

JD Li

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs
www.jdli.com

N°267 / 9 juin 2014



Surface Pro 3

La tablette qui remplace votre ordinateur

surface.com

 Microsoft

Microsoft
Surface

La puissance d'un ordinateur portable
dans un format poids plume et polyvalent

La tablette qui remplace
votre ordinateur



Surface Pro 3 vous offre l'expérience tactile simple et rapide d'une tablette, mais grâce à son pied intégré et son clavier magnétique en option, elle se transforme instantanément en PC.

Configurations Intel™ Core® i3, i5 ou i7.
Disponible fin août à partir de 799€ TTC.

surface.com

Modèle présenté Surface Pro 3 et clavier Type Cover bleu. Les claviers sont vendus séparément. Les couleurs des claviers varient selon les pays. Wifi requis. Des frais supplémentaires peuvent s'appliquer. Microsoft Office et certains logiciels sont vendus séparément. Microsoft France - RCS 327 733 184.



Grand écran, mais poids plume

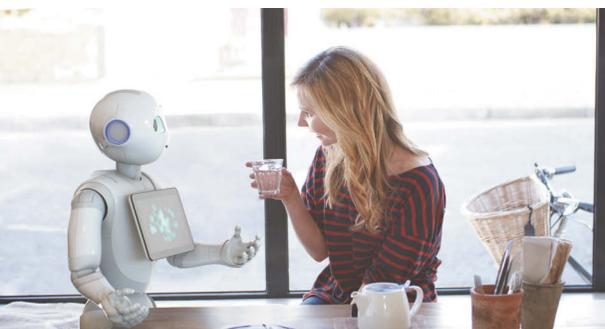
Le nouvel écran 12 pouces vous fait gagner en efficacité sans sacrifier votre mobilité. Avec ses 800 grammes et 9,1 mm d'épaisseur, Surface Pro 3 se fait si discrète que vous oublierez qu'elle remplace avantageusement à la fois votre tablette et votre ordinateur.



Amazon on the phone

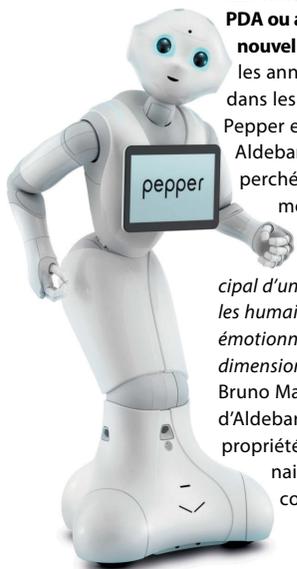
■ C'est le 18 juin qu'Amazon dévoilera un nouveau produit vendu sous sa marque. Même si le géant américain s'est refusé à en dévoiler la nature, tous les observateurs ou presque estiment qu'il s'agira d'un smartphone, déjà surnommé Kindle-phone. Spécialiste de la vente en ligne, Amazon a tout intérêt à profiter de l'engouement des consommateurs pour le m-commerce (avec un « m » qui veut dire mobile), et à proposer à un tarif concurrentiel des produits pour optimiser pour les achats sur site, notamment de contenus dématérialisés. On parle également d'effets 3D possibles et à l'implémentation de six caméras dont certaines dédiées à la captation du regard de l'utilisateur. Amazon a déjà réussi un premier pari avec sa liseuse Kindle qui connaît un large succès.

amazon.com



Un nouvel assistant personnel bientôt ?

■ Non, personne ne songe à relancer le PDA ou autre agenda électronique. Ce nouvel assistant qui pourrait faire dans les années qui viennent son apparition dans les foyers est un robot humanoïde. Pepper est sorti des ateliers de la société Aldebaran Robotics. Haut d'un mètre et perché sur roulette le robot coûtera moins de 1500 euros lors de sa commercialisation prévue en 2015. « Je pense que le rôle principal d'un robot est d'être un assistant pour les humains. Nous appelons cela un robot émotionnel. Cela va apporter une nouvelle dimension dans nos vies » estime Bruno Bruno Maisonnier, fondateur d'Aldebaran. La société est aujourd'hui propriété de Softbank, une holding japonaise très présente dans les télécommunications.



En trombe !

■ Attendu comme un titre stratégique pour la Wii U, Mario Kart 8 a visiblement rencontré son public à sa sortie vendredi 30 mai. Selon Nintendo, ce serait en effet plus d'un million d'exemplaires du titre qui auraient été écoulés en Europe, aux Etats-Unis et au Japon à sa sortie. Un coup de fouet pour la Wii U ! Fort d'un excellent accueil critique, le jeu tant attendu de Nintendo a enregistré un excellent démarrage avec plus d'un million d'exemplaires vendus en trois jours (source Nintendo).

Ce qui est de bon augure pour la console de salon qui peinait à rencontrer son public mais aussi pour le jeu en lui-même, qui ne fait ici que son premier tour de chauffe. Les jeux de la saga Mario Kart sont en effet réputés pour être de très bons vendeurs sur le long terme, ce qui leur permet d'atteindre d'impressionnants scores de ventes. Selon le fabricant, plus de 100 millions de jeux Mario Kart auraient ainsi été vendus dans le monde depuis le premier opus en 1992. Les titres les plus populaires sont Mario Kart Wii (35,53 millions d'exemplaires), Mario Kart DS (23,56 millions) ou encore Mario Kart 64 (9,87 millions).



Hacker des ventes



■ Après avoir battu un record de précommandes puis de lancement d'une nouvelle franchise, Watch Dogs abat un nouveau record avec plus de quatre millions d'unités écoules au cours de sa première semaine de commercialisation. Pari réussi pour Ubisoft et sa nouvelle franchise. « Nous sommes très fiers de ce résultat, et nous sommes confiants quant à l'avenir promoteur de la marque Watch Dogs », explique Geoffroy Sardin, Directeur marketing et ventes chez Ubisoft EMEA. Plus de quatre millions d'unités vendues au cours de sa première semaine de commercialisation, un record de ventes atteint pour Watch Dogs dans le cadre du lancement d'une nouvelle franchise. Un titre qui n'en est encore qu'au début de sa carrière et qui devrait, à coup sûr, connaître des suites. L'objectif de l'éditeur avec ce pre-

mier Watch Dogs était de faire aussi bien que le premier Assassin's Creed, paru en 2007, qui s'est vendu à 6,3 millions d'exemplaires dans le monde. Il est bien parti pour parvenir à ses fins ! Le jeu est actuellement disponible sur la plupart des machines de jeu, la version Wii U arrive prochainement (voir aussi page 24).



Besoin de réactivité ? Découvrez l'imprimante la plus rapide au monde.¹

HP Officejet Pro Série X . Imprimez deux fois plus vite, avec un coût deux fois moins élevé et un résultat aussi net que si vous utilisiez une imprimante laser.² Le modèle le plus avancé de la gamme HP Officejet Pro vous offre la qualité professionnelle de l'impression laser à une vitesse de 70 pages par minute. Nos innovations à votre service, pour vous aider à travailler plus efficacement au quotidien. hp.com/officejetpro



Make it matter.

HP Officejet Pro X

Make it matter = Donnez de l'importance

¹ Record supervisé et vérifié par Wirthconsulting.org. Les documents (documents échantillons de 4 pages) ont été testés selon la norme ISO 24734 sur des imprimantes, en utilisant le mode couleur le plus rapide pour tous les produits.

La série d'appareils concurrents comprenait des imprimantes multifonctions laser et inkjet couleur de moins de 1 000 € et des imprimantes laser et inkjet couleur de moins de 800 € disponibles en mars 2012.

² Les comparaisons sont basées sur les caractéristiques publiées par les fabricants des modes couleurs les plus rapides disponibles en mars 2012. Elles incluent les imprimantes multifonctions laser couleur de moins de 1 000 € et les imprimantes laser couleur de moins de 800 € disponibles en mars 2012, sur la base de la part de marché indiquée par IDC au 1er trimestre 2012 et de tests HP internes sur des imprimantes en mode couleur le plus rapide (documents échantillons de 4 pages testés selon la norme ISO 24734). Pour de plus amples informations, consultez hp.com/officejetpro.

© 2014 Hewlett-Packard Development Company, L.P. Les informations figurant dans ce document sont susceptibles d'être modifiées sans préavis. HP ne peut être tenu responsable des erreurs ou omissions techniques ou rédactionnelles éventuelles qu'il contient.

12

Idef 2014

Les 24,25 et 26 juin, se déroulera la neuvième édition du salon trade au cours duquel les éditeurs de jeux vidéo rencontreront les acheteurs du secteur, à Cannes, dans le cultissime Palais des Festivals. David Neichel, Président du Sell et Emmanuel Martin, Délégué général du syndicat ont reçu le JDLI.

**MARCHÉ**

8 News

12 **Interview : Idef 2014**
David Neichel, Président du Sell et Emmanuel Martin, Délégué général

14 **Interview : Videogame Story**
Victor Perez et Jean-Claude Larue, organisateurs

18 **Interview : SNJV**
Julien Villedieu, Directeur général

SOFTWARE

20 News

24 **Focus : Watch Dogs**
Le jeu de tous les records pour Ubisoft

26 **Focus : EA Sports UFC**
Le géant américain ajoute le MMA à sa gamme sportive

SALON

28 **MedPI 2014**
Premiers Prix de l'Innovation

HARDWARE

38 News

44 **Interview : SteelSeries**
Jacob Wolff-Petersen, Fondateur

GUIDES

46 Hardware

48 Jeux vidéo

**Watch Dogs : le choc next-gen**

Ubisoft publiait fin mai Watch Dogs, son nouveau blockbuster, qui a créé l'événement avec plus de quatre millions d'exemplaires vendus en une semaine. Retour sur un lancement remarqué, une marque savamment bâtie et un jeu qui synthétise le savoir-faire de l'éditeur français dans le domaine du jeu d'action/aventure en monde ouvert.

28

MedPI 2014 : Premiers Prix de l'Innovation

Pour ses 20 ans, le MedPI a créé des prix francophones qui récompensent l'innovation, un facteur indispensable à la dynamique des marchés de biens technologiques. En faisant rêver le consommateur, elle lui donne envie et crée ainsi la valeur. Il est donc important que l'innovation soit valorisée à son tour, c'est désormais chose faite via ces premiers prix francophones du hi-tech.

**SteelSeries pour tous les joueurs**

Ce spécialiste danois du périphérique de jeu exigeant est apprécié des joueurs passionnés, notamment pour la qualité de ses souris, claviers et casques. SteelSeries évolue avec l'univers du jeu et s'intéresse désormais aussi aux plates-formes mobiles avec par exemple une première manette supportée directement par iOS. Jacob Wolff-Petersen, fondateur, nous en dit plus.

44

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 Anxolabère
01 41 58 58 26
sanxo@microcoop.com

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

Secrétaire de rédaction

Guy Pichard
guy@microcoop.com

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

Photographe
Guy Pichard

PUBLICITÉ

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

Directrice 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

Rédacteurs graphistes
Benoît Maurice
Christophe Monfort

Consultant
David Adanero

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

Site Web : www.jdli.com

Imprimé par lapca

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

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



Atmosphères

Designer de vos idées

Agence Conseil en Marketing Opérationnel,
Experte en Animation
et Communication Point de Vente

Atmosphères metteur en scène et scénariste de l'espace Innovation du Medpi vous propose de vous accompagner dans le développement de votre marque.

Marketing Terrain



- Animation / Démonstration
- Force de vente / Formation
- Commando merchandising

Marketing Opérationnel



- PLV / ILV
- Présentoirs / Mobilier commercial
- Roadshows / Événements

Marketing Digital In-Store



- Affichage dynamique
- Bornes interactives
- Développement web



Nous sommes à votre disposition pour toute étude de projet
Arnaud Dutin : Mail : adutin@atmospheres.tm.fr, GSM : 06 13 04 85 85
Virginie Prêt : Mail : vpref@atmospheres.tm.fr, GSM : 06 47 33 50 04

Alcatel est une marque enregistrée d'Alcatel-Lucent, utilisée sous licence par ATLINKS.





La Chine

s'équipe de consoles



Sony vient de créer deux co-entreprises à Shanghai afin d'y produire des consoles qui seront ensuite vendues sur le marché chinois qui accepte enfin les consoles de jeux étrangères. Ainsi, après la Xbox



One confirmée par Microsoft pour septembre, Sony va faire de même en respectant la volonté des autorités chinoises qui acceptent les consoles étrangères si et seulement si elles sont produites en Chine. Nous ne savons pas quels modèles sont concernés par cette opération, mais la PlayStation 4 fera sans doute partie de l'aventure. La PlayStation 3 pourrait aussi se faire une place au soleil au regard de son large catalogue. Avec plus de 500 millions de joueurs réguliers, la Chine est un immense marché dont les constructeurs actuels ne comptent pas se passer. Sony confirme en outre que l'entreprise conservera 70% des parts de la première co-entreprise (dont le capital est fixé autour des sept millions de dollars), tandis qu'elle aura 49% de la seconde (avec un capital de 1,6 million de dollars). Reste à savoir ce que va faire Nintendo...

Facebook



reconnait la chanson

Facebook va lancer prochainement une application aux Etats-Unis qui permet de reconnaître une chanson, un programme TV ou un film. Une sorte de Shazam élargi à l'audiovisuel, donc. « Si vous choisissez d'activer cette fonction, vous aurez le choix d'utiliser le micro de votre téléphone pour identifier telle chanson que vous êtes en train d'écouter ou telle émission ou film que vous êtes en train de regarder », a expliqué une porte-parole de Facebook à l'AFP. C'est donc une fonction destinée aux utilisateurs de Facebook sur mobile ou tablette plus que sur PC. Un extrait de 30 secondes de la chanson identifiée sera automatiquement postée sur le mur de l'utilisateur ? Concernant les films et les séries, c'est le titre, le numéro de la saison et de l'épisode qui apparaîtront.



Intel aide à la conduite

Afin d'accélérer l'innovation et d'ouvrir la voie aux véhicules autonomes du futur, Intel Corporation a présenté aujourd'hui une nouvelle famille de solutions matérielles et logicielles, intitulée Intel In-Vehicle Solutions. De nouveaux investissements et efforts de recherche ont également été annoncés, qui permettront à chaque véhicule de mieux informer et assister son utilisateur et, à terme, de se contrôler lui-même. L'Internet of Things Group d'Intel a réalisé 482 millions de dollars de recettes au premier trimestre de cette année ; cela représente une croissance de 32% par rapport à l'an dernier, laquelle est due en partie à la demande croissante en systèmes d'information et de divertissement automobiles (IVI). Intel estime que les technologies qui feront l'avenir de la conduite évoluent rapidement. Par la recherche, l'investissement et la conception de nouveaux produits, l'entreprise peut contribuer à la création de nouvelles expériences et à leur mise sur le marché plus rapide. « Afin de renforcer le partenariat technologique existant entre Intel et les constructeurs et de mieux préparer l'avenir, nous combinons notre expérience de l'électronique grand

public et des technologies informatiques professionnelles avec un investissement global dans toute l'industrie automobile, en accordant une attention particulière au développement des produits, aux partenariats industriels et à la recherche. », déclare Doug Davis, vice-président, Internet of Things Group, Intel. « Notre objectif est de permettre l'évolution des fonctionnalités actuelles vers des solutions de sécurité renforcées, et, à terme, vers des capacités d'auto-conduite ».



Une TV peut cacher une PS4



A l'occasion de la coupe du monde de football, Sony offre la possibilité de remporter une PlayStation 4 pour l'achat d'un téléviseur de la gamme 2014 (de 42 pouces et plus). Cette offre est valable jusqu'au 13 juillet 2014. La marque précise que la mécanique de participation est tout simple puisqu'il suffit de récupérer le numéro

d'identification du téléviseur acheté via le menu interactif de l'écran et de l'enregistrer en ligne sur le site www.sony.fr/tv-promotion pour savoir immédiatement après validation, si l'on a gagné ou pas. Sony indique que le gain se déclenche pour chaque tranche de cinq validations soit une chance sur cinq de remporter une PS4.



TESORO®



Colada Evil

Colada Saint

Simplement épique.

Épée légendaire du Cid, la Colada dispose de pouvoirs spéciaux et a la particularité de n'avoir jamais perdu une bataille. Elle est également devenue le symbole de l'esprit du combat et de la victoire. Tesoro s'est inspiré de cette épée légendaire pour concevoir le Colada, le clavier ultime qui vous permettra de dominer n'importe quel adversaire !



Gandiva



Aegis



Kuven

DISTRIBUÉ PAR

iDV

Tesoro Technology USA Inc est une équipe internationale de passionnés de jeux-vidéo, qui a pour objectif de concevoir des produits uniques conciliant la meilleure conception, les performances de pointe et l'extrême qualité pour les joueurs.

Pour toute info sur la marque, merci d'adresser un mail à l'adresse suivante : info@idvfrance.com

OS Mobiles : Windows Phone progressse

Le cabinet d'étude Kantar dévoile les chiffres de la répartition des OS mobiles au niveau mondial, ce qui permet de faire quelques constats intéressants.

Les conclusions de l'étude menée par Kantar ne changent pas beaucoup de celles de l'étude précédente avec un Android bien installé, trustant 72,4% du marché européen. Il est suivi par iOS qui peine aux environs des 17,5%, et Windows Phone à 8,4%. Fait notable, tandis qu'Android et Microsoft parviennent à gagner des parts de marché, Apple est en recul. En se focalisant sur le marché français, nous découvrons que Windows Phone passe enfin la barre symbolique des 10% de part de marché, contrairement à ses deux concurrents en repli de 2,7 pour Apple et 1,4 point pour Android.



Ventes de smartphones par OS – premier trimestre – en pourcents

	Europe		France	
	T1 2013	T1 2014	T1 2013	T1 2014
Android	70,8	72,4	68	66,6
BlackBerry	2,4	0,8	3,8	1,1
iOS	17,2	17,5	16,9	20,2
Windows	6,9	8,4	6,2	10,1
Autres	2,7	0,9	5,1	2

Source : Kantar

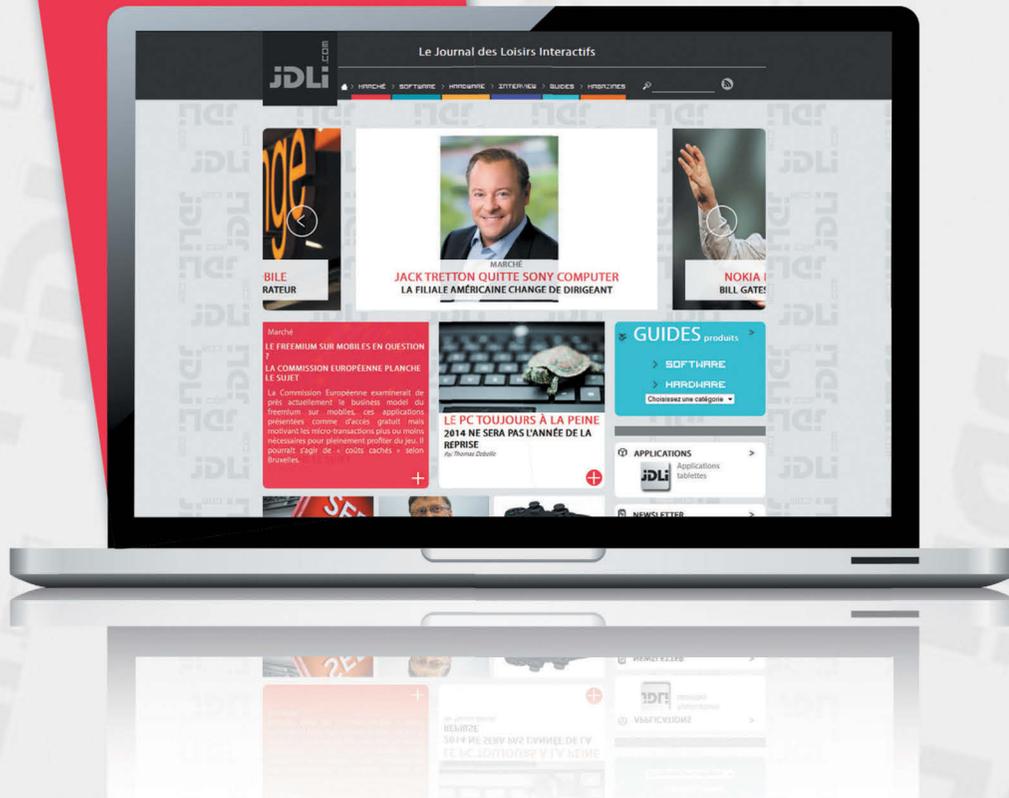
Apple

Une keynote dans la continuité



Apple a livré récemment sa keynote de printemps dans le cadre de la Worldwide Developers Conference d'Apple. Parmi les annonces à retenir, citons le nouveau OS X 10.10 Yosemite, iOS 8 qui renforce les changements apportés par iOS 7, ou encore le SDK. Le nouvel OS X se démarque franchement de son prédécesseur en adoptant un design largement inspiré par celui d'iOS 7. Visuellement, c'est donc un grand nettoyage qui s'impose (style plat, fenêtres simplifiées, transparence, police iOS 7). Les autres nouveautés comptent une refonte complète d'iCloud Drive, des pièces jointes chiffrées pour MailDrop, l'intégration de Spotlight à Safari et autres améliorations dont des performances plus poussées, ou encore la compatibilité AirDrop entre Mac et iOS. Une bêta publique sera disponible cet été. Apple a également présenté i-health, une application capable de gérer les données fournies par quasiment tous les bracelets connectés du marché.

