jdli
4,50€
Le Journal Des Loisirs Interactifs
www.jdli.com
N°268 / 24 juin 2014
DESTINY®
DEVENEZ UNE LÉGENDE
09.09.14
16
www.pegi.info
© 2014 Bungie, Inc. Tous droits réservés. Destiny, le logo Destiny, Bungie et le logo Bungie sont des marques commerciales de Bungie, Inc. Édité et distribué par Activision. Activision est une marque déposée d'Activision Publishing, Inc. Tous droits réservés.
BUNGIE
ACTIVISION

DESTINY®

PAR LES CRÉATEURS DE HALO® ET L'EDITEUR DE CALL OF DUTY®

Dans Destiny, vous incarnez un Gardien de la dernière cité sur Terre, capable de manier l'incroyable puissance du Voyageur. Explorez les vestiges de notre système solaire, des dunes de Mars aux jungles luxuriantes de Vénus. Triomphez de nos ennemis. Récupérez ce que nous avons perdu. Devenez une légende.

UN NOUVEL UNIVERS

Embarquez dans une nouvelle aventure épique à la narration cinématographique. Percez les mystères de notre univers et récupérez tout ce que nous avons perdu à la chute de notre Âge d'or.

DE NOUVELLES FAÇONS DE JOUER

Personnalisez et améliorez tous les aspects de votre apparence et de votre équipement à l'aide de combinaisons quasi illimitées d'armures, armes et tenues. Jouez avec votre personnage customisé dans tous les modes de jeu

CRÉEZ VOTRE PROPRE LÉGENDE

Vivez la nouvelle évolution des FPS qui associe pour la première fois : campagne narrative, mode coopératif, multijoueur compétitif, et événements publics mêlés à des activités personnelles. Aventurez-vous seul ou faîtes équipe avec des amis dans un gigantesque univers en ligne.

ÉGALEMENT DISPONIBLE SUR **XBOX 360** ET **XBOX ONE**

« ATTENDU COMME LE MESSIE PAR TOUS LES GAMERS »
20 minutes

« LE NOUVEAU MONUMENT DU JEU VIDÉO »
GAME ONE

« UNE VRAIE RÉUSSITE VISUELLE, AUSSI BIEN TECHNIQUEMENT QU'AU NIVEAU DU DESIGN »
jeuxvideo.com

2013 gamescom award
Jeu du salon
Meilleur jeu d'action
Meilleur jeu Multijoueur
Meilleur Jeu Sony Playstation

LAURÉAT DE PLUS DE 50 PRIX À L'E3

PLONGEZ DANS L'UNIVERS DESTINY

Totem

Arche

Box 1/2 palette
+ 1/4 palette

Sticker de sol

Visuels non définitifs

UNE CAMPAGNE MEDIA BLOCKBUSTER

TV

DOMINATION AUDIOVISUELLE
CHAÎNES HERTZIENNES
+ CÂBLE & SATELLITE

M6 · Syfy · beIN SPORT · GAME ONE · 17 · W9 · TF1 · MTV · NT1 · mangas · CANAL+ SPORT · L'ÉQUIPE 21 · AB MOTEURS · CANAL+ · INFOSPORT+ · Discovery · TMC · PLANÈTE + NO LIMIT · RMC DÉCOUVERTE HD24

CINÉMA

CAMPAGNE CINÉMA IMPACTANTE
SUR LES H15-34

WEB

SITES JEUX VIDÉO
+ SPORTS
+ GÉNÉRALISTE

GAMEKULT · jeuxvideo.com · jeuxvideo.fr · ALLOCINE · L'ÉQUIPE.FR · YouTube Broadcast Yourself™ · twitch

16 www.pegi.info

PS3 PS4 PlayStation.Network

Halo est une marque déposée de Microsoft Corp. aux États-Unis et/ou dans les autres pays. Microsoft n'est pas l'éditeur de Destiny. Activision n'a aucune affiliation avec la marque Halo.
© 2014 Bungie, Inc. Tous droits réservés. Destiny, le logo Destiny, Bungie et le logo Bungie sont des marques commerciales de Bungie, Inc. Édité et distribué par Activision.
Activision est une marque déposée d'Activision Publishing, Inc. Tous droits réservés.

