dalle mate recouvrant toute la surface mais qui fait apparaître des bords de cinq millimètres une fois l'appareil sous tension. Le pied en plastique noir mat est plus classique mais la potence incurvée dégage de l'espace sur le bureau. La dalle est ajustable en hauteur et en inclinaison. On a droit à un mode pivot et la base est rotative. Avec quelques réglages, ce moniteur s'avère suffisamment fidèle pour la retouche photo mais affiche un contraste modeste qui est lié à la technologie IPS. L'uniformité de l'éclairage est correcte. L'appareil offre un rendu très agréable dans les vidéos, avec des tons chair assez naturels après réglage et vraiment peu de bruit vidéo. En revanche, avec un temps de réponse autour des 19 millisecondes mesurées, cet écran n'est clairement pas destiné aux joueurs. On aperçoit notamment des traînées derrière les objets en déplacement. Au final, ce moniteur est vraiment polyvalent, avec des angles de vision suffisamment larges, et répondra parfaitement aux différentes tâches du quotidien excepté le jeu où il est en retrait.

### CARACTÉRISTIQUES

Dalle 27 pouces IPS, résolution 1920 x 1080, contraste dynamique 5 000 000 :1, luminosité 300 cd/m<sup>2</sup>, latence 5 ms, angle de vision 178°/178°, connectique HDMI, VGA, DVI, prise casque

■ CATÉGORIE Milieu de gamme

■ CONTACT Iiyama, tél. : 0 820 42 22 11

■ PRIX **325€**



## Haier Pad Maxi 1043

### Tablette

Bien qu'arrivé il y a peu sur le marché des tablettes, Haier s'est déjà fait remarquer par des modèles proposant un bon rapport finition/prix. Cette tablette semble sortir du même moule. Premier constat, la coque d'un seul tenant en aluminium est une excellente surprise à ce niveau de prix où l'on est plus habitué à du plastique. Le niveau de finition est très bon et cette tablette est un objet désirable avec une finesse remarquable. La compacité a un effet bénéfique sur la prise en main qui est encore améliorée par un poids contenu et surtout des bords assez fins. Le résultat est une tablette agréable à utiliser. La connectique est complète. En plus du traditionnel micro-USB, on remarque une sortie micro-HDMI et un lecteur de cartes micro-SD. L'écran de 10,1 pouces IPS adopte une résolution Full-HD, une nouvelle fois un élément rare à ce niveau de prix. La qualité de la dalle est satisfaisante, même si on a vu mieux calibré et surtout plus lumineux. Les performances du processeur sont suffisantes pour disposer d'un système fluide et permettre le fonctionnement de toutes les applications, à l'exception des jeux les plus gourmands. La batterie est le seul point faible de cette tablette puisqu'il est difficile de dépasser les six heures sur une charge. Au final, ce modèle Haier en offre vraiment beaucoup à un prix très contenu.

### CARACTÉRISTIQUES

Écran 10,1 pouces Full-HD, processeur Rockchip quadruple cœur 1,6 GHz, mémoire 16 Go, capteur photo 5 Mpx, A-GPS, Android 4.4, WiFi n, Bluetooth 4.0, micro-SD, 258 x 166 x 6,9 mm, 540 grammes

■ CATÉGORIE Entrée de gamme

■ CONTACT Haier, tél. : 01 73 79 48 00

■ PRIX **219€**



## Toshiba Kira

### Notebook

Toshiba utilise une coque en alliage de magnésium, plus légère et plus résistante que l'aluminium. L'aspect est vraiment réussi, à la fois sobre et chic. Cet ultrabook est aussi très compact et il se situe dans la moyenne basse de la catégorie côté poids. Malgré le format compact, le clavier est grand et confortable, tout comme le pavé tactile est grand et précis. La connectique est étonnamment riche, avec trois ports USB, un lecteur de cartes et une sortie HDMI. Pour la résolution de l'écran, Toshiba a choisi 2560 x 1440 pixels ce qui se révèle judicieux à l'usage. En effet, l'interface reste tout à fait lisible et le gain de finesse d'affichage est notable par rapport au Full-HD. À l'intérieur, le Kira intègre un processeur Intel Core i5-4200U accompagné par 8 Go de mémoire vive et un SSD de 256 Go. Le passage à la nouvelle génération de processeurs Intel entraîne une autonomie très satisfaisante puisque nous avons tenu 7h45 sur une charge. Le Kira ne chauffe pas trop mais le ventilateur se fait parfois entendre en charge. Ce notebook illustre bien l'évolution de l'informatique vers des appareils plus nomades, plus autonomes, sans pour autant perdre en performances. Tout comme le design et la finition font que c'est un objet que l'on a envie d'exhiber. Reste la question, du prix. À 1 499 euros, le Kira est vraiment cher comparé à ce que propose la concurrence avec les mêmes caractéristiques techniques dans un encombrement comparable.