JDLI.COM
fait peau neuve !



Être au courant de tout.
Immédiatement.



Profitez de vos vidéos HD, vos photos et votre musique en streaming, quand vous le souhaitez, sans connexion Internet

SanDisk Connect™ Wireless Media Drive

www.SanDisk.fr/Connect

SanDisk®

© 2014 SanDisk Corporation. Tous droits réservés. SanDisk est une marque déposée de SanDisk Corporation, enregistrée aux Etats-Unis et dans d'autres pays. SanDisk Connect est une marque déposée de SanDisk Corporation. Toutes les autres marques sont des marques déposées de leurs propriétaires respectifs.



Entretien avec

David Neichel,
Président du Sell



Entretien avec

Emmanuel Martin,
Délégué général du syndicat



L'Idéf d

L'Idéf 2014 se prépare sereinement en dépit d'un nombre de participants resserré en partie du fait de la fin de la collaboration avec le syndicat italien des éditeurs. Les 24, 25 et 26 juin, à Cannes, dans le cultissime Palais des Festivals, se déroulera donc la neuvième édition du salon trade au cours duquel les éditeurs de jeux vidéo rencontreront les acheteurs du secteur. David Neichel, Président du Sell et Emmanuel Martin, délégué général du syndicat nous ont reçus. **Par Sébastien Anxolabéhère**

JDLI : A quoi ressemblera cet Idef 2014 ?

David Neichel : Après réflexion, nous avons décidé de conserver la même formule que par le passé, c'est-à-dire une rencontre sur trois jours entre les distributeurs de jeux vidéo et leurs fournisseurs. Nous attendons environ 350 acheteurs représentant 150 enseignes. Une centaine d'entre eux sont pris en charge pour le voyage et l'hébergement du lundi soir au jeudi. Côté fournisseurs, comme tous les ans, les principaux éditeurs seront là, et évidemment les trois constructeurs de consoles. En cumulant les chiffres

d'affaires des uns et des autres, c'est près de 90% du marché qui est présent à Cannes cette année. Nous gardons l'approche intensive qui caractérise l'Idéf. Notre but n'est pas d'ajouter les exposants mais d'assurer la présence des acteurs qui font le business, surtout lors du pic d'activité de la fin d'année. Les acheteurs repartent de l'Idéf avec une vision très complète de la fin de l'année sur le marché du jeu vidéo. Et avec la nouvelle génération de consoles, ils ont besoin de rencontrer les consoleurs, les éditeurs et les accessoiristes pour avoir une vision complète du

24/26 juin à Cannes

L'Idéf est un salon qui appartient au Sell, le Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs. Depuis sa création il se déroule à Cannes, durant la dernière semaine de juin. Une date idéale juste avant les vacances pour préparer la fin de l'année, pic d'activité inévitable sur le marché. Cependant, sa proximité avec le grand show mondial de Los Angeles, le célèbre E3 (Electronic Entertainment Expo) qui se tient du 11 au 15 juin et au cours duquel une part significative des line-up de fin d'année est dévoilée, contraint tous les exposants à une grande réactivité. L'organisation et la commercialisation de l'Idéf sont confiées à Comexposium. Stéphanie Collot est Directrice du salon.

marché. C'est ce que leur offre l'Idéf. L'Idéf est un service important parmi les différents services que doit rendre le syndicat.

Emmanuel Martin : La spécificité du marché du jeu vidéo, fait de cycles liés aux générations de consoles, donne à chaque année une saveur et une importance particulière. Cette année à une place charnière avec un parc de consoles de nouvelle génération en pleine explosion qui va être soutenu dans sa croissance par une fin d'année forte en jeux et en accessoires. Nous enregistrons d'ailleurs un retour des accessoiristes cette année, ce qui est logique au regard du cycle économique.





e la reprise

L'absence de l'Italie n'est-elle pas un handicap ?

DN : Il est exact que cette année le syndicat italien des éditeurs n'a pas souhaité se joindre à nous. Pour la distribution française, cela ne change strictement rien. C'est pour les exposants que cela peut jouer, en ne permettant pas un partage des coûts, mais cela nous libère également de certaines contraintes et permet de concentrer les énergies sur les services à apporter à la distribution française.

Pas de nouveautés en vue donc ?

EM : Nous reconduisons les innovations de 2013, avec une grande conférence plénière en ouverture du salon, le mardi matin à 9h, avec GfK, à l'issue de laquelle nous distribuerons la deuxième édition de l'Essentiel du Jeu Vidéo, qui rassemblera les données les plus récentes sur le marché. Ce sera l'occasion de faire un point sur le marché français, de présenter des perspectives de fin d'année - et je peux d'ores et déjà vous dire qu'elles s'annoncent très encourageantes - et d'ouvrir notre propos à l'ensemble du marché européen. Nous tenons à apporter une vision qui dépasse nos frontières, surtout à l'heure où le marché s'organise de plus en plus en grandes zones économiques, avec l'Amérique du Nord, l'Asie et l'Europe. C'est très important de mettre les marchés en perspectives en regardant ce qui se passe chez nos voisins. Comme l'an passé, nous invitons la presse économique. Par ailleurs, nous organisons comme tous les ans une soirée d'ouverture le mardi soir dans un lieu prestigieux de la Croisette. On n'oublie pas que Cannes c'est la ville glamour par excellence !

Quelles évolutions sont envisagées pour la suite ?

DN : 2015 sera très probablement l'occasion d'évolutions importantes, mais en gardant toujours en tête que l'événement doit être conçu comme un service pour les acheteurs. L'idée est de développer une approche davantage tournée vers une formule congrès, séminaire. On pense notamment à une meilleure

harmonisation des stands, notamment en faisant appel à un seul et même prestataire qui proposerait des packages pour les business lounge. Ce qui n'empêcherait évidemment pas la personnalisation, mais permettrait de réduire les coûts de chacun et de proposer une offre d'entrée vraiment intéressante pour attirer de nouveaux exposants. Nous réfléchissons également à la possibilité de gérer les agendas de rendez-vous, qui sans mettre tout le monde au même niveau, faciliterait le passage des acheteurs sur des stands jugés a priori de moindre importance par rapport aux majors. La contrepartie de stands peut-être plus modestes serait la mise à disposition d'une scène sur laquelle chacun viendrait faire des présentations à tour de rôle, avec tous les moyens que permet une grande salle. En fédérant le côté show nécessaire dans un salon dédié au jeu vidéo, nous réduirions les coûts et mettrions à disposition des exposants des moyens inédits. Nous voulons également densifier le contenu, par l'intervention d'experts capables d'apporter des informations encore plus pointues, sur les modes de consommation ou les évolutions du merchandising par exemple. Enfin, notre contrat pluriannuel avec le Palais des Festival à Cannes arrive à sa fin cette année, nous pouvons donc envisager une nouvelle destination. Cannes est un lieu remarquable pour notre



« En cumulant les chiffres d'affaires des uns et des autres, c'est près de 90% du marché qui est présent à Cannes. »

manifestation, mais il y en a d'autres ! Cannes était un lieu logique tant que l'Italie venait à l'Idéf. Désormais, il est probable que nous nous ouvririons de préférence aux pays du nord de l'Europe, cela change également la donne. De toute façon, quels que soient le lieu et la formule retenus pour la suite, l'Idéf restera une rencontre d'affaires au service de la distribution.

Et la Paris Games Week ?

Autant l'Idéf est une manifestation totalement orientée vers les professionnels de l'édition et de la distribution, autant la Paris Games Week (PGW) est un megashow pour le grand public. Articulée autour du 1er novembre pendant les vacances de la Toussaint, il permet aux férus de jeux comme aux familles de découvrir les titres de la fin de l'année sur plus de 50 000 m². Cette année, à ses côtés se tiendra pour la première fois la Game Connection, une manifestation dédiée aux développeurs (29-31 octobre, Hall 4), qui se déroule dans le cadre de Game Paris, un rendez-vous international pour les professionnels. « Notre ambition est de donner une résonance internationale encore plus forte à la PGW, en faire un repère visible sur le calendrier mondial du jeu vidéo. Le salon va devenir une manifestation incontournable en Europe grâce à la formidable synergie que nous mettons en place avec Game Paris et la Game Connection », se réjouit Emmanuel Martin.



Videogame Story

l'expo à remonter le

Entretien avec

Victor Perez,
Directeur de VPCOM

Après plus d'un an de gestation, l'exposition **Videogame Story** aborde la dernière ligne droite avant l'ouverture de ses portes. Consacré à l'histoire du jeu vidéo, l'événement prendra place dans le pavillon 8 de la **Porte de Versailles** sur une superficie de 4 500m², du **30 juin au 7 septembre**, une durée appréciable. Les deux **organiseurs**, loin d'être des inconnus, ont vu **grand** pour **raconter** et **faire jouer au public** cette passionnante histoire. Rencontre avec **Victor Perez**, Directeur de VPCOM et **Jean-Claude Larue**, Directeur général de Westport Consulting et notamment ancien Délégué général du Sell. Par Patrick Hellio - Photos : Guy Pichard

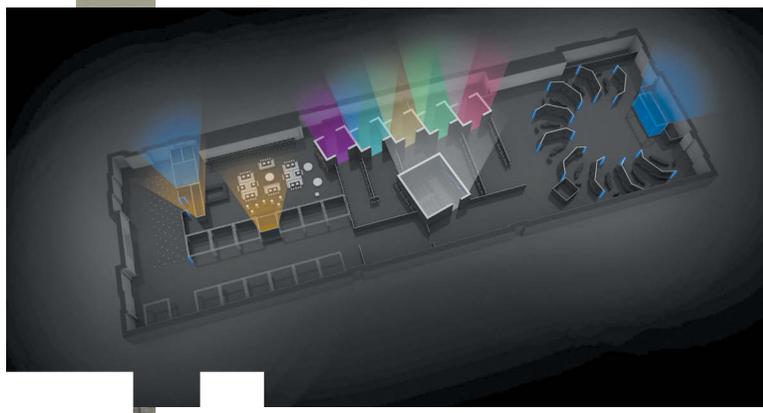
JDLI : En quoi consiste Videogame Story ?

Jean-Claude Larue : Videogame Story est une expo qui retrace l'histoire du jeu vidéo. Je précise bien car la nuance est importante : il s'agit d'une expo et non pas d'un salon où les visiteurs viennent pour voir les nouveautés du moment. Videogame Story est avant tout un projet éditorial qui vise à présenter l'évolution du jeu vidéo au fil des années. Cela va être la plus grande manifestation à ce jour dédiée à l'histoire du média interactif. Nous voulons en faire un événement grand public, accessible, sachant que nous nous adressons au cœur de cible des 12 à 25 ans et à leurs parents évidemment ! Le maître mot est vraiment la scénarisation du contenu historique du jeu vidéo, nous nous positionnons comme un événement culturel certes, mais qui reste fun.

Victor Perez : Trois sessions seront proposées chaque jour pour parcourir l'expo, pour une visite qui prendra environ trois heures. Nous avons particulièrement travaillé la scénographie de l'endroit et Videogame Story va être divisé en trois principales zones. Tout d'abord une antichambre dotée d'une quarantaine de machines de jeu dont des bornes d'arcade pour faire patienter les visiteurs avant le début de la visite. Ensuite, l'exposition en elle-même qui recouvre trois grandes thématiques : le passé, le présent et l'avenir. Enfin, une galerie marchande proposera divers objets à la vente dont le guide officiel de l'exposition.

Pourquoi faire cohabiter passé, présent et futur du jeu vidéo ?

VP : Cela permet de représenter l'histoire du média de manière complète, en illustrant combien le jeu vidéo d'aujourd'hui peut être mis en perspective avec les débuts de l'industrie... et ce qu'il sera demain. L'expo sur le passé du jeu vidéo comprend 200 mètres de linéaires, sur une surface de 1050 m² avec 300 machines emblématiques exposées dont 200 jouables. Elles sont issues de ma propre collection, que je continue d'ailleurs d'alimenter. Le présent va accueillir des espaces occupés par différents éditeurs et constructeurs d'aujourd'hui. Une scène y abritera divers événements et rencontres avec des personnalités et un espace sera dédié aux jeux 18+. L'objectif est de



temps

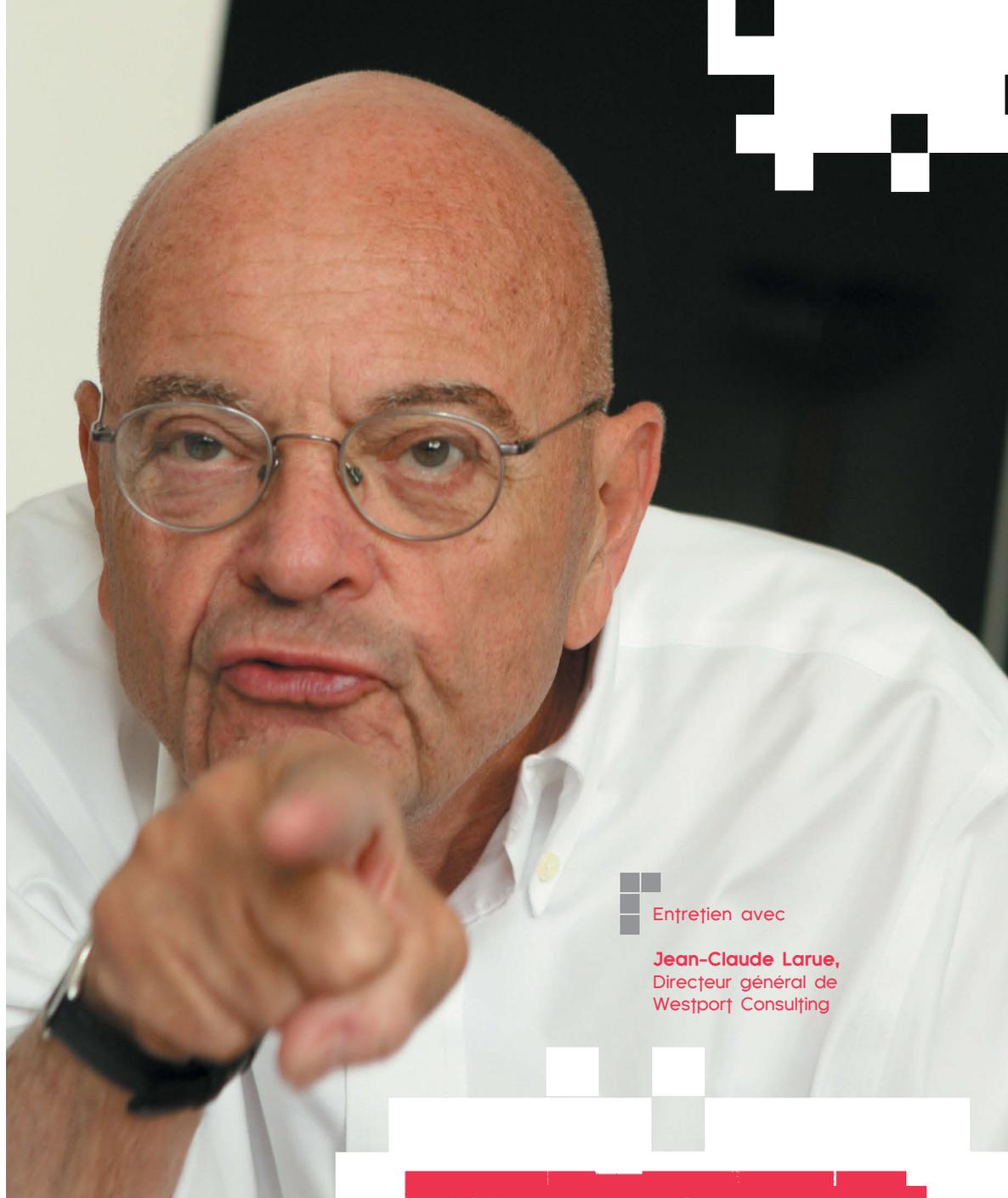
représenter le jeu vidéo contemporain sous ses différentes formes, que ce soit avec des constructeurs de consoles ou des éditeurs de jeux en ligne. Un musée Pokémon permettra pour sa part de consulter des dessins préparatoires des personnages... Un espace sera également consacré au phénomène Minecraft. En ce qui concerne le futur, nous avons un partenariat avec Orange qui proposera aux visiteurs de découvrir des usages innovants autour du cloud gaming et des services multimédia. Des casques Oculus Rift seront également présentés. Des origines aux technologies de demain, c'est toute l'évolution du jeu vidéo que nous voulons synthétiser dans cette exposition.

Comment vous positionnez-vous par rapport à Paris Games Week (PGW)?

JCL : Il n'y a pas d'ambiguïté : nous ne sommes pas concurrents de la PGW qui présente, elle, l'actualité jeu vidéo de la fin d'année. Nous sommes d'ailleurs partenaires avec le Sell, ce qui prouve que nous ne sommes pas en frontal avec la PGW. A la fin de la visite, un rendez-vous est effectivement donné aux visiteurs pour la PGW quelques semaines plus tard (du 29 octobre au 2 novembre également à Porte de Versailles, ndlr). Videogame Story est une expo avec une approche éditoriale tant en termes de contenus que de présentation uniformisée. C'est au sein de ce dispositif que nos partenaires viennent prendre place, en s'adaptant à la charte de l'exposition dans des stands de 50 à 120 m² personnalisables, au sein d'un environnement qui reste de notre fait.



Ouvrage dédié de 300 pages
tiré à 10 000 exemplaires (29,90 euros)



Entretien avec

Jean-Claude Larue,
Directeur général de
Westport Consulting

Videogame Story

Du 30 juin au 7 septembre
Porte de Versailles, Pavillon 8
7 jours/7, trois sessions par jour
Tarifs: 14,50 euros (plein), 11,50 euros (réduit),
42 euros (4 personnes)
Gratuit pour les enfants de moins de 5 ans
www.videogamestory.fr

Quels sont vos partenaires ?

JCL : Nous avons signé avec une dizaine de partenaires dont Orange qui développe le salon du futur et va aussi communiquer sur l'expo, Coca-Cola Zero, Sony Computer et Microsoft qui vont tenir des espaces dédiés, vente-privée va commercialiser des entrées et faire profiter d'une privatisation de l'exposition à ses clients.