### CARACTÉRISTIQUES

Processeur Intel Core i5-4200U, mémoire vive 8 Go, écran 13,3 pouces tactile (2560 x 1440 pixels), SSD 256 Go, WiFi AC, Bluetooth 4.0, 316 x 207 x 19,8 mm, 1,35 kg

■ CATÉGORIE Haut de gamme

■ CONTACT Toshiba, tél. : 01 47 28 28 28

■ PRIX **1 499€**



## Panasonic GH4

### Hybride

Le Lumix GH4 reprend l'esthétique du GH3 avec le même boîtier en alliage de magnésium mais s'offre un obturateur capable de monter à 1/8000s. Le capteur Livemos dont la définition reste à 16 Mégapixels s'adjoint les services d'un nouveau processeur Venus Engine 9 capable de traiter des vidéos en Ultra-HD. Le GH4 profite également d'un nouvel autofocus appelé DFD Technology qui accélère la vitesse et la précision et permet un mode rafale de 7,5 images par seconde. L'appareil satisfera aussi bien le grand public avec une multitude d'options amusantes comme les filtres intégrés, le mode Intelligence automatique, l'accès direct à certaines fonctions et le WiFi intégré pour poster sur les réseaux sociaux que les amateurs avertis grâce aux nombreuses options personnalisables. La qualité d'image est excellente, aussi bien fixe qu'animée, et en hausse dans les hautes sensibilités. Entre 200 et 800 ISO, l'image est douce, détaillée et finement définie. À 1 600, un premier pallier est franchi mais le bruit ne perturbe en rien la lecture. À 3 200 ISO, le moutonnement est davantage présent mais reste fin et surtout ne grignote pas encore trop les fins détails. À 6 400 ISO, le bruit s'impose plus fortement sur les détails et quelques aplats chromatiques apparaissent. Côté vidéo, le GH4 se démarque de la concurrence et même des reflex professionnels avec la prise en charge du format Ultra-HD ou 4K. Au final, le Lumix GH4 est une arme redoutable aussi bien en photo que pour une production audiovisuelle.

### CARACTÉRISTIQUES

Type hybride, capteur 4/3 Livemos de 16,05 Mpx, vidéo 4K (3840 x 2160 pixels) à 25 i/s, écran 3 pouces, viseur électronique 2,36 Mpx, 132,9 x 93,4 x 83,9 mm, 560 grammes

■ CATÉGORIE Haut de gamme

■ CONTACT Panasonic, tél. : 08 92 35 05 05

■ PRIX **1 499€** (boîtier nu)