VP : Des éditeurs de jeux Free-to-play devraient également participer à l'expo dont le leader Riot Games, Gaijin Entertainment, Wargaming qui sont de





nouveaux géants de ce secteur. Minecraft, le leader du jeu en ligne, le leader du e-sport : nous essayons d'avoir une représentation la plus complète possible du jeu vidéo, sachant que de nombreux constructeurs et éditeurs sont présents via leurs titres ou machines dans la zone d'exposition dédiée aux anciens jeux.

Avez-vous bénéficié de subventions ?

JCL : Non, nous n'avons rien demandé à personne. En tant qu'entrepreneurs qui mettons en place un nouveau concept, cela nous permet de bénéficier d'une totale liberté créative dans la conception de Videogame Story. Cela se fait généralement ainsi lors d'une première édition d'un salon et, en cas de succès, on peut démarcher éventuellement les institutions en quête de soutien financier. Après avoir fait ses preuves !

Quel est le budget d'un stand sur l'expo ?

JCL : Il est de 500 euros par m² pour la location plus 200 euros pour les prestations de personnels. Nous nous chargeons en effet de la présentation et de l'animation des stands.

Comment est né Videogame Story ?

VP : Cela fait plusieurs années que je voulais créer un tel projet autour de l'histoire du jeu vidéo. Tout a commencé lorsque j'ai récupéré la collection d'anciens ordinateurs et consoles d'un ami et que l'idée d'en faire une exposition a germé. Après une exposition temporaire à Montpellier, la première grande expérience a été la participation l'année dernière à Cinema Paradiso organisé par MK2 au Grand Palais à Paris, au sein duquel j'ai monté une expo dédiée aux anciennes machines. En envisageant quelle suite donner à l'expérience et en discutant avec Jean-Claude qui avait travaillé sur Game Story qui s'est tenu fin 2011 au Grand Palais, nous nous sommes rendus compte que nous étions assez complémentaires pour nous lancer sur un projet commun ! Le fait d'avoir tous deux de bons réseaux dans l'industrie était essentiel.

JCL : En créant et développant l'Idef et la PGW, j'ai acquis une certaine expérience dans le domaine de la création d'un salon ! Début 2012, Game Story, qui a été monté en partenariat avec la Réunion des Musées

Nationaux et MO5.com, a été une belle expérience que j'ai eu le plaisir de superviser. L'entrée du jeu vidéo au Grand Palais était un moment important mais qu'il a fallu que je lance malgré la réticence de la plupart des acteurs du marché, qui ne saisissaient pas la portée d'un tel événement. Sony, Microsoft et Nintendo ont soutenu le projet, le Sell a fait un apport et on a pu financer le projet. Nous avons eu 700 m² d'expo, une jauge (nombre de visiteurs simultanément dans l'expo, ndlr) de 170 personnes que nous avons montée à 200 devant le succès de la manifestation qui a accueilli près de 80 000 visiteurs en deux mois. Une expo qui a d'ailleurs en quelque sorte souffert de son succès puisque des files d'attente de quatre à cinq heures étaient monnaie courante ! Il était évident que la demande était là pour un tel événement et quand Victor m'a parlé de son projet suite à l'expérience Cinema Paradiso, nous avons développé Videogame Story. Nous l'avons présenté à Viparis, la société qui gère une dizaine d'espaces d'exposition en région parisienne et que je connaissais depuis des années. Ils nous ont dit banco !

A quelles difficultés vous êtes-vous confrontés ?

JCL : Tout d'abord, il s'agit d'expliquer à nos partenaires potentiels que la participation à l'exposition consiste moins à promouvoir sa marque et gagner de nouveaux consommateurs que de valoriser un projet culturel d'ampleur autour du jeu vidéo. Bref, sortir du schéma du salon où l'on met en avant ses produits du moment pour entrer dans la notion de participation à une exposition qui est dotée d'une ligne éditoriale.

VP : C'est d'autant plus difficile que nous avons souhaité être très actifs dans le choix de nos partenaires, en sélectionnant des intervenants ou exposants pertinents qui servaient notre postulat éditorial. Définir le prix d'entrée pour les visiteurs était capital et a été également l'objet de longues discussions entre nous. Nous nous sommes alignés sur la moyenne basse des prix du marché pour une exposition de cette envergure.

JCL : Evidemment, trouver le lieu pour l'exposition était primordial. Et la proposition de Viparis de nous installer pendant l'été à la Porte de Versailles, pour un budget accessible, a été clé pour nous permettre de monter l'exposition sans par exemple impacter sur le prix de l'entrée.

Quels sont vos objectifs, sachant que vous ne serez pas cette fois sur une place centrale comme le Grand Palais ?

VP : Nous comptons au minimum atteindre 150 000 visiteurs en 73 jours, soit 10 semaines et demi. Nous avons une jauge de 1 200 personnes maximum simultanément.

JCL : L'exposition Le Titanic, qui a été organisée l'année dernière par Viparis à la même période, a fait 242 000 visiteurs, c'est un bon repère. Evidemment, si le succès est là, nous aimerions reconduire l'exposition en France mais aussi à l'étranger.

Quel est votre message aujourd'hui ?

VP : L'expo a quasiment fait le plein mais nous sommes toujours à l'écoute si des exposants souhaitent nous rejoindre à la dernière minute. Toute participation ou même contribution à l'exposition via par exemple des objets emblématiques est évidemment la bienvenue !

Plan de comm'

Diverses animations sont prévues au cours de Videogame Story. « Des personnalités du jeu vidéo vont venir participer à des événements sur l'exposition comme Marcus, Julien Tellouck, Omar et Fred ou le Joueur du Grenier (célèbre Youtuber, ndlr) », précise Victor Perez. Des happenings mettant en vedette des champions d'eSport sur des titres emblématiques comme FIFA ou Leagues of Legend sont également prévus. « La tenue de Japan Expo début juillet également au Parc des Expositions va nous permettre d'accueillir des personnalités japonaises », prévoit Jean-Claude Larue. Côté médias, un dispositif comprenant « beaucoup de Web », un fort accent sur les réseaux sociaux, mais aussi un partenariat avec NRJ, de la visibilité en TV sur Game One, une couverture éditoriale par plusieurs journaux télévisés, des partenariats avec M6 Mobile ou le sponsor Orange sont au programme. ViParis devrait lancer une campagne d'affichage à partir de fin mai. Une opération spéciale est prévue avec le partenaire Coca-Cola Zero, soit un concours avec privatisation de l'exposition à la clé pour les gagnants. Les interviewés annoncent un budget de communication de 250 000 euros.

CHANGHONG

Make your Imagination Fly



VOUS PENSIEZ QUE LES INNOVATIONS CHINOISES
MANQUAIENT D'AMBITION ?

Découvrez le nouvel écran Ultra Haute Définition CHANGHONG Serie C5500
140cm/55'' – Slim Design - Smart TV

Nous contacter : Changhong France - 01 47 74 74 49

Pour plus d'informations : www.changhongeurope.com



Entretien avec

Julien Villedieu,
Directeur général du SNJV

JDLI : Quelles sont les missions du SNJV aujourd'hui ?

Julien Villedieu : Le SNJV a été créé en 2007 pour prendre la succession de l'Apom, et offrir aux entreprises de production des métiers du jeu vidéo une structure syndicale en mesure de défendre leurs intérêts et de mettre en lumière leur rôle et leur apport dans l'économie. Aujourd'hui, nous comptons plus de 200 adhérents, allant de la multinationale et à la TPE. Le travail du SNJV, c'est de fédérer les intérêts de sociétés

On connaît le SNJV pour ses actions visant à défendre les intérêts des entreprises de production de l'univers vidéoludique. Présent sur différents fronts, le syndicat national du jeu vidéo vient de s'associer à l'Idate pour solliciter les entreprises françaises du secteur afin qu'elles communiquent de façon confidentielle certaines de leurs données. Le but ? Pouvoir étayer le discours auprès des pouvoirs publics. Julien Villedieu, Directeur général du SNJV, nous a reçus dans les locaux du syndicat, vers la Bastille à Paris.

Par Sébastien Anxolabéhère

de tailles variées, incarnant des métiers différents et adressant des marchés différents. Mais toutes œuvrant pour le jeu vidéo. Si la majorité des adhérents sont du côté de la création et de la production, nous avons également des éditeurs, des prestataires ainsi que des distributeurs tels que Metaboli. Lors de la création du SNJV, le monde du développement et celui de l'édition-distribution étaient très distincts l'un de l'autre. Avec les possibilités de distribution directe offertes par les évolutions technologiques et économiques, les choses ont un peu évolué et aujourd'hui auprès des pouvoirs publics ou des médias l'ensemble de la filière jeu vidéo tient des discours très proches.

Qui sont vos principaux interlocuteurs ?

Nous dialoguons avec les services de Matignon, et avec les ministères directement concernés par les activités



de la filiale, c'est-à-dire le ministère de l'Economie et le secrétariat d'Etat à l'économie numérique, les Finances, le Commerce extérieur, et évidemment la Culture. Auprès des médias de tous ordres, le travail du SNJV est la valorisation du secteur notamment en rappelant encore et toujours que le jeu vidéo est un média qui permet un développement personnel des individus, et sûrement pas un vecteur de violence, comme certains continuent parfois à le dire. Nous menons également un travail de promotion du savoir-faire français auprès d'interlocuteurs étrangers.



Baromètre du jeu vidéo en France 2014

IDATE

Le SNJV (Syndicat National du Jeu Vidéo), en association avec l'IDATE (Institut de l'Audiovisuel et des Télécommunications en Europe), lance le baromètre 2014 du jeu vidéo. Cette enquête annuelle est destinée à mieux appréhender la situation économique et sociale du secteur des jeux vidéo hexagonal et permettra d'appuyer les propositions formulées par le SNJV à destination des partenaires publics et observateurs de notre secteur.

Ce questionnaire porte sur vos activités, sur l'emploi, sur les résultats économiques de votre entreprise et sur votre perception de la situation actuelle du secteur en France. Les résultats de cette enquête seront communiqués en septembre sous la forme d'une synthèse et feront l'objet d'une conférence de presse de rentrée.

Ce baromètre comporte des questions relatives aux données comptables et financières de votre entreprise ainsi qu'aux ressources humaines, merci de vous munir des éléments nécessaires afin de pouvoir répondre à ces questions.

Le succès de cette étude repose avant tout sur la représentativité des résultats que nous obtiendrons. Ainsi la diversité des entreprises de l'industrie vidéoludique française doit être prise en compte. Nous vous remercions donc de consacrer 15 minutes pour répondre à nos questions.

Une totale confidentialité des résultats de chaque questionnaire est assurée par le SNJV et l'IDATE.

Merci par avance.



Quels sont les résultats les plus marquants que vous avez obtenus ces dernières années ?

Notre apport a été déterminant pour l'obtention du crédit d'impôts, une bataille menée conjointement avec le Sell. La création du fonds d'aide au jeu vidéo aussi, ainsi que le fonds d'avances participative, un nouveau dispositif qui vise à renforcer les fonds propres des sociétés grâce à un prêt. Le CNC a mis cinq millions pour ce fonds et le commissariat général à l'investissement, né du programme des investissements d'avenir, a versé 15 millions. Le SNJV est également à l'origine du référentiel métiers qui sert à définir des métiers du jeu vidéo auprès de l'Apec et de Pôle Emploi. In fine, le principal est d'avoir positionné la filière française du jeu vidéo comme un acteur économique important et un pourvoyeur d'emplois.

En quoi consiste l'enquête que vous avez lancée avec l'Idate ?

Le SNJV collabore avec l'Idate depuis des années, dans le cadre du Game Business Summit, tout comme nous travaillons d'ailleurs avec Magelis sur le Video Game Economic Forum par exemple. Avec l'Idate, l'idée est de qualifier, qualitativement et quantitativement, ce qui

SNJV questionnaire entreprises du secteur



Baromètre du jeu vidéo en France 2014

IDATE

Les questions suivantes portent sur votre profil et celui de votre entreprise.

Précédent 0% 50% 100% Suivant

Le Sphinx

gène du jeu vidéo dans le pays. Nous avons besoin d'avoir une base de données puissante et fiable pour appuyer nos démarches auprès de nos interlocuteurs. Les pouvoirs publics sont toujours demandeurs de chiffres solides en matière économique, sociale, et même sur le moral des décideurs. Le SNJV apporte sa connaissance des entreprises et sa capacité à mobiliser le secteur, alors que l'Idate est reconnu pour sa capacité à traiter des données. Il existe évidemment diverses études sur le marché du jeu vidéo, et elles sont souvent de grande valeur. Mais il n'y a pas de baromètre annuel permettant de mesurer précisément les activités et la performance des entreprises françaises. C'est devenu prioritaire pour une industrie qui est au cœur de la culture et du numérique, et qui représente désormais plus de 23 000 emplois en France et génère un chiffre d'affaires cumulé de 4,9 milliards d'euros.

Concrètement, comment cela se passe-t-il ?

Nous avons adressé à plus de 300 entreprises un questionnaire en ligne très complet. Nous demandons des informations générales sur la société, mais aussi des choses plus confidentielles comme la ventilation des investissements par exemple. Nous nous intéressons également de près au moral des dirigeants, à leurs ambitions, leurs projets. Nous nous engageons donc à une totale confidentialité des informations qui nous sont délivrées. Il y a en France une sorte de complexe à communiquer sur des données économiques qui n'existe pas dans d'autres pays. C'est regrettable. D'ailleurs, il est certain que nombreuses seront les sociétés qui en répondant scrupuleusement à notre questionnaire en apprendront sur elles-mêmes. C'est presque un exercice d'audit interne que nous proposons !

Sur quelle période porte le questionnaire ?

L'idée est que les entreprises répondent à partir de leur dernier bilan comptable. Nous avons prévu de communiquer en septembre les enseignements de

« Nous avons adressé à plus de 300 entreprises un questionnaire en ligne très complet. »

cette étude. Il nous est apparu que c'était l'époque à laquelle le Gouvernement prépare le collectif budgétaire et qu'il était donc intéressant de faire part de nos revendications à ce moment.

Pourquoi ne pas avoir proposé aux sociétés de répondre de façon anonyme ?

On l'a envisagé, mais cela comporte un inconvénient : il est beaucoup plus compliqué de relancer une société qui a répondu anonymement qu'une société que l'on identifie. Or, il arrive que certaines sociétés commencent à répondre à une partie du questionnaire, puis s'arrêtent. Nous pouvons alors les relancer pour les convaincre d'aller au bout. Par ailleurs, la réputation de l'Idate et du SNJV nous assurent de la confiance des répondants. Nous ne connaissons pas personnellement tous les dirigeants des sociétés que nous adressons, mais une très forte proportion. La crédibilité personnelle joue une part évidente pour le bon déroulement de notre enquête tout comme la caution de l'Idate, avec laquelle le SNJV, et son prédécesseur l'APOM travaille depuis plus de 10 ans.

Quelle est la taille du panel que vous aimeriez avoir ?

Nous avons sensibilisé plus de 300 entreprises. Cinquante ont immédiatement répondu, mais notre but est d'en avoir au moins 200 pour présenter aux pouvoirs publics des données vraiment intéressantes et capables de faire bouger les lignes.

Questions à



Laurent Michaud, Head of Consumer Electronics & Digital Entertainment at Idate

JDLI : Quel est le rôle de l'Idate dans l'étude conjointe menée avec le SNJV ?

Laurent Michaud : L'Idate est l'opérateur technique de ce baromètre. L'Institut mène de nombreuses études intégrant des enquêtes Web. Il a donc mobilisé une équipe de consultants dont un statisticien pour répondre à ce besoin particulier, émanant des collectivités territoriales comme des entreprises. Conformément aux règles déontologiques de la profession, il respecte précautionneusement la confidentialité des données recueillies. Il est important de le signaler dans la mesure où les données traitées sont parfois stratégiques.

Quels résultats en attendez-vous ?

L'Idate s'est engagé dans la conception de ce baromètre avec le SNJV car il est convaincu de la nécessité d'instaurer un observatoire microéconomique pérenne de ce secteur, complémentaire de l'approche plus macroéconomique, menée par le CNC. En outre, l'Idate espère que les industriels vont s'approprier les résultats de cette enquête car, au-delà du pouls que nous proposons de prendre une fois par an, elle devra témoigner des orientations et changements structurels des entreprises de ce secteur.

Opération estivale chez



Bandai Namco

C'est désormais un rendez-vous régulier en magasins : Bandai Namco met à nouveau en place cet été une opération spéciale autour de son catalogue de jeux Kids. Focalisé sur les consoles portables, le dispositif « Pars en Vacances avec tes Héros Préférés » met en avant les jeux commercialisés par l'éditeur mettant en scène des franchises comme Monster High, Barbie, l'adaptation du film d'animation Dragons 2 ou encore Les Mystérieuses Cités d'Or. Les jeux concernés sont notamment regroupés dans des box dédiés et l'éditeur annonce que « de nombreux dispositifs sont d'ores et déjà prévus pour relayer l'opération et optimiser sa visibilité dans chaque enseigne participante ». Bandai Namco rappelle avoir déployé une opération du même genre à Noël 2013, qui a généré 120 000 ventes de jeux en cinq semaines.

Call of Duty

Un nom, une date

Activision Blizzard annonce le prochain volet de la saga Call of Duty, dont la sortie est prévue pour le 4 novembre. Call of Duty : Advanced Warfare mettra en scène la guerre moderne dans un proche futur avec véhicules volants et exosquelettes de combat galvanisant les soldats. Une bande-annonce a été publiée du futur jeu, dans laquelle on peut voir l'acteur Kevin Spacey (Seven, The Usual Suspects...) modélisé et jouant visiblement le rôle d'un tyran en devenir. Destruction du Golden Gate Bridge de San Francisco, batailles sur terre, mer et dans les airs : le trailer ne fait pas dans la dentelle. Le jeu est annoncé sur PC, PlayStation 4, PS3, Xbox One et Xbox 360.

Wolfenstein, retour musclé



Le 20 mai, Bethesda Softworks publiait Wolfenstein : The New Order sur PC, PlayStation 4, PS3, Xbox One et Xbox 360.

Retour fracassant d'une franchise historique signé en l'occurrence par le studio suédois MachineGames, propriété du groupe Zenimax Media, et notamment composé d'anciens de Sterbreeze, qui s'était fait un nom justement dans le domaine du jeu d'action en vue subjective avec Chronicles of Riddick ou Darkness. Ce qui n'est pas de trop pour s'attaquer à une légende comme Wolfenstein, dont le volet estampillé 3D paru en 1992 a littéralement créé le genre du jeu d'action en vue subjective. Si le début de Wolfenstein : The New Order prend place dans le contexte de la Seconde Guerre mondiale comme ses prédécesseurs, le jeu développe par la suite une intéressante uchronie plongeant le joueur dans de sombres années 1960 où les nazis ont remporté la guerre et assis leur domination à travers le monde. Si l'univers Wolfenstein a connu d'excellents épisodes multijoueurs (Enemy Territory), The New Order se joue exclusivement en solo. « Les développeurs du studio ont un beau savoir-faire dans le domaine des jeux FPS en solo, à l'aspect scénaristique particulièrement développé », explique Alexandre Delamaire, Chef de produits chez Bethesda Softworks, qui rappelle effectivement que « l'ADN de la saga est foncièrement solo ». Moins porté sur le paranormal que les précédents titres de la

lignée Wolfenstein, The New Order préfère développer une imagerie perturbante à base d'expérimentations hasardeuses mêlant êtres vivants et machines. « Le jeu développe un univers que l'on peut qualifier de dieselpunk, comme un pendant au steampunk mais basé sur la technologie du moteur à explosions et le contexte du début du 20ème siècle », précise Alexandre Delamaire.

Réalité alternative

Les 15 ans que B.J. Blazkowicz a passés dans le coma ont vu bien des changements et le héros de guerre va devoir se retrousser les manches pour affronter les monstres et créatures mécaniques créées par le Troisième Reich pour asseoir sa domination. S'il repose sur un moteur de pointe du groupe, iTech 5, et affiche une réalisation de haut vol sur consoles de nouvelle génération, The New Order n'en reste pas moins fidèle à ses origines et prodigue une expérience de jeu aussi simple et rétro qu'efficace. L'accueil critique du jeu en France est d'ailleurs largement favorable et salue ce retour aux sources. Pour valoriser l'univers singulier sur lequel est bâtie la saga Wolfenstein, l'éditeur a déployé un dispositif marketing original notamment sur Internet mettant en scène musiques (le fictif label Neumond Classics et ses hilarantes reprises de classiques en versions teutonnes), reportages vidéo et autres visuels en provenance directe de cette réalité alternative où les années 60 se conjuguent à la mode du Troisième Reich. Une campagne Web, avec mini-site sur jeuxvideo.com, a été lancée pour deux semaines. Le jeu a également profité d'un soutien en TV (chaînes cabsat), d'une présence en cinéma mais aussi d'un soutien sur les réseaux sociaux. Peu avant le lancement, l'éditeur annonçait une mise en place de plus de 100 000 exemplaires. Un point enfin qui a son importance : les premiers tirages du jeu embarquent un code qui permettra à ses heureux possesseurs de profiter d'un accès en avant-première à la future Beta du prochain jeu Doom. Un titre évidemment très attendu !



Disney Infinity

les super-héros débarquent

Disney annonce une nouvelle déclinaison de son concept Infinity, mêlant jeu vidéo et

figurines physiques. Si les premières versions du jeu, lancé à la rentrée 2013, mettent en vedette les personnages de l'univers Disney, Infinity 2.0 consacrera pour sa part les super-héros de l'écurie Marvel (propriété du groupe Disney). Thor, Captain America, Iron Man Hulk ou encore La Veuve Noire vont ainsi profiter de figurines à leur effigie embarquant une puce pour enregistrer l'évolution du personnage. Tout en restant compatible avec le portail, les personnages et power discs du jeu original, Disney Infinity 2.0 et ses nouveaux personnages proposera également de toutes



nouvelles aventures spécialement concoctées pour ces personnages populaires dotés de super-pouvoirs. Toujours développé par Avalanche Software, Disney Infinity 2.0 : Marvel Super Heroes est prévu pour cet automne sur PlayStation 4, PS3, Xbox One, Xbox 360, Wii U, PC ainsi que smartphones et tablettes. Selon Disney, plus de trois millions d'exemplaires du jeu original ont été vendus à travers le monde.



Dead Island, la totale !

Le jeu d'action en vue subjective qui marie avec plaisir vacances sous les tropiques et attaque de zombies assoiffés de sang

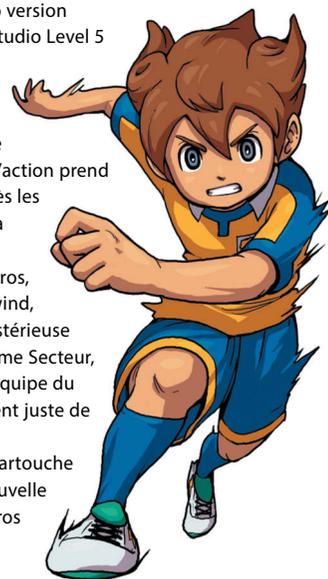
profite d'une compilation regroupant les deux volets parus à ce jour. Disponible sur PC, PS3 et Xbox 360, Dead Island Double Pack réunit les deux jeux parus respectivement en 2011 et 2013, chacun en éditions complètes embarquant la totalité des DLC proposés. Des heures de jeux sanglantes seul ou à plusieurs en perspective, pour une trentaine d'euros. De quoi faire patienter les retardataires en attendant la prochaine itération de la franchise, Dead Island Epidemic, qui se fera courant juin sous la forme d'un jeu de combat en arènes multijoueurs sur PC et en Free-to-play.



Deux Inazuma Eleven en juin



Nintendo annonce la sortie de deux nouveaux jeux de la saga Inazuma Eleven le 13 juin sur Nintendo 3DS. Deux cartouches différentes embarquant chacune des spécificités notamment au niveau de l'équipe rivale du héros, avec Inazuma Eleven Go version Lumière ou Ombre. Le studio Level 5 signe un nouveau volet de cette saga mêlant simulation de football, gestion d'équipe et une composante rôle, dont l'action prend place une décennie après les événements de Inazuma Eleven 3 sur la même console. Un nouveau héros, le collégien Arion Sherwind, doit faire face à une mystérieuse organisation, le Cinquième Secteur, qui entend dissoudre l'équipe du collègue Raimon, qu'il vient juste de rejoindre. Comptez une quarantaine d'euros la cartouche pour découvrir cette nouvelle génération de super-héros des stades.



Evans

Écoutez-moi bien : à compter de ce jour, quand vous jouerez au foot, vous jouerez pour gagner. Vous m'avez bien compris ?

Dématérialisé de haut vol chez Ubisoft



Ubisoft confirme la date de sortie de la prochaine production dématérialisée du studio Ubisoft Montpellier (Rayman Legends), Soldats Inconnus : Mémoires de la Grande Guerre. C'est donc le 25 juin que les possesseurs de PlayStation 4, PS3, Xbox One, Xbox 360 et PC pourront télécharger ce jeu d'aventure et d'action prenant place dans le contexte de la Première Guerre mondiale, dont on célèbre actuellement le centenaire. Il s'agira de contrôler quatre protagonistes différents sur le champ de bataille dont les destins vont s'entrecroiser. Le jeu sera téléchargeable contre 14,99 euros. Quelques semaines après la sortie remarquée de Child of Light, jeu de rôle/action signé par une petite équipe d'Ubisoft Montréal, l'éditeur annonce que le titre fera ses premiers pas sur console portable le 2 juillet prochain via une version téléchargeable sur PS Vita (14,99 euros également).

Far Cry 4 officialisé

Les amateurs de jeux d'action en vue subjective et en monde ouvert seront ravis d'apprendre qu'un nouvel épisode de la série Far Cry est prévu pour cette année. Après l'Afrique de Far Cry 2 puis l'île du Pacifique de l'inoubliable Far Cry 3, Ubisoft emmènera cette fois les joueurs dans l'Himalaya, où un despote

auto-proclamé fait visiblement des siennes. « Après le succès de Far Cry 3, nous voulions pousser la franchise encore plus loin, et créer un jeu qui dépassera les attentes des joueurs et des fans », explique Dan Hay, Producteur exécutif du jeu chez Ubisoft Montréal. Les premières images du jeu devraient être montrées à E3. Far Cry 4 est prévu pour le 20 novembre sur PlayStation 4, PS3, Xbox One, Xbox 360 et PC.



Wildstar décolle

NCsoft publie début juin Wildstar, un nouveau jeu de rôle massivement multijoueurs sur PC. Koch Media se charge de la commercialisation

en France du titre développé par le studio américain Carbine Studios, composé notamment d'anciens de chez Blizzard (World of Warcraft) et donc particulièrement expérimentés dans le genre. Un projet important, en développement depuis plus de quatre ans, que le studio a visiblement voulu peaufiner un maximum avant de le lancer. « Lorsque nous avons présenté le jeu au Paris Games Week 2011, le jeu tournait déjà très bien ! », se rappelle en effet Emmanuel Melero, Directeur marketing chez Koch Media France. Loin des aventures à tendance heroïc-

quarantaine de joueurs, le titre a de quoi motiver les communautés.

Le temps, c'est du jeu

Wildstar repose sur le modèle de l'abonnement mensuel, après avoir acheté la boîte du jeu (qui comprend 30 jours de jeu). Des cartes de crédit de temps seront commercialisées en magasins (15, 30 et 60 jours), sachant que le jeu repose sur un système original. En plus de l'abonnement mensuel (une dizaine d'euros environ), Wildstar entend récompenser l'assiduité des joueurs. « Plus l'utilisateur va jouer, moins il paiera », situe en effet Emmanuel Melero. « Plus il va s'investir dans le titre, plus le



fantasy que l'on rencontre majoritairement dans le rayon des jeux massivement multijoueurs, Wildstar invite les joueurs à des aventures intergalactiques au ton décalé, flirtant avec les codes du western. « L'univers du jeu repose sur une sorte de fantasy futuriste agrémentée d'une bonne dose d'humour. C'est vraiment l'un des traits distinctifs du titre ». En choisissant sa classe de personnage mais aussi une vocation, chaque joueur peut définir son expérience en fonction de ses affinités : explorateur, soldat, savant ou encore colon bâtisseur. Apporter un vent de fraîcheur tout en régaland les core gamers en quête de nouveaux défis : le nouveau jeu de NCsoft entend visiblement apporter une contribution remarquée à un genre où les Free-to-play règnent quasiment en maîtres actuellement. Avec ses raids pouvant accueillir une



joueur aura de l'or et pourra ainsi acheter du Credd, du temps de jeu, ce qui lui permet ainsi de financer sa participation au jeu ». Pour accompagner la sortie de ce titre qui ne manque pas d'ambitions, l'éditeur publie deux éditions qui ont bénéficié d'un programme de pré-commandes (dont le tirage Deluxe qui comprend parmi les bonus un accès anticipé au jeu de quelques jours). Côté marketing, le jeu est principalement soutenu sur Internet, un fil rouge de la campagne qui a été régulièrement relancée à chaque ouverture d'une version beta du jeu. Au lancement, le dispositif doit être élargi en termes de cible via des opérations sur Twitch ou le portail communautaire Millenium.



acer

explore beyond limits™***

e TOUCH

COOLER



Iconia | A1-830

*Un design renversant
Une performance fluide
Superbe écran 7.9"*

*Tablette équipée d'un processeur Intel®
pour une expérience utilisateur exceptionnelle.*

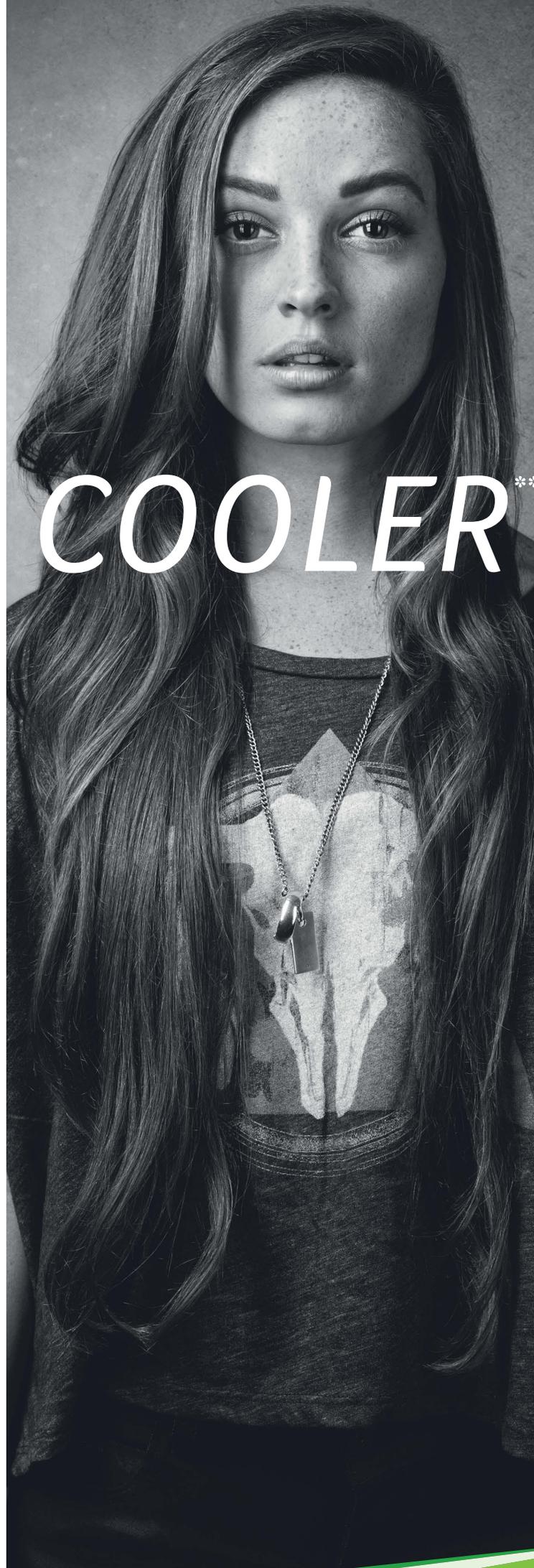


Intel, le logo Intel, Intel Atom et Intel Atom Inside sont des marques de commerce d'Intel Corporation aux États-Unis et dans d'autres pays.

°Catégorie Informatique - Étude Inference Operations - Viséo Conseil réalisée de mai à juillet 2013 sur le principe du client mystère au moyen de 215 contacts répartis entre appels téléphoniques, e-mails, navigations Internet et réseaux sociaux

**Une touche de décontraction

***Au-delà des limites



Watch Dogs : le choc next-gen

Ubisoft publiait le 27 mai *Watch Dogs* sur PC et consoles de salon d'ancienne et nouvelle génération. C'est sur ce terrain *next-gen* en particulier que le jeu était attendu, tellement il synthétise les *promesses* des nouvelles machines avec son *univers ouvert interactif*, connecté mais aussi une manière originale d'aborder le *multijoueurs*. Un *lancement hautement stratégique* pour l'éditeur français, qui ne cache pas ses ambitions de créer une *nouvelle franchise* à long terme. Par Patrick Hellio

Fin 2013, alors que *Watch Dogs* est l'un des blockbusters les plus attendus de fin d'année, Ubisoft décide de reporter le jeu.

Un choix courageux mais qui provoquera une sanction immédiate à la Bourse où le titre va décrocher brusquement de 27% et que l'exercice fiscal 2013/2014 sera directement impacté. Un report qui inquiète évidemment les observateurs quant à la qualité du titre dont on sait les ambitions dantesques et qui risque de frustrer le public et d'éventer l'effet nouveauté de l'inédite propriété intellectuelle. L'annonce par Ubisoft une semaine après le lancement du jeu de plus quatre millions d'unités écoulées en sell out a balayé ces inquiétudes. Comme si l'attente de ces six mois supplémentaires n'avait fait qu'aiguiser l'appétit des



joueurs pour la nouvelle création du groupe. D'autant que l'éditeur a savamment entretenu la communication autour du titre via des bandes annonces, trailers mais aussi des dispositifs de circonstance plus singuliers comme le site We Are Data qui centralise les données publiques de Paris, Londres et Berlin, esprit du jeu oblige. Ou plus récemment la vidéo « caméra cachée » où des passants s'improvisent malgré eux hackers avec leur mobile, qui a « dépassé les huit millions de vues en trois jours seulement ». Un report qui permet de lancer en définitive le titre à un moment où les catalogues des consoles next-gen sont encore faibles mais où les bases installées ont eu plus de six mois pour décoller. « Ce délai supplémentaire a permis aux développeurs de peaufiner le jeu et de corriger ce qui devait l'être », détaille Guillaume Apesteguy, Brand manager chez Ubisoft. « Déjà très dense, le jeu a encore gagné en richesse et en diversité. Notamment avec tous ces passants que le joueur rencontre et via lesquels il peut enclencher des missions littéralement à chaque coin de rue. Le laps de temps supplémentaire a également permis d'implémenter davantage d'activités

de piratage ». Depuis sa première apparition lors de la conférence Ubisoft de l'E3 2012, *Watch Dogs* n'a cessé d'attiser la curiosité, souvent annoncé comme l'un des premiers jeux pensés en direction des consoles de nouvelle génération. Sur un salon E3 2012 ronronnant, la promesse d'Ubisoft sonnait comme le coup de départ de la nouvelle génération, un an avant l'arrivée des machines.

Hacker vaillant...

Le joueur incarne Aiden Pearce, un pirate informatique expert de la sécurité qui, après avoir fait une découverte malvenue, est autant recherché par ceux qui ont causé la perte d'un de ses proches que par les forces de l'ordre. Dans une ville de Chicago en monde ouvert, le joueur peut pirater ce monde ultra-connecté via son smartphone, sésame qui ouvre toutes les portes ! Pirater les caméras de surveillance, contrôler à distance les feux de signalisation pour bloquer un véhicule ou accéder à des informations sensibles sur une cible deviennent le quotidien du joueur qui scrute les données de tous les passants qu'il croise dans la rue. Un principe



Vitrine technologique

Watch Dogs, une vitrine pour Ubisoft ? « Tout à fait », explique John Parkes, Directeur général d'Ubisoft France. « Watch Dogs incarne la stratégie d'Ubisoft qui consiste à créer de nouvelles propriétés intellectuelles, à développer des mondes et univers immersifs avec une forte composante narrative ». Selon l'éditeur, l'aspect « next-gen » de ce titre se définit en plusieurs points : « Tout d'abord, un monde ouvert à la réalisation jamais vue, ensuite un gameplay innovant dans lequel expériences solo et multijoueurs sont « seamless », sans rupture, mais aussi la dimension asynchrone qui permet à des joueurs de participer au jeu de manière différée ou encore le Companion Gaming qui prolonge l'expérience de jeu sur une autre plate-forme ». L'éditeur français est toujours fortement présent dès l'arrivée d'une génération de consoles. « C'est un moment opportun pour lancer de nouvelles franchises », estime John Parkes. « Les joueurs sont plus ouverts, ils sont dans la découverte de nouvelles machines et donc de nouvelles expériences. En début de leur cycle, les nouvelles consoles s'adressent à des early adopters qui sont généralement curieux vis-à-vis des nouveautés ».



complet. Quitte à en repousser la sortie de quelques mois.

Machine de guerre

Plusieurs studios (Ubisoft Montréal à la direction, Ubisoft Québec, Reflection en Angleterre, Ubisoft Paris à Montreuil, Ubisoft Bucarest) pour un total de 800 personnes mobilisées au pic de la production à travers le monde : le développement de Watch Dogs s'inscrit dans la logique de super-production comme une major du jeu vidéo peut l'envisager aujourd'hui. Parmi les grandes avancées proposées par le titre, outre une ville de Chicago plus vivante que jamais, se démarque une nouvelle approche du multijoueurs. Au sein de son expérience solo scénarisée, le joueur peut permettre aux autres personnes connectées de rejoindre sa partie pour y participer à des activités et missions annexes du genre piratage, course de voitures ou filature. Un multijoueurs « seamless », sans interruption de la partie, qui pourrait bien devenir un nouveau standard pour les jeux sur cette génération de consoles. The Crew, prochain jeu de course chez Ubisoft en monde ouvert et taillé pour les consoles de nouvelle génération devrait embarquer un système similaire. Si les versions PS4 et Xbox One sont désormais « lead » (le jeu est développé pour ces machines, il est ensuite adapté aux autres plateformes) sur un titre comme Watch Dogs, celui-ci est également publié sur les consoles de précédentes générations et le PC (configuration puissante de rigueur). Un partenariat a été mis en place avec Sony Computer pour proposer un pack avec la PS4 mais aussi des contenus supplémentaires à télécharger sur les machines de la marque (des missions

exclusives comme pour Assassin's Creed IV Black Flag). Parcs installés oblige, Ubisoft entend ne pas négliger les consoles de précédente génération. « Sur le plan du contenu, le jeu propose la même expérience entre les deux générations de consoles ». C'est en effet avant tout sur le plan graphique que Watch Dogs profite de la puissance des nouvelles consoles, « par exemple en ce qui concerne le nombre de personnages affichables simultanément à l'écran ».