plantronics®

LE PARTENAIRE  
IDÉAL POUR  
TOUS VOS  
ENTRAÎNEMENTS  
SPORTIFS

# BackBeat FIT

CASQUE SPORT SANS FIL + BRASSARD

Design ultra flexible  
et confortable

Brassard et casque  
réfléchissants

Résistant à la transpiration  
et à la pluie

Autonomie de 8 heures  
en mode musique



Brassard réversible en  
étui de rangement



Existe aussi en bleu



## Sony Xperia Tablet Z2

### Tablette

La Z1 était le modèle de référence des tablettes Android en 2013. La Tablet Z2 est dans la même veine et reprend d'ailleurs l'essentiel du design de son aînée. Ce dernier est toutefois affiné pour atteindre les 6,4 mm et s'allège encore. Le résultat est une tablette très bien finie, plus fine et plus légère que l'iPad Air ! On conserve aussi la certification IP58 qui permet à la tablette d'être immergée dans l'eau à un mètre de profondeur pendant 30 minutes. L'écran est de très bonne qualité mais il manque un peu de luminosité. Rien de très handicapant en intérieur mais cela pourra rendre une utilisation en extérieur plus compliquée. Les haut-parleurs sont bien placés et surprennent par leur qualité. Côté performances, le processeur quadri-cœur assure une fluidité sans faille à Android et à toutes les applications que nous avons pu essayer. C'est le processeur le plus performant actuellement disponible sur le marché. Malgré la finesse de l'appareil, l'autonomie est excellente et dépasse les 11 heures sur une charge. La Xperia Tablet Z2 est donc certes un peu chère mais elle est de très loin la tablette Android la plus convaincante du marché et rivalise sans peine avec l'iPad Air.

### CARACTÉRISTIQUES

Écran 10,1 pouces Full-HD, processeur Qualcomm S801 quadruple cœur 2,2 GHz, Mémoire 16 Go, capteur photo 8 Mpx, A-GPS, Android 4.4, connectivité WiFi n, Bluetooth 4.0, micro-SD 266 x 172 x 6,4 mm, 439 grammes

■ CATÉGORIE Haut de gamme

■ CONTACT Sony, tél. : 01 55 90 30 00

■ PRIX **499€**

## Sandisk Extreme Pro 128 Go

### Clef USB

Arborant un design mélangeant aluminium brossé et plastique noir, la clef Extreme Pro de Sandisk affiche une finition soignée et une capacité de 128 Go ce qui est plutôt rare pour ce type de produit. En outre, elle dispose d'un emplacement pour y insérer une dragonne ou l'attacher directement à un porte-clés. Le connecteur USB est rétractable évitant ainsi la nécessité d'un capuchon que l'on finit bien souvent par perdre. Fort de son expertise dans le domaine des SSD, Sandisk a décliné sa technologie de mémoire flash NAND dans cette clef USB. Ainsi, ce modèle Extreme Pro profite de ces puces et affiche des performances élevées comparé à des modèles plus classiques. On notera notamment des vitesses de lecture aux environs des 260 Mo/s et 240 Mo/s en écriture ce qui la rapproche du disque SSD Extreme II de la marque. Par ailleurs, avec une telle capacité associée à ces performances, la clef Extreme Pro pourra servir de sauvegarde pour de larges volumes de données ou du contenu multimédia, particulièrement vidéo. En outre, la Extreme Pro propose un système d'encryptage par mot de passe via le logiciel SecureAccess.

### CARACTÉRISTIQUES

Clef USB 3.0, capacité 128 Go, compatible Windows et Mac OS X, encryptage AES 128 bits, 11 x 21 x 71 mm

■ CATÉGORIE Haut de gamme

■ CONTACT Sandisk, tél. : 01 41 44 17 28

■ PRIX **149€**

## HTC One M8

### Smartphone

Après un très bon smartphone One en 2013, HTC repart sur les mêmes bases avec le One M8. Le design tout aluminium fait son retour, avec cependant des coloris supplémentaires et surtout une finition un peu meilleure. On est en présence d'un des plus beaux téléphones du marché. Au-delà du design, le One M8 bénéficie d'une bonne ergonomie malgré un gros gabarit. S'il ne se fera pas oublier dans la poche, il est cependant très agréable à prendre en main. L'écran grandit un peu pour atteindre les cinq pouces et est l'une, si ce n'est la meilleure, dalle du marché. La luminosité et le contraste en particulier sont assez élevés pour une utilisation en plein soleil. En revanche la partie photo est toujours aussi déficiente. Le capteur de 4 Mpx se débrouille bien en basse lumière mais manque de détails sinon. Le smartphone intègre le processeur le plus puissant actuellement mais qui n'est qu'une légère évolution du précédent modèle. Sans surprise, les performances sont excellentes mais l'autonomie est tout juste correcte avec un peu plus d'une journée sur une charge. Au final, le One M8 rate le sans-faute de peu. Son capteur photo le rend légèrement moins attractif qu'une concurrence survolée.

### CARACTÉRISTIQUES

Écran 5 pouces Full-HD, processeur Qualcomm Snapdragon 801 2,3 GHz, mémoire 16 Go, capteur photo 4 Mpx, A-GPS, Android 4.1, connectivité WiFi AC, Bluetooth 4.0, micro-USB, 146,4 x 70,6 x 9,4 mm, 160 grammes

■ CATÉGORIE Haut de gamme

■ CONTACT HTC, tél. : 01 70 75 91 71

■ PRIX **679€**

## Lenovo Miix 2 10

### Convertible

Avec sa série Yoga, Lenovo offre ce qui est à ce jour le meilleur concept d'hybride notebook et tablette. Reste que si malin soit-il, ce mécanisme de double charnière n'est pas idéal pour une utilisation tablette. La série Miix 2 est donc là pour proposer une alternative moins onéreuse et plus compacte au Yoga. Cette version 10 pouces se compose donc d'une tablette et d'un clavier qui la transforme en ordinateur. Avec un poids contenu et une finesse appréciable, cette tablette sous Windows s'utilise aussi facilement qu'un modèle Android de taille équivalente. Malgré une coque en plastique, elle est plutôt jolie et bien finie. Le clavier dans lequel s'enfiche la tablette manque un peu de rigidité mais s'avère confortable à utiliser en regard de la taille, tout comme le pavé tactile d'ailleurs. Bien que dénué de batterie, ce dock/clavier intègre tout de même deux ports USB. Fidèle à son habitude de proposer plusieurs modes d'utilisation, Lenovo a placé la fixation de manière à ce que la tablette puisse s'inverser avec l'écran de l'autre côté du clavier. Cela permet de l'utiliser en mode tactile sur une table. L'écran offre une résolution Full-HD et une bonne qualité d'image, même si les couleurs ne sont pas très justes. Sous le capot officie un processeur Intel Atom Z3740 aux performances suffisantes pour un usage tablette et pour de la bureautique. L'autonomie est un peu juste avec huit heures 15 sur une charge. Cette tablette de 10 pouces sous Windows a donc pour avantage de se transformer en notebook au besoin sans pour autant perdre en compacité.

### CARACTÉRISTIQUES

Processeur Intel Atom Z3740, mémoire vive 2 Go, écran 10,1 pouces tactile Full-HD, SSD 64 Go, WiFi n, Bluetooth 3.0, 260,9 x 173,2 x 9,2 mm, 580 grammes

■ CATÉGORIE Milieu de gamme

■ CONTACT Lenovo, tél. : 01 55 70 38 13

■ PRIX **449€**

# Prenez le [Ctrl] depuis votre canapé.

Connectez votre PC sur votre TV  
et tout devient possible.



## All-in-One Media Keyboard



### Naviguez facilement

Avec le pavé tactile multipoint, explorez tous vos contenus comme vous voulez.



### Films et musiques au bout des doigts

Web, musiques, photos, films... Avec ses raccourcis personnalisables, accédez directement à tout ce que vous aimez.



### Solide et résistant aux éclaboussures

Robuste et anti traces de doigts, ce clavier n'a pas peur des chocs, éclaboussures et autres petites maladresses du quotidien.

Retrouvez nous au hall Diaghilev porte T04 du Medpi

 Microsoft

# Vivez pleinement l'instant présent.

Résistant à l'eau et à la poussière (certification IP67), le nouveau Samsung Galaxy S5 et son bracelet connecté Gear Fit vont devenir les complices de vos plus beaux moments.

*My Life powered by*  
Samsung GALAXY S5



[www.samsung.com/fr/galaxys5](http://www.samsung.com/fr/galaxys5)

My life powered by Samsung Galaxy S5 = Ma vie est enrichie par le Samsung Galaxy S5.  
DAS : 0.562 W/kg. Le DAS (débit d'absorption spécifique des téléphones mobiles) quantifie le niveau d'exposition maximal de l'utilisateur aux ondes électromagnétiques, pour une utilisation à l'oreille. La réglementation française impose que le DAS ne dépasse pas 2 W/kg. Produits vendus séparément. © 2014 - Samsung Electronics France. Ovalie. CS 2003. 1 rue Fructidor. 93484 Saint-Ouen Cedex. RCS Bobigny 334 367 497. SAS au capital de 27 000 000 €. **Cheil**