Piratage massif

Avec sa nouvelle franchise, Ubisoft entend bien sûr s'adresser aux amateurs de jeux d'action en monde ouvert, férus d'Assassin's Creed, de GTA et autres Red Dead Redemption. Mais pas seulement. « Avec sa thématique et son univers, Watch Dogs devrait nous permettre de toucher également un public plus large, sensible à sa thématique mature ». Pour soutenir le lancement de cette nouvelle franchise, Ubisoft déploie un dispositif marketing conséquent avec de l'affichage (métro, RER, affichage digital à la sortie, bache périphérique), un plan TV (séries télévisées américaines ou films d'action), des spots en salles de cinéma accompagnant des blockbusters, sans oublier une présence en presse quotidienne et en radio. Et un dispositif en magasins avec stickers, vitrines... « Un plan à l'envergure comparable à celui mis en place pour Assassin's Creed IV Black Flag l'année dernière », précise Guillaume Apesteguy. Les enjeux (et investissements) sont importants sur ce titre, dont Ubisoft a souligné sa volonté de vendre davantage que le premier volet d'Assassin's Creed. Qui a dépassé les 6,3 millions d'exemplaires vendus dans le monde.

tout orwellien qui fait froid dans le dos. « Le jeu fait un état des lieux de notre vie qui est aujourd'hui très connectée », explique Guillaume Apesteguy. « Ce qui est bien sûr génial, pratique... mais aussi très fragile ». Une fois aux commandes du pirate expérimenté, libre en effet au joueur d'utiliser son savoir-faire pour aider la population ou violer en toute impunité la vie privée des habitants... « Ubisoft a de très fortes ambitions autour de Watch Dogs », confirme Guillaume Apesteguy. « Elles sont au niveau de celles d'Assassin's Creed. Il s'agit de taper fort d'entrée avec cette nouvelle franchise ». En son temps, le premier Assassin's Creed, paru fin 2007 aux prémices de la génération précédente, avait impressionné par la qualité de sa réalisation qui en faisait l'un des premiers jeux exploitant les capacités des PS3 et Xbox 360. Mais c'est dans sa suite (Assassin's Creed II, fin 2009) que la série avait pleinement déployé son potentiel avec un jeu bien plus accompli en termes de contenus. Ubisoft a visiblement entendu éviter le cas de figure ici et a profité de son expérience dans le domaine des jeux en monde ouvert pour proposer d'entrée un jeu assez riche et

La licence de ce sport très à la mode qu'est le Mixed Martial Arts (MMA) ou free fight revient sur consoles fin juin avec EA Sports UFC. Marque bien connue des amateurs du genre, lancement uniquement sur consoles next-gen, gameplay ambitieux et présence de la légende des arts martiaux Bruce Lee, le titre risque de ne pas passer inaperçu dans le paysage vidéoludique. Par Guy Pichard



EA Sports UFC

monte sur le ring



Arrivée dans les années 2000 (Ultimate Fighting Championship sur Dreamcast et PlayStation chez Crave Entertainment)

puis passée sur les différentes consoles depuis (notamment chez THQ), la licence UFC est maintenant entrée dans le giron d'EA Sports. Le titre profite donc de l'expertise de l'éditeur dans le domaine des simulations sportives (FIFA, NBA Live, Madden NFL, NHL...) avec en premier lieu le moteur de jeu maison baptisé Ignite. Développé par l'équipe d'EA Canada à Vancouver, EA Sports UFC bénéficie également de l'expérience de ce studio qui était auparavant aux commandes de la simulation de boxe Fight Night. Tout cela promet donc une physique particulièrement soignée, avec notamment des déformations des corps en temps réel, des combattants à la modélisation et aux mouvements réalistes ainsi que des soumissions au sol (particularité du MMA) très stratégiques afin de gagner le combat, sans oublier une intelligence artificielle s'adaptant à la physiologie du duel.

Bruce Lee dans l'arène

Outre les combattants sous licence officielle, un mythe des arts martiaux sera jouable : le Petit Dragon ! Une présence loin d'être anodine qui a plusieurs enjeux : « Bruce Lee apporte

beaucoup au titre » commente Stéphane Gueguen Chef de produit EA Sports. « Sa présence nous permet de ne plus parler seulement aux fans de sports de combat mais aussi au grand public, aux fans de cinéma, etc. C'est une icône internationale qui réunit les peuples. Les fans d'UFC apprécieront sa présence car il est le père des arts martiaux, les fans de jeux vidéo seront contents que l'industrie rende hommage à un tel mythe, le grand public appréciera le clin d'œil ». Si le MMA n'a pas bonne réputation en France (voir encadré), le jeu veut s'adresser au plus grand nombre, comme le confirme Stéphane Gueguen : « En intégrant Bruce Lee au jeu, cela nous permet de satisfaire les fans tout en touchant un public plus large par la même occasion. En tant que premier jeu de combat sur consoles next-gen, on va

viser à la fois les fans de sports de combat et les fans de jeux vidéo ». Prévu uniquement sur Xbox One et PlayStation 4, EA Sports UFC sort le 19 juin.



Le « free fight » pas si free

Si l'UFC (la compétition reine du MMA) est très populaire dans de nombreux pays (en Amérique du Nord en premier lieu, mais aussi en Allemagne et au Royaume-Uni), la France fait figure d'exception dans l'univers du MMA où la loi hexagonale interdit partiellement la pratique de ce sport (seuls les entraînements sont autorisés et non les compétitions) car les coups portés au sol sont formellement interdits ainsi que le combat en cage (appelée octogone). Logiquement, la télédiffusion des combats est également proscrite en France. Comme toujours, les parades existent... « Les fans d'UFC peuvent suivre les fights sur RTL9 (chaîne de télévision luxembourgeoise, nldr) et les plus assidus regardent les combats sur Internet », commente Stéphane Gueguen. « Les interdictions concernant l'UFC en France sont effectivement une contrainte, mais on se doit de faire avec et de communiquer intelligemment. Il y a des fans très actifs en France, et notre but est d'arriver à leur parler malgré les contraintes administratives liées à la pratique de ce sport en compétition ».



WI-FI

Enfin dans chaque pièce.



- ✓ Mieux qu'un répéteur Wi-Fi
- ✓ Le Wifi dans toutes les pièces
- ✓ La meilleure réception pour les Smartphones et Tablettes



dLAN® 500 WiFi Starter Kit

- Déballez, branchez, démarrez
- Améliore la réception et la portée du Wi-Fi
- Développé en Allemagne
- 3 ans de garantie fabricant



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

devolo France
215 rue Jean-Jacques Rousseau 92130,
Issy les Moulineaux, Tél. : +33 (0)1 45 29 18 32

devolo

The Network Innovation

MedPi 2014

1er Prix de l'

L'innovation est indispensable à la dynamique des marchés de biens technologiques. C'est elle qui fait rêver le consommateur, lui donne envie et crée ainsi la valeur. Il est donc important que l'innovation soit valorisée à son tour et c'est désormais chose faite à travers ces premiers prix francophones du hi-tech.



Marc Maury, Laurent Eydiou (Directeur du MedPi) et Stéphane Kauffmann (Président du jury)



Photo de famille des gagnants

Le MedPi vient d'avoir 20 ans et il a marqué de son empreinte l'industrie des biens technologiques, quasiment depuis la naissance du marché en grand public. C'est avant tout l'occasion de rencontres entre les marques et les acheteurs de la distribution qui disposent ainsi d'un espace-temps privilégié pour échanger, notamment sur les nouveaux produits. En deux décennies, le hi-tech est devenu un marché de grande consommation mais il devient de plus en plus difficile à valoriser avec la crise. Pourtant, le consommateur est fidèle au poste et ne demande toujours qu'à se passionner, à condition de lui proposer des vraies nouveautés et de l'innovation. C'est elle qui justifie l'engouement. Elle est absolument nécessaire à la bonne tenue du marché.

Un projet ambitieux

Pour ses 20 ans, le MedPi a donc décidé de créer des prix francophones qui récompensent

l'innovation. Alors qu'il en existe plusieurs de par le monde, les pays francophones en général, et la France en particulier, en étaient dépourvus, en dépit de l'importance de la zone. Mais surtout, récompenser et valoriser l'innovation en tant que force motrice du marché des biens technologiques apparaît comme une évidence, voire une nécessité. Cela permet de mettre en avant et sous les feux de la rampe les constructeurs qui s'investissent pour que le hi-tech continue à faire rêver le consommateur. Qui dit prix, dit jury à la fois pour sélectionner, juger, récompenser et montrer. Ainsi, un jury d'experts a été constitué avec des journalistes passionnés issus de différents médias mais aussi avec un expert reconnu de la distribution. Partenaires du salon avec le JDLI depuis 13 ans, nous avons aussi apporté notre contribution. Dès le départ, il a été convenu que la sélection et l'attribution des prix se feraient sans aucune contrainte autre que celle de récompenser l'innovation après l'avoir expérimentée au quotidien.



'Innovation



De gauche à droite, Amaury Mestre Delaroque, Didier Sanz, Pascal Petitpas, Bertrand Amar, Fabrice Collaro et Stéphane Kauffmann

Le jury

Bertrand Amar

Animateur, journaliste, producteur
Télé 7 jours, NRJ, Bouyaka

Fabrice Collaro

Journaliste / TF1

Stéphane Kauffmann

Directeur des rédactions / JDLI, Ere Numérique

Amaury Mestre Delaroque

Rédacteur en chef adjoint / 01 Net

Pascal Petitpas

Directeur du développement / Ex&Co

Didier Sanz

Journaliste / Le Figaro





L'usage et l'utilisation

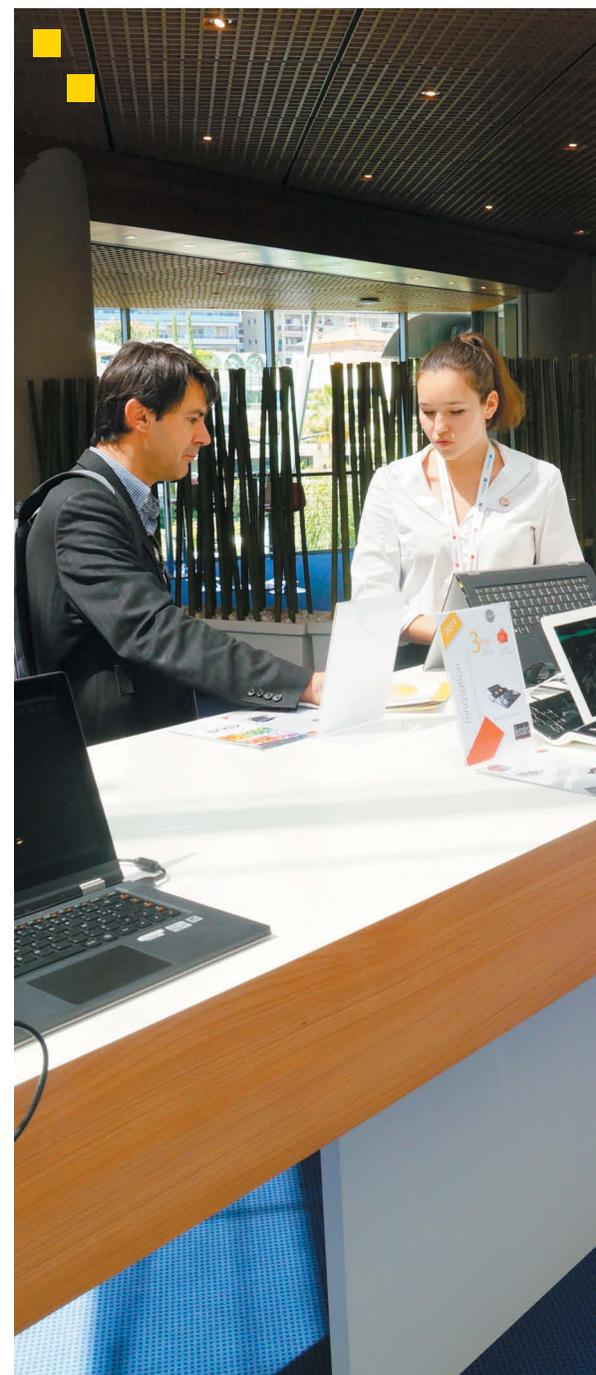
Un prix de l'innovation doit être innovant et il ne pouvait donc pas se satisfaire des catégories habituelles de produits, surtout sans grande signification d'usage à l'heure d'aujourd'hui. Il a donc été décidé de créer six catégories qui se fondent surtout sur l'utilisation : nouvel usage, vie nomade, maison techno, objets connectés, bel objet et environnement. Si les quatre premières parlent d'elles-mêmes, un mot sur le deux dernières. Le bel objet récompense le design d'un appareil et c'est devenu tout aussi important que son utilisation, d'autant que l'aspect est généralement déterminant, à la fois pour l'usage mais aussi pour l'acte d'achat. L'environnement est devenu un facteur d'usage aussi car au-delà d'assurer un avenir pour la planète, un produit respectueux ou alternatif peut aussi créer de nouveaux usages.

Jugés au quotidien

Comme il est impossible de tester réellement des centaines de produits, plus de 200 en l'occurrence pour cette première édition, il a été décidé de retenir six appareils par catégorie, les nominés. Ces 36 produits ont ensuite été utilisés par les membres du jury dans leur vie quotidienne. Malheureusement, deux participants n'ont pas pu nous fournir leurs appareils à temps et ils ont donc dû abandonner ce qui explique qu'il n'y ait que cinq nominés dans deux catégories. Rendez-vous l'année prochaine. Après avoir utilisé les appareils pendant plusieurs semaines, le jury s'est réuni pour décider de l'attribution des prix. Cela n'a pas été simple mais au final, toutes les décisions ont été prises à l'unanimité. Pour chaque catégorie, il y a donc un gagnant et deux dauphins.

L'espace innovation

Attribuer des prix est une chose mais permettre à ces produits de rencontrer leur public est tout aussi important. C'est dans ce but qu'a été élaboré l'Espace Innovation sur le salon. Il a permis aux journalistes et aux acheteurs de la distribution d'expérimenter les 34 produits nominés. Et comme mettre en situation dans un espace sécurisé n'est pas une mince affaire, l'agence spécialisée Atmosphères a conçu et réalisé un espace sur mesure. Dans un décor magnifique se sont architecturés en rond autour d'un point central six tables pour les six catégories. Sur chacune d'elle, on pouvait contempler et surtout utiliser les six appareils nominés. Des hôtesse étaient à disposition des visiteurs pour leur expliquer le fonctionnement au besoin. Un immense écran au centre rappelait les nominés comme les gagnants et montrait une vidéo sur le travail du jury. Un écran géant à l'accueil et des écrans sur tous les points d'information du salon ont également relayé ces vidéos.



Cérémonie en apothéose

Enfin, tout prix appelle une remise qui a eu lieu lors d'une cérémonie exceptionnelle le mardi 13 mai à 19 heures dans l'amphithéâtre géant Prince Pierre au Grimaldi Forum. Devant un décor inspiré par l'identité graphique des prix et avec l'aide d'un écran géant, l'animateur Marc Maury a animé la cérémonie. Après quelques mots de bienvenue du Directeur du Salon Laurent Eydiou, les six jurés ont remis les premiers prix aux heureux élus. Pour chacun, un représentant de la marque a reçu un trophée et a adressé quelques mots à l'assemblée. De l'avis général, cette cérémonie dynamique et rythmée par des vidéos a été l'aboutissement de ces premiers Prix de l'Innovation du MedPi qui seront suivis de nombreux autres. Rendez-vous est pris pour l'année prochaine.

Un guide et un site

A l'occasion, le JDLI a publié un guide complet qui explique chaque produit en détail avec notamment un commentaire du jury sur les raisons de son choix. Il a été distribué lors de la remise des prix, sur l'Espace Innovation et sur tous les points d'information du salon. Si vous n'avez pas pu vous rendre sur le salon, retrouvez le guide en intégralité sur le Web à l'adresse suivante : www.lesprixdelinnovationdumedpi.fr Vous pourrez aussi y découvrir la vidéo sur le travail du jury.



Nouvel usage

C'est un appareil technologique qui apporte un nouvel usage ou une nouvelle expérience qui n'existait pas auparavant.



1er prix

3D Solution Systems Sense Scanner 3D

C'est le premier scanner 3D grand public et très simple d'usage. Associez-lui une imprimante 3D et cloner un objet n'est plus un délire de roman d'anticipation mais à la portée de tous.



2ème prix

Lenovo Yoga Pro 2 Ordinateur convertible

Ordinateur qui se transforme en tablette, le Yoga Pro 2 peut aussi s'utiliser en tactile sur les genoux et en mode tente pour regarder une vidéo. Il est performant, autonome, léger et ultra-fin.



3ème prix

Hercules DJ Control Wave Contrôleur DJ pour iPad

C'est un contrôleur DJ qui associe le mix manuel à l'iPad pour un maximum de confort et de fun, le tout sans fil et avec des effets de lumière.



Nominés

Asus Transformer Book T100 Tablette PC

Cette tablette sous Windows se connecte à un clavier pour se transformer en ordinateur ultramobile, elle a créé une nouvelle catégorie dont le succès semble évident.



Snooper Stop Sleep Dispositif anti-endormissement

Enfilez cette bague au doigt et ne vous endormez plus au volant. L'appareil détecte toute perte d'attention et avertit par un signal lumineux et une vibration.



Fujitsu ScanSnap SV600 Numériser des livres

Il permet de scanner des livres très simplement. Il suffit de les placer en dessous et de tourner la page à chaque confirmation visuelle du scanner.

Maison techno

C'est un appareil qui est prévu pour un usage résidentiel dans le foyer. Il est capable de fonctionner par lui-même mais peut nécessiter un affichage et un son déportés. Fixe ou transportable, il améliore ou enrichit la vie au sein du foyer.



1er prix

Philips Fidelio E5 Home cinéma simplifié

Cet ensemble home cinéma réconcilie le technophile et le décorateur d'intérieur. Sur chaque enceinte stéréo, une autre se détache et peut être placée à l'arrière pour une écoute immersive dans les films, le tout sans-fil et sans alimentation.



2ème prix

Okidokeys Serrure connectée

Cette serrure se commande grâce au smartphone, avec une carte ou un bracelet. Pour ne plus jamais perdre ses clefs !



3ème prix

Lenovo Horizon 2 Table tactile

C'est déjà un ordinateur tout-en-un mais le Horizon 2 peut aussi se mettre à plat pour devenir une table tactile autour de laquelle toute la famille se divertit.



Nominés

Alcatel Phone Alert Alarme connectée

Cette alarme sans abonnement vous prévient d'une intrusion par le téléphone résidentiel DECT qui est livré avec.



Sonos Play One Enceinte multi-room

Cette enceinte, qui s'insère dans le système multi-room de la marque, peut aussi bien servir à sonoriser un espace comme elle peut faire office d'enceinte surround du salon.

Vie nomade

C'est un appareil qui est conçu pour être emporté sur soi en déplacement et qui fonctionne par lui-même. Il accompagne chaque personne individuellement tout au long de son existence, où qu'elle soit.



1er prix

Sony Xperia Z2 Smartphone ultime

Ce smartphone réunit en un appareil que l'on a toujours sur soi tout ce dont on peut rêver et plus encore. Design magnifique, étanche, antichoc, appareil photo sophistiqué, caméscope Ultra-HD, rendu audio d'exception et bien d'autres choses...



2ème prix

Port ICC Protect Sac à dos lumineux

Ce sac à dos léger pour cycliste intègre un système de signalement par LED qui se commande au guidon. Freiner et tourner sera signalé et ne vous met plus en danger.



3ème prix

Sandisk Connect Media Drive Partage de données

Ce tout petit appareil de stockage permet d'échanger du contenu entre un ordinateur, une tablette et un smartphone, le tout sans fil. On peut aussi y lire directement du contenu sans avoir à le copier.



Nominés

Alcatel One Touch Pop Fit Baladeur connecté

C'est un smartphone tout petit et coloré qui permet surtout d'écouter de la musique partout et notamment en activité sportive.



Nikon AW1 APN étanche

Ce compact à objectifs interchangeables est étanche jusqu'à 10 mètres et résiste aux chocs, comme aux températures extrêmes. Idéal pour les sports et activités en plein air.



Next Base Mira Duo Tablettes pour voiture

Ces deux tablettes pour voiture sont conçues pour lire un film contenu sur un smartphone ou une tablette, le tout sans fil. L'une peut aussi afficher le contenu de l'autre et vice-versa.

Objet connecté

Il s'agit d'un appareil qui nécessite la connexion à un autre pour pouvoir fonctionner. Avec la généralisation du smartphone, de la tablette et de l'ordinateur d'un côté et celle de la communication sans fil de l'autre, il est possible d'imaginer de nombreux appareils qui en tirent bénéfice pour simplifier ou améliorer la vie au quotidien.



1er prix

Samsung Gear Fit Montre connectée

Grâce à son écran incurvé, cette montre connectée est discrète et esthétique. En plus des notifications, c'est un coach sportif avec podomètre et cardio intégrés.



2ème prix

Elgato Smart Key Porte-clefs connecté

Avec ce petit appareil, il est facile de retrouver ses clés si on les égare ou les perd car le smartphone a mémorisé la dernière position connue.



3ème prix

Awox Smart Light Ampoule connectée

C'est une ampoule LED qui fonctionne comme les autres sauf que l'on peut aussi la piloter par le smartphone. Il est ainsi possible de changer la température, la couleur et même orchestrer un jeu de lumières.



Nominés

Jawbone Up 24 Bracelet d'activité

Ce bracelet se fait oublier mais vous dit par votre smartphone le nombre de pas effectués et comment vous avez dormi. L'application est très bien faite, un véritable coach au poignet.



Omate TrueSmart Montre connectée

Elle fait tout ce que fait un smartphone mais à votre poignet.

Bel objet

C'est un appareil technologique qui se distingue par son design, sa forme, ses matériaux, son ergonomie ou une construction atypique..



1er prix

B&O Play A9 Black Edition Enceinte sans fil

Un design magnifique pour un son d'exception.



2ème prix

Final Audio Design Piano Forte X Casque intra-auriculaire

Une forme très surprenante et un objet magnifique pour un son digne d'une salle de concert.



3ème prix

Philips M881 Téléphone résidentiel

Un objet du quotidien revisité par un design épuré très réussi.



Nominés

Rapoo A600 Enceinte sans-fil

Cette petite enceinte nomade affiche un design très réussi.



Alcatel Origin Téléphone résidentiel

Un retour aux sources pour ce téléphone par ailleurs on ne peut plus moderne.



Libratone Loop Enceinte sans-fil

Un disque coloré pour la beauté du son.

Environnement

L'appareil doit prendre en compte au moins un des critères suivants. Il a été conçu dans un souci de maîtrise de l'énergie soit par une fonction innovante en la matière, soit par sa consommation particulièrement basse, soit par son alimentation originale. Il a été développé et produit avec une attitude écoresponsable par l'usage des matériaux, sa production, son emploi, sa finalité. Il contribue au développement durable.



1er prix

Netatmo Thermostat

Ce thermostat connecté permet de contrôler son chauffage à distance par le smartphone, ce qui permet en plus de réaliser des économies d'énergie.



2ème prix

Toshiba Pluzzy Gestion d'énergie

Ce système domotique permet de connaître la consommation électrique de vos appareils et de la gérer au mieux pour réaliser des économies d'énergie.



3ème prix

Soulra Rukus Enceinte nomade

Cette enceinte nomade sans fil tout terrain se recharge par le soleil et permet de se passer de toute autre source d'alimentation.



Nominés

ID-RF Soft Remote Télécommande sans piles

Cette télécommande pour systèmes domotiques EnOcean fonctionne sans aucune source d'énergie, la pression du doigt suffit.



Logitech K750 Clavier solaire

Ce clavier pour ordinateur se recharge par l'énergie solaire.



Recommerce Smartphones reconditionnés

Cette société française reconditionne les smartphones après les avoir vérifiés et rénovés si nécessaire. Cela permet à tout un chacun de s'offrir un smartphone en évitant un immense gâchis.



Haier bien inspiré

■ **Nouveauté remarquable sur le stand Haier, un moniteur 23 pouces Full-HD qui n'est pas sans rappeler un design connu...** Techniquement, l'appareil est bien fini et on apprécie surtout le traitement antireflet de la dalle. Côté connectique, on aura droit à du HDMI et du VGA. Arrivée prévue chez nous en septembre, pour **220 euros**.



Plus grand, plus défini

■ **Iiyama présentait sur le salon deux nouveaux moniteurs particulièrement intéressants et placés sous le signe de la très haute résolution !** Commençons donc par le 30 pouces XB3070WQS. Ce moniteur destiné aux graphistes et photographes est basé sur une dalle d'une résolution de 2560 x 1600 pixels. L'appareil dispose d'une calibration matérielle intégrée et d'un filtrage pour les « rayons bleus » dont on vous reparlera. La connectique est complète mais c'est surtout le Display Port qui sera utilisé ici. Le prix devrait tourner autour des **800 euros**. La finition demeure très sobre mais semble aussi particulièrement solide. Le B2888UHSU est un 28 pouces Ultra-HD qui sera proposé à un prix plancher entre **500 et 600 euros**. Il est en 16:9 et la connectique est là encore ultra-complète avec deux HDMI, deux Display Ports et une compatibilité MHL. Leur commercialisation est prévue pour cet été.

Changhong 4K incurvé

■ **Changhong présentait plusieurs nouveautés sur son magnifique stand au MedPi cette année.** On retiendra tout d'abord le téléviseur UH55D5000IS, un modèle Ultra-HD incurvé. La finition est irréprochable et les spécifications sont de haut niveau, notamment avec une dalle IPS nativement 100 Hz. Le téléviseur est connecté, compatible 3D à lunettes passives et MHL. Il devrait arriver chez nous à la rentrée, le prix n'est pas encore connu mais on sait que ce sera très compétitif. D'ailleurs, le constructeur profitait aussi du salon pour annoncer deux nouvelles séries de téléviseurs, les C5000 en Full-HD et les C5500 en Ultra-HD. Basées sur le même châssis, ces deux séries seront proposées à un prix vraiment contenu. En effet, le 42 pouces Smart TV Ultra-HD sera proposé à



600 euros, et la version sans module connecté à 500 euros ! Le 55 pouces est lui aussi particulièrement intéressant à **800 euros**. On sait aussi que la dalle sera en IPS à rétro-éclairage LED. Malgré le prix plancher, la finition est sérieuse et surtout le look est réussi, avec une grande finesse des bords.



10s Fork La fourchette connectée

■ **Après un an de silence, la fourchette connectée revient sur le devant de la scène au MedPi. La marque a trouvé un distributeur fiable (Innelec) et change de nom, pour s'appeler 10s Fork, car elle essaie de manière ludique de vous ramener à un intervalle de 10 secondes entre deux bouchées, une durée nécessaire pour bien digérer et reprendre des habitudes alimentaires correctes.** Exit donc la malbouffe expédiée vite fait bien fait sur un coin de table ! On reprend le temps de manger, un trait de caractère qui a longtemps fait la réputation des Français. L'appareil n'a pas changé de forme avec son manche un peu épais. Il se démonte et la partie non sensible passe au lave-vaisselle. Côté technique, la marque a fait preuve d'ingéniosité. On a longtemps pensé que l'appareil mesurait l'intervalle entre deux bouchées mais non. La saisie se fait grâce à un microscopique détecteur capacitif, un bon point pour l'autonomie. Evidemment, l'appareil ne serait rien sans son application. Outre les données statistiques un peu austères, tout est prévu, avec du réseau social entre utilisateurs et de la « gamification ». D'ailleurs, l'inventeur nous confie qu'après des enfants, le système passe très bien et une version plus ludique de l'application leur sera bientôt destinée. Reste à parler du prix. On parle d'une commercialisation à la rentrée, entre **80 et 100 euros**. Un peu cher pour une fourchette certes, mais l'intérêt réside évidemment dans l'application et c'est plutôt abordable pour prendre soin de sa santé.



Lenco

Du 4K au rétro

Si le constructeur Lenco est encore assez peu présent en France, cela risque de changer. Sur le MedPi, le constructeur a annoncé une série

de téléviseurs Ultra-HD à des prix très contents. On attend ainsi un 39 pouces dès **500 euros**. Le 50 pouces serait vendu **870 euros** et le 65 pouces 2770 euros. Evidemment, il y a fort à parier que ce

dernier modèle trouve difficilement le chemin des rayons en France. Globalement, c'est une bonne nouvelle de voir l'Ultra-HD descendre en prix et en diagonale. C'est un début de démocratisation même si en même temps, cela réduit fortement la création de valeur possible par la très haute définition. Et ceux qui trouvent que l'Ultra-HD ne fait pas sens sur de petits écrans devrait se souvenir que l'on disait la même chose des 32 pouces en Full-HD alors que désormais ils le sont tous. A l'opposé, Lenco va lancer via la marque Seiki un téléviseur qui va à contrecourant adoptant une ligne rétro volumineuse. Avouons-le, l'objet a quand même un certain charme même si les spécifications techniques ne sont pas exceptionnelles. C'est une dalle Full-HD 22 pouces qui est à l'œuvre. On profite de trois prises HDMI et d'un lecteur DVD sur la tranche, le tout pour 300 euros. La section audio a été soignée profitant du coffre imposant de l'engin. Un modèle complètement anachronique qui devrait arriver dans les rayons pour la rentrée.



Thomson Computing

Fabricant IT français

La société française HDW, qui commercialise et distribue de nombreux produits, dispose de la licence Thomson pour l'informatique. On sait que la marque

n'existe plus que par son nom qui est repris sous licence par différents constructeurs selon qu'il s'agisse d'audio, de téléphones ou de radios-réveils. Ce n'est pas un problème en soi car mieux vaut construire une marque avec un nom connu et au fort capital sympathie plutôt que d'en inventer une qui vient de nulle part.

En l'occurrence, c'est d'autant plus vrai qu'il s'agit donc d'une société française, une première depuis longtemps en informatique. Outre les habituelles tablettes plutôt entrée de gamme sous Android, Thomson Computing va lancer des ordinateurs convertibles beaucoup plus ambitieux. Le modèle THBK1 est avant tout une tablette 10 pouces qui peut se connecter à un clavier qui fait effet de protection en même temps. La partie couverture se plie pour permettre à la tablette de se mettre debout devant le clavier. C'est un système déjà vu mais la tablette fonctionne à la fois sous Windows 8.1 et sous Android 4.2, on peut passer de l'un à l'autre comme on veut. Le processeur Intel

Atom est le plus performant de la dernière génération en quadruple cœur, ce qui devrait suffire à de bonnes performances.

Le prix de **300 euros** est franchement acceptable pour tout cela. La THBK2, disponible en 10 et 12 pouces, est également une tablette autonome dotée du même processeur mais cette fois-ci elle se connecte à un dock/clavier pour en faire un ordinateur ultra-nomade. En revanche, il faut se contenter de Windows. Les prix devraient démarrer autour de **400 euros**. Enfin, le THBK3 est un ordinateur convertible 10 pouces dont le clavier est coulissant pour une transformation en tablette. Là encore, c'est un processeur Intel Atom qui officie et là aussi, il y aura une version Windows et Android pour un prix qui devrait probablement se situer autour de **400 euros**.



Grundig TV en alu

Bien soutenu par le groupe industriel Beko depuis le rachat de 2008, la marque monte en puissance et le prouve une fois de plus avec un téléviseur 65 pouces Ultra-HD très intéressant.

Entièrement en aluminium, il n'est peut-être pas le plus fin du monde mais sa qualité de fabrication est irréprochable. L'appareil sera disponible en deux tailles (65 et 55 pouces), pour respectivement **3 000** et **2 000 euros**.

Techniquement, il s'agit d'une dalle LCD à rétro-éclairage LED qui semble d'origine LG. C'est une dalle native 200 Hz. Pour la 3D, six paires de lunettes 3D passives seront fournies. L'écran est connectable à une tablette ou un smartphone via le Live Share basé sur les technologies Miracast et WiDi. Au total, ces téléviseurs intègrent cinq ports HDMI, et bonne surprise, deux sont compatibles HDMI 2.0 et HDCP 2.2 ! C'est encore rare. On trouvera aussi à l'intérieur un module TV connecté qui a l'air simple mais efficace. Une application Android/iOS est disponible pour contrôler les fonctions. Les premiers modèles seront disponibles d'ici juillet.

Wiko



Séducteur

Le spécialiste du smartphone entrée de gamme séduisant continue à faire des excursions dans le plus haut de gamme.

Après un WAX 4,7 pouces 4G doté d'un très performant processeur Nvidia Tegra 4i à **200 euros**, le fabricant va encore plus loin avec le Highway 4G. Très bien fini, d'une grande finesse et très séduisant, ce smartphone 4G est toujours doté d'un Tegra 4i mais son écran passe à cinq pouces et devient Full-HD. Il faudra dépenser **349 euros** mais pour ce qui est proposé, c'est toujours abordable.





Haier

Smartphone et tablette luxueux



Haier a lancé une gamme complète de smartphones plutôt orientés entrée de gamme et qui brillent surtout par leur rapport qualité/prix. Désormais, le géant chinois qui dispose de ses propres usines et de son propre service recherche & développement s'est décidé à monter en gamme. Ainsi, le L901 est un smartphone cinq pouces HD fin de sept millimètres seulement et qui offre surtout la 4G à moins de **200 euros**. Le W970 est un phablet de six pouces HD de 7,7 mm d'épaisseur seulement avec des bords très fin, le tout à **229 euros**. Enfin, le H6 dispose aussi d'un écran six pouces mais Full-HD et il est équipé d'un processeur à huit cœurs, le tout pour **299 euros**. Tous ces modèles sont très bien finis. En parallèle, Haier se lance aussi dans la tablette Windows. La Pad W1048 est dotée d'un écran 10,1 pouces HD, de 32 Go et d'un processeur Intel Atom de dernière génération. Elle est livrée avec un clavier housse. Cette dernière fait office de support en se repliant derrière la tablette. Le prix devrait être de **329 euros**.



Thomson

Téléphones sénior français



Le distributeur et fabricant français Admea dispose de la licence Thomson pour la téléphonie. Plutôt que d'encombrer le marché déjà très occupé des smartphones, il se concentre sur les téléphones mobiles pour séniors avec une gamme très riche. Tous se caractérisent par une manipulation aisée et un service d'assistance en cas de problème. Le Serea 125 est un modèle très original puisque le téléphone mobile s'insère dans un fixe pour un confort maximal à la maison. Pour autant, Thomson propose aussi quelques smartphones particuliers dont le remarquable TLink 410. Il s'agit d'un modèle peu onéreux à **99 euros** désormais mais qui se distingue par une finition magnifique, une finesse extrême de 5,8 mm et un écran OLED de très belle facture.



Creative

Rugissement audio

Creative Labs s'était fait très discret ces derniers temps ce qui nous chagrinait tout particulièrement car on parle quand même de l'inventeur de la carte son Sound Blaster. Sur le MedPi, les représentants de la marque nous l'ont affirmé avec véhémence, Creative revient en force. On ne demande qu'à les croire car l'enceinte Bluetooth Roar qu'ils nous ont montrés et surtout fait écouter pourrait bien chambouler la hiérarchie en matière d'enceintes Bluetooth. Il s'agit d'un modèle encore compact et facile à emporter. On se dit donc que le son va être à l'avenant, soit sans basses, soit sans dynamique. Que nenni, les ingénieurs de Creative ont déployés des trésors d'ingéniosité en engineering audio pour parvenir à un son puissant et incroyablement dynamique, tout en ayant des basses. La quadrature du cercle en quelque sorte. Du rock, du hip-hop, un quatuor à corde ou de la country, tout passe merveilleusement bien avec une présence et un sens du détail insoupçonnables dans une si petite boîte.

Pour y parvenir, deux haut-parleurs médium/aigu en façade et un boomer actif orienté vers le haut sont placés de manière à agir de concert et s'amplifier les uns les autres. Cela permet aussi d'assurer un bon son tout autour de l'enceinte et pas juste à niveau devant. Ces haut-parleurs sont alimentés par une bi-amplification aigu/médium et grave. En plus, le tout est assisté par deux radiateurs de basses passifs sur les côtés. Il faudra tout de même dépenser **249 euros** pour cette merveille sonore.



Pure

Multiroom Bluetooth

Au MedPi cette année, les nouveautés de Pure se déclinent selon deux axes. D'un côté, on trouve deux nouvelles radios Evoque en version D2. Disponible en deux nouveaux coloris (chêne et noyer, mais c'est du plaquage) dès **130 euros**, elles sont compatibles DAB+ (A Paris, Marseille, Nice pour l'instant donc...). Autre nouveauté au rayon radio, l'Evoque D4 se veut un peu plus musclée, avec 3,5 W contre 1,6 W pour la D2. Elle est aussi disponible en version bois. Le look rétro est vraiment réussi (**180 euros**). Bonne nouvelle pour les possesseurs du système multi-room Jongo de la marque, dès juin les appareils seront mis à jour pour supporter la norme Bluetooth Caskeid. Elle permet aux enceintes de communiquer directement entre elles en Bluetooth sans passer par un réseau sans fil WiFi. La technologie n'est pas propriétaire à proprement parler puisque d'autres systèmes sont déjà compatibles. Ainsi le constructeur Peaq a annoncé en avril que ses produits supporteraient désormais cette norme, bien pratique pour le multiroom. On nous promet une qualité de transmission audiophile...



Unmonday L'enceinte en céramique

■ L'américain Unmonday arrive en France avec une enceinte haut de gamme sobrement appelée 4.3L. Autant le dire franchement, le parti pris est radical. L'appareil dispose d'un coffre en céramique, d'une connectique WiFi AirPlay et d'une électronique de puissance mono-voix très haut de gamme. A l'écoute, cela se sent. En accessoire, on trouve un étui de transport en cuir du plus bel effet et on peut également monter l'enceinte sur un trépied. Enfin, cerise sur le gâteau, voici sans doute le système multiroom le plus simple du marché ! En effet, la fonction de l'enceinte dépend simplement de sa position. Il suffit de la faire tourner d'un cran, selon son profil hexagonal, et l'enceinte change de fonction. On peut ainsi la basculer (littéralement) de stéréo à multi-room par exemple. Enfin, sachez que l'enceinte dispose d'une batterie pour environ quatre heures d'autonomie, même si ce n'est pas à proprement parler un produit nomade. Le prix est de **700 euros** environ, un peu cher pour du mono mais la qualité est vraiment exemplaire.



HARDWARE
NEWS
MEDI 2014

41



Xsories Partage les photos

■ Xsories propose avec le Weye Feye Share un boîtier qui permet de partager en WiFi les photos prises avec son appareil photo numérique. L'idée est de pouvoir stocker et partager son contenu par MMS ou sur les réseaux sociaux via une application disponible sur smartphone et tablette. Ce boîtier et surtout l'application permettent aussi de contrôler l'appareil photo. Celui-ci devient alors une sorte d'objectif déporté tandis que l'utilisateur prend la photo via son smartphone ou sa tablette. Le WiFi intégré dispose d'une portée de 80 mètres et le boîtier affiche une autonomie de huit heures. À noter qu'il fait aussi office de serveur Web intégré et permet de partager son contenu avec 20 utilisateurs simultanément. Il est vendu avec une fixation en silicone, des sangles velcro et un sabot de montage à **100 euros**.



Bewell Connect Santé connectée

■ Il n'y a pas que les constructeurs hi-tech qui sont présents sur le nouveau marché des objets connectés dédiés à la santé mais aussi de nombreux intervenants de l'électronique médicale comme la société française Visiomed qui annonce le lancement de sa gamme de produits de santé Bewell Connect.

Il s'agit d'appareils que l'on a déjà vu sous une forme ou une autre comme une balance ou un tensiomètre, connectés bien sûr. Plus original, un thermomètre connecté sans contact fait partie de la gamme

aussi. Et ce n'est pas un hasard car Visiomed est l'inventeur du Thermoflash. Mais ce qui caractérise surtout Bewell, c'est l'intégration de tous les appareils d'autodiagnostic dans une seule application smartphone qui permettra d'un coup d'œil d'avoir toutes les informations sur l'état de son corps. Une plate-forme d'interprétation et de suivi personnalisé, disponible sur App Store pour iOS et sur Google Play, procurera des conseils sur les conduites à tenir en fonction des résultats obtenus, le tout basé sur les standards édictés par l'Organisation Mondiale de la Santé. Et Visiomed ne compte pas s'arrêter là car un traqueur d'activité est prévu dès le lancement mais aussi plus tard des appareils de domotique et même un collier de suivi pour animal domestique. La gamme Bewell Connect démarre avec deux produits : le thermomètre sans contact et le traqueur d'activités qui seront commercialisés aux prix respectifs de **99 euros** et **89 euros**.



Garmin Courir ou marcher

■ Le spécialiste du GPS présente sa nouvelle gamme de montres GPS baptisée Forerunner 15.

Comprenant cinq modèles dont trois réservés aux femmes, ces montres enregistrent les données telles que la distance parcourue, l'allure, les calories dépensées, la fréquence cardiaque mais peuvent également suivre l'activité physique quotidienne de son porteur comme le comptage de pas effectués pendant la journée. Il est bien sûr possible de définir un objectif de distance et d'allure moyenne. La Forerunner 15 peut aussi émettre des alertes pour informer l'utilisateur qu'il est temps de se lever et de marcher après un certain temps d'inactivité. Le système se réinitialise après quelques minutes de marche non-stop. Garmin annonce une autonomie de cinq semaines en mode montre/suivi d'activité et jusqu'à huit heures en mode GPS. Elle est également étanche jusqu'à 50 mètres. La Forerunner 15 est disponible dans plusieurs combinaisons de couleurs (noir/vert, bleu-vert/blanc, violet/blanc, noir/bleu et rouge/noir au prix de **149 euros** ou **179 euros** avec le moniteur de fréquence cardiaque.

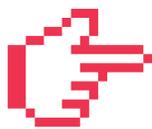




B&O

Des casques avec du Peps(i)

B&O Play et Pepsi s'associent pour proposer la collection capsule casque intitulée Live for Now. Elle comprend les éditions limitées du casque Forum 2i et du BeoPlay H6 qui seront déclinés dans de nouveaux coloris. Le point d'orgue de cette collection est l'habillage de l'arceau de chaque casque avec des créations de six artistes de rue les plus en vogue : la gribouilleuse professionnelle britannique Hattie Stewart, l'artiste urbain argentin Jaz, l'illustrateur et artiste de rue brésilien Ricardo AKN, le cartooniste de la rue Zosen, l'illustrateur néerlandais Merijn Hos et l'artiste de rue argentin Ever. « Nous sommes très enthousiastes à l'idée de participer à la collection capsule Live for Now de Pepsi, indique Henrik Taudorf Lorensen, vice-président de B&O Play. Il s'agit d'une campagne aux multiples facettes qui réunit art, art de vivre et sports, autant d'éléments qui correspondent très bien à notre manière de travailler et qui nous inspirent. » Le Form 2i est commercialisé au tarif de **149 euros** et le BeoPlay H6 à **399 euros**.



Microsoft

Au cube désormais

C'était une rumeur, elle est désormais officielle. Microsoft a dévoilé la troisième génération de sa tablette baptisée Surface Pro 3. Au menu, un écran plus grand (12 pouces en 2160 x 1440 pixels), un processeur Intel Core i3, i5 ou i7, de 4 à 8 Go de mémoire vive et un SSD de 64 à 512 Go. Le tout fonctionnant bien évidemment sous Windows 8.1. Le design très réussi n'évolue presque pas mais la béquille peut désormais adopter un champ de position plus large, ce qui permet par exemple de travailler sur les genoux. Pas une révolution donc, mais un produit qui semble vraiment mature et que Microsoft semble vouloir mettre en concurrence directe avec le MacBook Air d'Apple, en particulier pour les étudiants. La Surface Pro 3 sera proposée en France à la fin du mois d'août à partir de **799 euros**.

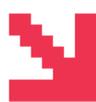
Netgear

Le WiFi partout



Netgear a profité du MedPi pour détailler ses nouvelles solutions de connectivité pour le grand public. Parmi les nouveautés, citons le **Trek PR2000 (49,90 euros)**, un produit 7-en-1 qui permet de

partager et d'optimiser son accès à Internet instantanément, à la maison comme en déplacement. Son antenne rabattable permet de profiter d'une plus grande portée. Utilisant la norme WiFi N300, le Trek peut être utilisé comme répéteur, routeur filaire, routeur WiFi, point d'accès, clé WiFi universelle, chargeur USB pour tablettes et smartphones, il partage les contenus sur son port USB entre les divers appareils et peut être alimenté via une connexion USB ou via une prise électrique. Autre nouveauté, le répéteur WiFi haute performance EX6100 (**89,90 euros**). Il amplifie le signal WiFi existant et offre des connexions Wi-Fi AC Dual Band pour des vitesses atteignant les 750 Mbps. En outre, grâce au mode point d'accès en branchement direct sur la box, il permet de faire passer la puissance et la portée à la norme Wi-Fi 802.11AC. Enfin, le répéteur WiFi AC1200 (**129,90 euros**) offre des connexions WiFi Dual Band AC 2,4 GHz et 5 GHz avec des vitesses pouvant atteindre les 1 200 Mbps. Il intègre également un switch cinq ports Gigabit et un port USB 3.0.



Inovelo

Vélo électrique et connecté



On connaît les vélos à assistance électrique. Certes, ces modèles sont bien pratiques pour ne pas arriver en sueur au bureau mais il faut reconnaître que leur look laisse à désirer. Pour surfer sur la tendance, la marque Inovelo/Hillecks lance le Fixie à assistance électrique ! Pour ceux qui sont assez peu portés sur la technique, c'est un vélo à pignon fixe, une vitesse, donc. N'y allons pas par quatre chemins, le vélo est tout simplement magnifique, très épuré, avec peu de câbles, du bel ouvrage, surtout avec sa peinture noire satinée. Les matériaux sont dans la même veine, avec du cuir de grande qualité. Techniquement, l'appareil est aussi à la pointe. Il sera de plus connecté au smartphone pour indiquer l'état de la batterie et les performances. Pour ne pas ajouter de difficulté supplémentaire à la conduite, le constructeur a bien réparti les masses : le moteur est à l'avant et un capteur de couple est intégré à la roue arrière. A ce propos, la marque met en avant son capteur de couple, là où d'autres constructeurs utilisent un capteur de mouvement pour déclencher l'assistance électrique. C'est malin, surtout en ville où les arrêts et démarrages sont fréquents. Avec le capteur de couple, l'assistance électrique démarre immédiatement dès le premier appui sur la pédale. Le prix de vente est pour l'instant annoncé à **1 800 euros**.

THOMSON

CREATION

EMOTION

PASSION



TABLETTE PC 299 € TTC
2 EN 1 DUAL BOOT (prix public constaté)



Vivez l'innovation avec THOMSON

"Un retour inattendu et 100% français"



"Une marque déjà connue réveille l'imaginaire collectif"



"Hybride dans toute sa splendeur"



"Le Prix est raisonnable"



"Deux systèmes d'exploitation afin de varier les plaisirs"



VEUILLEZ CONTACTER VOTRE REFERANT HDW EUROP SANS PLUS ATTENDRE !

OU ECRIRE A L'ADRESSE MARKETING@HDWEUROPE.EU

THOMSON www.thomsoncomputing.eu

© Copyright THOMSON 2014 / THOMSON is a trademark of TECHNICOLOR SA used under licence to HDW EUROP

HDW EUROP reserves all rights to make technical changes and improvements at any time.

SteelSeries

Pour tous les joueurs



Entretien avec

Jacob Wolff-Petersen,
Fondateur

SteelSeries est une société danoise spécialisée dans le **périphérique de jeu exigeant**. Elle est appréciée des **joueurs passionnés**, notamment pour la **qualité de ses souris, claviers et casques**.

SteelSeries évolue avec **l'univers du jeu** et s'intéresse désormais aussi aux **plates-formes mobiles** avec notamment une première **manette supportée directement par iOS**. Par Stéphane Kauffmann



JDLI : Pouvez-vous me dresser un portrait de la société que vous avez fondée ?

Jacob Wolff-Petersen : La société a été fondée en 2001, au même moment où le PC s'est érigé en machine de jeu ultime pour les passionnés. En même temps, le jeu en réseau a pris une ampleur insoupçonnée, notamment avec Counter-Strike. D'ailleurs dès le début, nous avons soutenu les équipes de joueurs, notamment pour leur permettre de se déplacer car à l'époque il y avait peu de moyens. Tout comme nous avons intégré les joueurs professionnels dans le développement produits dès le début aussi.

Depuis, l'univers du jeu vidéo a parcouru beaucoup de chemin et SteelSeries a évolué en fonction. Il est devenu multiple et complexe. A l'époque on comptait 150 millions de joueurs dans le monde, aujourd'hui 1,5 milliard. Nombreux sont ceux qui avaient prédit la disparition du joueur passionné au profit du grand public mais clairement ils se sont trompés. Jamais, il n'y a eu autant de joueurs investis et en parallèle le jeu s'est étendu à tous. Souvent le même joueur est multiple, par moment hard core et par moment casual sur tablette. Nous adressons tous ces joueurs en essayant de leur procurer la meilleure expérience possible, quel que soit le niveau d'investissement. Nous venons de l'univers des passionnés de jeu que nous adressons toujours en premier lieu mais nous avons étendu nos activités à tous les joueurs. SteelSeries est une société danoise qui compte environ 150 salariés et nous sommes présents dans la majorité des pays.

Spécialisé dans les périphériques de jeu, quels sont les produits que vous commercialisez aujourd'hui ?

Le casque audio pour le jeu est la catégorie qui a pris le plus d'importance. Bien entendu, nous avons au programme une large panoplie de souris, de claviers et de tapis. Il y a peu, nous nous sommes lancés dans la manette

de jeu pour appareils mobiles, particulièrement sous iOS. Nous travaillons aussi sur un nouveau genre de périphérique, le suivi optique ou eye-tracking en Anglais. Il faut aussi souligner l'importance du logiciel qui est fourni avec nos périphériques et qui demande beaucoup de travail d'optimisation. Nos pilotes n'occupent par exemple que très peu d'espace, 10 Mo, là où la concurrence en nécessite au moins 50 Mo, un élément important pour les performances.

En quoi vos claviers et vos souris se distinguent-ils de la concurrence ?

Nos produits sont développés spécifiquement en fonction du joueur auquel on s'adresse. Pour un joueur passionné et investi, une souris sera avant tout axée sur la performance et l'ergonomie. Elle devra être très réactive tout en étant d'une précision parfaite. Un joueur régulier cherche une expérience globale avec de la performance mais aussi de l'adaptabilité et de la



**Avec la manette de jeu Stratus, vous entrez dans le monde du jeu mobile sous iOS. Quel a été l'accueil pour ce périphérique ? En quoi améliore-t-il l'expérience de jeu ?**

Nous travaillons sur le sujet des manettes pour appareils mobiles depuis un certain temps, une équipe y est même dédiée. Cela nous a permis de tisser des liens étroits avec Apple. Quand Apple a décidé d'intégrer le support natif des manettes dans iOS, nous avons donc pu nous atteler à la tâche très rapidement et cela explique aussi que nous avons été les premiers à lancer une manette dédiée. Le jeu sur tablette est une expérience nouvelle qui permet de jouer partout et qui n'exclut pas le joueur passionné, au contraire. En revanche, l'interface tactile limite le champ d'action en fonction des jeux et une manette apporte donc le support nécessaire aux jeux qui s'adressent aux joueurs plus exigeants. La Stratus a été vendue en exclusivité dans les Apple Store au premier trimestre et c'est le périphérique de jeu iOS qui se vend le mieux.

Les titres les plus en vogue ne sont pas compatibles pour l'instant.

Nous pensons que les jeux seront compatibles dans leur immense majorité très rapidement en raison du support d'Apple. C'est une véritable plus-value pour nombre de jeux et les éditeurs ont donc tout intérêt à

« Nous venons de l'univers des passionnés de jeu que nous adressons toujours en premier lieu mais nous avons étendu nos activités à tous les joueurs. »

simplicité. Le joueur plus occasionnel cherche un modèle abordable, universel et simple à utiliser. Nous proposons des modèles parfaitement adaptés à ces différents profils. Pour le clavier, il en va de même. Le joueur occasionnel cherche un modèle qui soit confortable dans toutes les situations. Le hardcore gamer veut un clavier qui offre une réponse immédiate et parfaitement identifiable. Nous avons déjà deux claviers mécaniques au programme et nous en lançons un nouveau dans l'année.

Comment se porte le marché du jeu PC et des périphériques associés ?

Il se porte très bien avec une croissance mondiale d'environ 20% par an. En Europe, cette croissance est même de 23% et de 25% aux Etats-Unis. Nous sommes présents sur tous les marchés porteurs, notamment en Asie. Notre croissance a été de 35%, soit bien supérieure à celle du marché. Malgré l'extension de nos gammes, nous gardons des prix plutôt élevés pour garantir la qualité et offrir plus de fonctions. Le marché du jeu vidéo récompense les bons produits, le prix est secondaire.

**Avec les casques pour joueur, vous abordez aussi l'univers de la console de jeu. Quelles sont les atouts de votre gamme ?**

Que ce soit sur console ou sur PC, nous proposons des casques de grande qualité ce qui est une nécessité pour le jeu vidéo, quelle que soit la plate-forme. Notre casque sans fil fonctionne sans latence décelable pour ne citer qu'un exemple. Dans le domaine du sans-fil, la guerre des prix fait que certains proposent des casques avec une latence de plus en plus élevée et donc un décalage entre l'action et le son. Aucun joueur ne devrait s'en accommoder. Il en va de même pour la qualité audio. Par ailleurs, nous veillons à ce que nos casques fonctionnent sur toutes les plates-formes car comme déjà évoqué, un joueur en utilise plusieurs désormais. Notre récepteur sans fil permet aussi de connecter plusieurs plateformes en même temps. De même, nous fournissons toutes les explications nécessaires au branchement pour que la satisfaction soit garantie.

améliorer leur jouabilité. Certains jeux ont été conçus pour le tactile mais la grande majorité se commande mieux à la manette. C'est aussi une question de type de jeu. Je rappelle que Real Racing 3 est devenu compatible récemment.

En France, on ne voit pas beaucoup SteelSeries en magasin. Quelle en est la raison et quels sont vos plans pour l'avenir ?

Nous sommes bien représentés sur les sites de vente mais il est vrai que nous devons améliorer notre présence en magasin. Nous allons engager des collaborateurs en France pour qu'ils discutent directement avec la distribution. Nous allons toujours passer par des distributeurs mais nous avons réalisé que pour réussir dans l'Hexagone, il fallait y avoir une présence physique avec un bureau dédié.



Samsung UE55H8000

TV LED incurvée

Outre une esthétique superbe, cet écran incurvé et Full-HD offre une ergonomie des plus achevées et un équipement au plus haut niveau. En effet, avec sa reconnaissance vocale via un partenariat avec Nuance, son système de menu des plus complets et ses deux télécommandes dont l'une en forme de galet dotée d'un gyroscope et d'un micro supplémentaire, c'est un téléviseur vraiment exceptionnel. Côté équipement, l'écran est livré avec deux paires de lunettes 3D d'une légèreté et d'un confort très appréciables. Il intègre trois prises USB 3.0 et il est compatible Smart Evolution, ce qui permet de mettre à jour l'appareil ultérieurement. Le système de TV connectée est l'un des plus performants. La qualité d'image est très satisfaisante, à condition d'effectuer quelques réglages en fonction de la source et de sa qualité. La profondeur de noir est même exceptionnelle grâce à un contraste qui l'est tout autant grâce au rétroéclairage localisé. Malheureusement, la dalle est un vrai miroir et dès qu'il y a une source de lumière à proximité, on perd tout le bénéfice de ce contraste. C'est un téléviseur à regarder dans le noir. Reste à voir ce qu'apporte la courbure annoncée comme la grande innovation de l'année. A condition d'être assis au centre près devant et dans la pénombre, il est vrai que l'immersion est plus grande mais en revanche à plusieurs un peu plus loin, c'est plutôt gênant. Dans un cas comme dans l'autre, l'expérience ne change pas fondamentalement.

CARACTÉRISTIQUES

Dalle 55 pouces Full-HD 1920 x 1080 pixels, tuner TNT HD, connectique 4 HDMI, YUV, Peritel, 3 USB 3.0, Cinch DLNA, WiFi, Ethernet, Smart Evolution

■ CATÉGORIE Haut de gamme

■ CONTACT Samsung, tél. : 01 48 63 00 00

■ PRIX **2 290€**



Heden HO2

Casque sans fil

Heden est une marque informatique qui a décidé de se diversifier dans l'audio. Le modèle HO2 est un casque particulier avec des oreillettes rectangulaires abritant des transducteurs de 40 mm. Elles sont percées d'une multitude de petits trous pour la diffusion du son, le rembourrage est un peu juste mais on ne ressent pas trop la pression sur les oreilles. L'arceau réglable est fin et surmonté d'un simple renfort en plastique qui s'avère un peu dur pour le sommet du crâne. Ce casque est Bluetooth et livré avec un câble jack équipé d'un micro et d'un câble USB pour le rechargement de la batterie interne. Un microphone est implanté sur une des oreillettes, celle-ci comprenant également la connectique, l'unique bouton de commande et une minuscule LED pour l'indication de la mise en service ou de l'appairage. Le confort est plutôt bon. La légèreté du casque est un point fort et les écouteurs restent bien en place. Le bouton de commande que l'on peut tourner ou presser n'est pas des plus ergonomiques. Les écoutes sont agréables, avec un bon travail sur les voix et de la précision dans l'image stéréo. Le registre grave est trop retenu et il ne faut pas trop forcer sur le volume pour éviter des vibrations gênantes. Heden propose donc un casque sans fil musical doté d'un bon rapport qualité/prix.

CARACTÉRISTIQUES

Casque fermé supra-auriculaire, réponse en fréquence 20 Hz - 20 kHz, transducteurs 40 mm, sensibilité 96 dB, autonomie 10 heures, câble jack 3,5 mm, câble USB, 95 grammes

■ CATÉGORIE Milieu de gamme

■ CONTACT Heden, tél. : 01 41 67 89 00

■ PRIX **69€**



Gigaset QV830

Tablette

Très connu pour ses téléphones fixes, Gigaset se lance dans la tablette avec ce modèle d'un design original, tout en courbes et faisant la part belle au métal brossé. C'est plutôt joli et surtout l'ergonomie est bonne. La finition est dans la moyenne du secteur, avec toutefois quelques pièces qui auraient mérité d'être un peu mieux ajustées. L'écran de huit pouces est au format 4/3 et, comme beaucoup de modèles à ce prix, se contente d'une résolution de 1024 x 768 pixels. La dalle est cependant lumineuse et offre un bon contraste ainsi que des couleurs pas trop fantaisistes. Côté logiciel, il faut se contenter d'un Android un peu daté qui n'a pas été modifié. La puce Mediatek utilisée n'est pas une foudre de guerre mais elle suffit à faire fonctionner le système de manière fluide et même de jouer à des jeux 3D dans de bonnes conditions. L'autonomie en usage mixte est acceptable (7h30) mais elle s'effondre à moins de cinq heures avec des tâches gourmandes. Avec son design original, son petit prix et ses performances satisfaisantes, la QV830 est une bonne surprise qui, si elle ne révolutionnera pas le marché, est une tablette d'entrée de gamme intéressante.

CARACTÉRISTIQUES

Ecran 8 pouces IPS 1024 x 768 pixels, processeur Mediatek quadruple cœur 1,2 GHz, mémoire 8 Go, Android 4.2.2, connectivité WiFi n, Bluetooth 4.0, micro-SD, 200 x 141 x 8 mm, 399 grammes

■ CATÉGORIE Entrée de gamme

■ CONTACT Gigaset, tél. : 01 47 73 64 50

■ PRIX **149€**



Orange Le Bloc

Projecteur nomade

Un pico-projecteur connecté, esthétique et proposé à un prix abordable, c'est un projet ambitieux pour l'opérateur. Le Bloc n'a cependant pas été conçu entièrement par Orange puisque qu'il a bénéficié de la collaboration du français d'Awox, spécialisé dans les objets connectés. Avec son format cubique particulièrement compact et léger, le Bloc affiche une certaine rupture d'un point de vue design. L'installation en elle-même est très simple. On pose le Bloc, on le connecte au réseau WiFi local ou à un appareil en HDMI et c'est tout. C'est évidemment la partie connectée qui fait l'originalité de ce projecteur. Par une application sur smartphone ou tablette (iOS et Android), on peut déjà lire le contenu de l'appareil mobile mais aussi celui des appareils DLNA du réseau, tout comme on peut accéder aux services en ligne d'Orange pour streamer de la vidéo ou lire des contenus stockés dans le Cloud. Malheureusement, la qualité d'image déçoit beaucoup, notamment par une résolution trop faible et une luminosité insuffisante ce qui limite les possibilités d'utilisation si l'on n'est pas dans le noir complet. La partie sonore est en revanche étonnamment réussie. Beau, facile à utiliser et doté d'un bon son, le Bloc souffre malheureusement d'une qualité d'image en retrait.

CARACTÉRISTIQUES

Résolution 854 x 480 pixels, luminosité 80 lumens, App Android et iOS, WiFi, DLNA, 16 x 13 x 13 cm, 1,6 Kg

■ CATÉGORIE Milieu de gamme

■ CONTACT Orange : tél. : 01 44 44 22 22

■ PRIX **399€**



Sony Xperia Z2

Smartphone

Le Z2 reprend l'essentiel des formes du Z1 et c'est une bonne chose car c'est un smartphone magnifique, sans doute le plus esthétique du marché. Bien que relativement massif, il se niche agréablement dans le creux de la main et respire la solidité. L'ergonomie n'est cependant pas parfaite, avec notamment un bouton de démarrage mal placé. Comme toujours chez Sony, le smartphone est étanche et résistant à la poussière. Sony passe à un écran IPS de 5,2 pouces. La qualité d'image est globalement bonne même si d'autres font mieux en termes de luminosité et de justesse des couleurs. La dalle n'est donc pas la meilleure du marché mais elle est équilibrée et utilisable en toutes circonstances. On retrouve le même capteur photo de 20,7 Mpixels que sur le Z1 avec une partie logicielle repensée. En général, les clichés sont bons mais on remarque quelques défauts par moments, comme un manque de netteté. Le processeur Qualcomm Snapdragon 801 fait tourner l'Android 4.4.2 de manière parfaitement fluide tandis que la surcouche Sony ajoute de nombreuses fonctions d'économie d'énergie. Bien réglé, le téléphone est capable de dépasser les deux jours sur une charge. Au final, le Z2 est au global le smartphone le plus abouti à ce jour, sans aucun réel défaut.

CARACTÉRISTIQUES

Écran 5,2 pouces IPS 1920 x 1080 pixels, processeur Qualcomm Snapdragon 801 quadruple cœur 2,3 GHz, Mémoire 16 Go, capteur photo 20 Mpixels, A-GPS, Android 4.4.2, connectivité WiFi n, Bluetooth 4.0, micro-SD, 146,8 x 73,3 x 8,2 mm, 163 grammes

CATÉGORIE Haut de gamme

CONTACT Sony, tél. : 01 55 90 30 00

PRIX 699€

TomTom Runner Cardio

Montre GPS

Avec la Runner cardio, TomTom améliore son précédent modèle avec une innovation de taille : le capteur de fréquence cardiaque intégré à la montre. Il permet de se passer d'une ceinture gênante à porter et s'avère tout aussi précis. Ce faisant, le constructeur a également amélioré les fonctionnalités, comblé certains manques et développé une application, ces derniers points bénéficiant aussi à la première mouture. Si la montre est quasiment identique de par son aspect, le bracelet a été renforcé avec une coque en silicone plus enveloppante. On conserve le large écran monochrome bien visible et éclairé par un tapotement tactile. De même, l'unique bouton multidirectionnel permet une navigation très aisée. Tout se pilote et se règle d'un seul doigt. L'ergonomie est donc très convaincante et les fonctions et les réglages se mémorisent rapidement. La montre est dotée de la fonction Quick GPS. Si on s'est synchronisé avec l'ordinateur ou l'application moins de trois jours avant, le démarrage du GPS est quasi immédiat. Si l'application n'est pas d'une ergonomie ni d'une esthétique à couper le souffle, elle assure l'essentiel en reprenant pour chaque activité les statistiques et les données comme sur le site Web MySports auquel on se connecte en USB à travers un ordinateur. Avec cette Runner Cardio, TomTom signe une grande réussite. C'est une montre GPS pour la course à pied extrêmement convaincante, surtout par l'intégration du cardio-fréquence-mètre qui fonctionne parfaitement bien.

CARACTÉRISTIQUES

Écran 1,3 pouce LCD monochrome, autonomie 8 heures, cardio-fréquence-mètre intégré par LED au poignet, connexion USB, Bluetooth 4, étanchéité 5 ATM, épaisseur 13,8 mm, 63 grammes

CATÉGORIE Milieu de gamme

CONTACT TomTom : www.tomtom.com/fr

PRIX 270€

Wiko Wax

Smartphone

Avec le Wax, Wiko est le premier constructeur à doter un smartphone d'un processeur Nvidia Tegra 4i qui intègre un modem 4G. Premier constat, Wiko continue à faire de gros progrès sur la qualité de fabrication de ses produits. Le design n'est certes pas très original mais les plastiques sont bien ajustés, même si on les trouve un peu souple par endroits. L'écran de 4,7 pouces affiche des bords fins ce qui permet au téléphone de conserver un gabarit raisonnable. La dalle en elle-même adopte une résolution 720p et elle est d'une qualité satisfaisante, même si les couleurs ne sont pas toujours très justes et que les angles de visions sont un peu étroits. Le Tegra 4i embarqué assure sans grande surprise d'excellentes performances, au niveau du haut de gamme de l'an passé mais à un prix bien inférieur. Le support de la 4G est aussi un point positif. En revanche le stockage déçoit, avec seulement 2,5 Go disponibles de base ce qui oblige à acheter une carte micro-SD. L'appareil photo produit des clichés corrects mais montre rapidement ses limites en basse lumière. A 250 euros, le Wax est une très bonne affaire.

CARACTÉRISTIQUES

Écran 4,7 pouces IPS 1280 x 720 pixels, processeur Nvidia Tegra 4i quadruple cœur 1,6 GHz, Mémoire 4 Go, capteur photo 8 Mpixels, A-GPS, Android 4.2, connectivité WiFi n, Bluetooth 4.0, micro-SD, 140 x 67,5 x 8,8 mm, 119 grammes

CATÉGORIE Entrée de gamme

CONTACT Wiko, tél. : 04 88 08 95 15

PRIX 249€

Canon EOS 1200D

Reflex

Après trois ans de bons et loyaux services, le Canon 1100D laisse la place à son successeur, le 1200D. Ce dernier arbore désormais une finition en hausse et un revêtement moins plastique que son prédécesseur. Au toucher, la sensation de tenir un appareil photo de gamme supérieure est flagrante. Si l'ergonomie évolue peu, les boutons de commande regroupés au dos à droite de l'écran facilitent la prise en main. On regrettera juste que l'écran ne soit pas tactile. La qualité d'image s'améliore avec un capteur CMOS qui passe de 12 à 18 millions de pixels comme sur les 100D et 700D. Le processeur reste malheureusement le Digic 4 (alors que la marque est déjà passée à la cinquième itération) mais l'ensemble offre de très belles images jusqu'à 1 600 ISO. À partir de 3 200, le moutonnement est bien visible avec une coloration de pixels aberrants dans les zones sombres mais le niveau de détails reste élevé. Évidemment à 6 400 ISO, le tableau s'assombrit mais on garde tout de même un bon niveau de qualité. Enfin, Avec le 1200D, Canon inaugure une application intéressante disponible sous iOS et Android appelée Coach EOS qui a pour but d'accompagner le débutant dans son processus de découverte de l'appareil avec des exemples illustrés d'images ou de vidéos qui permettent de comprendre l'intérêt de tel ou tel réglage.

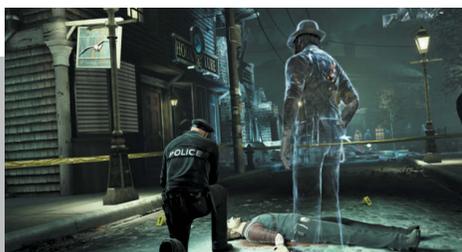
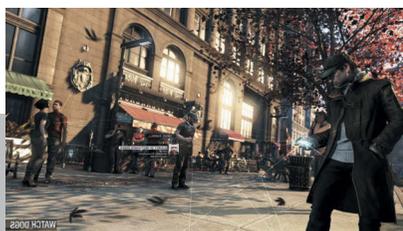
CARACTÉRISTIQUES

Capteur CMOS APS-C 18 Mpixels, vidéo Full-HD à 30 img/s, objectif 18-135 mm, f/3.5-5.6, IS STM, écran 3 pouces de 460 000 points non tactile, autofocus 9 collimateurs, mode rafale 3 images/s, 129,6 x 99,7 x 77,9 mm, 480 grammes

CATÉGORIE Entrée de gamme

CONTACT Canon, tél. : 01 41 99 77 77

PRIX 450€



Mario Kart 8

- **Course**
- **Disponible**

L'un des titres les plus attendus de la Wii U est enfin disponible. Nouvelle itération d'une des séries les plus populaires de Nintendo, Mario Kart 8 propose de retrouver les personnages emblématiques de l'univers de la marque ainsi que des circuits inédits ou tirés des précédents jeux. Parmi les nouveautés, l'anti-gravité vient épicer les courses ! Doté d'une réalisation somptueuse, d'une jouabilité immédiatement addictive et de nombreux modes de jeu conviviaux (solo, multijoueurs local ou en ligne), ce titre s'impose d'emblée comme un nouvel incontournable de la console

de salon Nintendo, qui devrait contribuer à faire vendre des machines.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Nintendo
- **ÉDITEUR** Nintendo
- **DISTRIBUTEUR** Nintendo
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 4 (local), 1 à 12 (en ligne)
- **JEU EN LIGNE** oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ** **60€ environ** (édition standard)



Watch Dogs

- **Action/aventure**
- **Disponible (Wii U plus tard)**

Nouvelle superproduction signée Ubisoft, Watch Dogs prend place dans une ville de Chicago à explorer librement au sein de laquelle le joueur incarne un expert du piratage informatique, Aiden Pearce. Équipé de son smartphone, il peut accéder à tous les objets connectés au CTOS, le système qui régit la ville, pour les détourner. Scénario principal, nombreuses missions annexes, fonctions multijoueurs qui s'intègrent au sein de l'expérience scénarisée du joueur : Watch Dogs se veut pensé comme un titre de nouvelle génération, plus connecté et ouvert que jamais.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Ubisoft
- **ÉDITEUR** Ubisoft
- **DISTRIBUTEUR** Ubisoft
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 8
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

Entre **60€** et **70€** environ



Wolfenstein : The New Order

- **Action**
- **Disponible**

Titre emblématique du genre FPS (qu'il a inauguré en 1992), Wolfenstein revient dans un nouveau chapitre se déroulant dans les années 60. The New Order met en effet en scène un monde alternatif dans lequel les nazis ont remporté la Seconde Guerre mondiale et dominent le monde avec une technologie d'avant-garde. Blazkowicz, le héros du premier Wolfenstein, ressort les armes et s'attaque au joug nazi, ses armées de soldats zombies et autres créatures mécaniques. Fidèle à ses origines, le nouveau Wolfenstein en propose une prolongation intéressante et un univers unique.

- **MARKETING** Le jeu profite d'une campagne sur Internet et notamment le site jeuxvideo.com sur deux semaines. Un dispositif TV est également au programme (GameOne, NT1, W9, Direct 8, SyFy, RTL9...)
- **MISE EN PLACE** Plus de 100 000 exemplaires
- **DÉVELOPPEUR** Machine Games
- **ÉDITEUR** Bethesda Softworks
- **DISTRIBUTEUR** Bethesda Softworks
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

Entre **50€** (PC) et **60€** (consoles) environ



Murdered : Soul Suspect

- **Action/aventure**
- **Le 6 juin**

Dans le rôle du détective Ronan O'Connor, le joueur doit mener l'enquête la plus troublante de sa carrière... puisqu'il s'agit de son propre assassinat ! Sur ce postulat original, le studio américain Airtight Games signe un jeu d'aventure et d'enquête sous forme de course poursuite pour démasquer le tueur en série responsable du crime, alors que le personnage principal se trouve dans un purgatoire, le Dusk (crépuscule), dont il ne pourra sortir qu'en faisant la lumière sur les conditions de son meurtre. En qualité de revenant, le joueur pourra utiliser différents pouvoirs comme la possibilité de se déplacer librement, de posséder et contrôler les personnages d'une scène mais aussi en espionner les agissements. Sans oublier les âmes errantes mal intentionnées à combattre...

- **MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Airtight Games
- **ÉDITEUR** Square Enix
- **DISTRIBUTEUR** Square Enix
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS** **40€** (PC), **50€** (PS3, 360) et **70€** (PS4, XOne) environ

Celebrate the games!



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



www.gamescom-cologne.com

gamescom

13 – 17 AOÛT 2014 COLOGNE

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

BIU 

 koelnmesse



Tomodachi Life

- Simulation de vie
- Le 6 juin

Dans ce titre pour le moins original, le joueur est chargé de veiller au bonheur des Mii qui peuplent sa console et se retrouvent réunis sur une île. Rencontres amoureuses improbables, concerts improvisés et autres mini-jeux ponctuent ce titre où les amis du joueur peuvent cohabiter et interagir avec des personnalités modélisées à la mode Mii. Au joueur de savoir conseiller ses Mii, dans un univers qui se veut vivant avec même un journal télévisé quotidien ! Le jeu se veut connecté avec échanges des meilleurs moments sur réseaux sociaux ou de personnages via StreetPass. Plus de cinq millions de jeux ont été vendus de cette série au Japon.

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

40€ environ



Inazuma Eleven Go : Lumière et Ombre

- Jeu de rôle/simulation
- Le 13 juin

Série animée et jeux à grand succès, Inazuma Eleven accueille une nouvelle itération sur 3DS, déclinée en deux versions distinctes (Lumière et Ombre). Dix ans après les événements de Inazuma Eleven 3, le joueur dirige un nouveau héros qui intègre l'équipe du collège Raimon et doit faire face à une mystérieuse organisation secrète. Entre simulation, gestion d'équipe et jeu de rôle, la formule des jeux Inazuma Eleven par Level 5 a déjà amplement fait ses preuves. Un millier de joueurs à recruter sont ici au programme, sachant que certains personnages et pouvoirs sont propres à chacune des deux versions.

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Level 5
- EDITEUR Nintendo
- DISTRIBUTEUR Nintendo
- NOMBRE DE JOUEURS 1 à 4
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

40€ environ



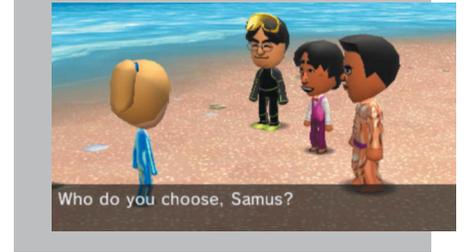
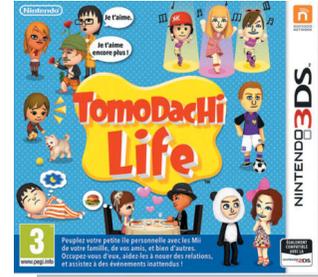
Goat Simulator Le Simulateur de Chèvre

- Simulateur
- Disponible

Incarner un bovidé et s'appliquer à semer destruction et zizanie dans un monde ouvert pour récolter des points. Voilà le pitch plutôt singulier de ce jeu qui a notamment fait parler de lui pour sa physique très particulière qui génère des situations et scènes assez rocambolesques ! Goat Simulator est un de ces jeux OVNI qui mérite la découverte, d'autant que son contenu est régulièrement alimenté par la communauté. Initialement vendu en ligne, le titre profite d'une parution sous forme physique via Koch Media, à un prix serré.

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Coffee Stain Studios
- EDITEUR Coffee Stain Studios
- DISTRIBUTEUR Koch Media
- NOMBRE DE JOUEURS 1
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

9,99€ environ



EA Sports UFC

- Simulation sportive
- Le 19 juin

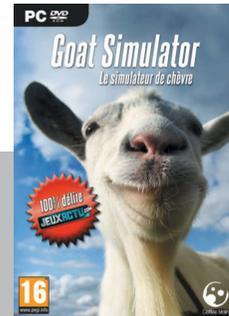
Le très à la mode MMA (arts martiaux mixtes) débarque chez Electronic Arts avec UFC. Développé par EA Canada (Fight Night), le titre exclusivement next-gen jouit comme tous les autres jeux EA Sports du moteur de jeu Ignite. Au programme, des combats acharnés entre athlètes (sous licence officielle), des réactions physiques et visuelles après chaque coup encaissé, une IA évolutive et des soumissions au sol stratégiques. A noter que la méga star Bruce Lee sera l'un des personnages du jeu, en terminant le mode Carrière en difficulté Pro ou en pré-commandant le titre.

- MARKETING
- Les réseaux sociaux ont d'abord été privilégiés. Ensuite, l'offre de précommande (incluant Bruce Lee) a été poussée en retail, sur les réseaux sociaux et en RP. Enfin, le plan média va réellement démarrer au lancement du jeu et sera surtout digital. Durant toute la campagne, EA Sports collabore avec Venum (textile) et l'UFC.
- MISE EN PLACE Non communiquée
 - DÉVELOPPEUR EA Canada
 - EDITEUR Electronic Arts
 - DISTRIBUTEUR Electronic Arts
 - NOMBRE DE JOUEURS NC
 - JEU EN LIGNE NC
 - PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

70€



visuel non définitif



Microsoft
Surface

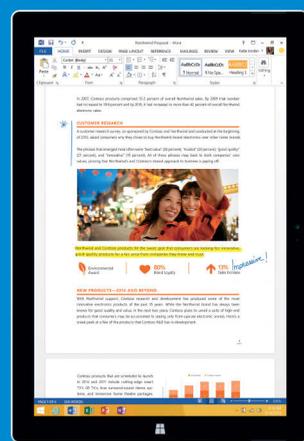


Surface Pro 3

La tablette qui remplace votre ordinateur

Surface Pro 3 vous permet d'écrire et de dessiner le plus naturellement du monde. Comme avec un vrai stylo, le stylet Surface en aluminium vous permet de faire des commentaires dans Word et PowerPoint, de prendre des notes et de rédiger des e-mails.

Configurations Intel™ Core® i3, i5 ou i7.
Disponible fin août à partir de 799€ TTC.



surface.com

Modèle présenté Surface Pro 3 et clavier Type Cover bleu. Les claviers sont vendus séparément. Les couleurs des claviers varient selon les pays. Wifi requis. Des frais supplémentaires peuvent s'appliquer. Microsoft Office et certains logiciels sont vendus séparément. Microsoft France - RCS 327 733 184.

 Microsoft

CEUX QUI NOUS AVAIENT FAIT CONFIANCE À NOËL
ONT VU LEUR PART DE MARCHÉ AUGMENTER

PROFITEZ VOUS AUSSI
DE LA MEILLEURE PÉRIODE HORS NOËL
POUR LES JEUX PORTABLES !

**LES MEILLEURES
LICENCES
DU MOMENT**

SUR
NINTENDO DS™
NINTENDO 3DS™



CONTACTEZ NOTRE SERVICE COMMERCIAL :
04 37 64 37 29 / COMMERCIAL@BANDAINAMCOGAMES.EU