BUNGIE ACTIVISION

Xbox One, nouvelle entrée de gamme

Depuis le 9 juin, Microsoft propose, en plus du modèle original, une version de la Xbox One n'incluant pas le capteur Kinect. Son prix de vente est de 399 euros contre 499 euros pour la version avec Kinect, hors bundles avec jeux. *« L'objectif est d'étoffer l'offre disponible pour répondre aux attentes et besoins des différents publics »*, nous explique Jean-Claude Ghinozzi, General manager Retail sales & marketing France region. *« Nous proposons en l'occurrence un élargissement de la gamme Xbox One en commercialisant également la console sous la barre des 400 euros, tandis que la machine livrée avec Kinect reste la proposition Premium »*. Avec cette nouvelle configuration, la console de Microsoft s'aligne avec le prix de sa concurrente directe, la PlayStation 4, qui est positionnée depuis son lancement l'année dernière à 399 euros. A l'heure actuelle, la Wii U de Nintendo est commercialisée au prix généralement constaté de 299 euros environ, notamment en bundle avec Mario Kart 8.

Darty

Pressez le bouton

L'enseigne renouvelle son célèbre slogan « Le contrat de confiance » avec le lancement de son premier objet connecté appelé Le Bouton. C'est un petit appareil de sept centimètres de côté et aimanté à fixer où l'on veut. Il se raccorde en WiFi à la box de son opérateur. Son objectif est simple, en cas de problème d'installation d'un appareil ou d'un périphérique informatique qui fait des caprices, un appui sur Le Bouton émet une demande auprès d'un conseiller Darty qui rappellera en moins d'une minute pour prendre en compte la demande et aider le consommateur dans ses démarches. Darty précise que près de 750 conseillers sont répartis dans sept centres d'appels situés en France. L'assistance concernera les produits achetés ou non dans les magasins de la marque. Fabriqué en France, le Bouton existe aussi sous forme dématérialisée via des applications ou le site de Darty.

Dernière minute : Lexis Numérique, c'est fini

Eric Viennot a annoncé le 16 juin que sa société Lexis Numérique était placée en liquidation judiciaire. Studio de développement français fondé en 1990, Lexis Numérique est à l'origine de nombreux jeux ludo-éducatifs dont Les Aventures de l'Oncle Ernest et s'est distingué en 2003 en créant la série In Memoriam - un concept de jeu d'aventure à la convergence du cinéma, de l'Internet et du jeu vidéo.

Mediamétrie

Mediametrie

80% de foyers connectés

Le spécialiste des études média a publié les premiers résultats de sa nouvelle étude « Home Devices » (en Français, l'Equipement de la maison, ndlr), et ils concernent les moyens de se connecter à Internet. A premier trimestre, 79,5% des foyers français bénéficiait d'un accès à Internet. Naturellement, le premier device servant à l'accès est le micro-ordinateur, dont 79,8% des foyers sont équipés. Mais le téléviseur est également un moyen très répandu : 58% des foyers sont équipés de TV connectable, qu'il s'agisse d'une smart TV, d'une connexion à une box ou à une console connectable. La tablette est présente dans 32,6% des foyers et un sur quatre possède ces trois écrans. La quasi-totalité des foyers est connectée en haut débit (ADSL, câble ou fibre) : 73,3% sur les 79,5% qui accèdent à Internet. 4,7% ont un accès en très haut débit, via la fibre optique. Enfin, 64,1% des internautes possèdent un smartphone. Ces données sont les premières recueillies par Mediamétrie dans le cadre de Home Devices, une nouvelle étude récurrente qui suit une cinquantaine de produits classés en quatre familles : audiovisuel, informatique, téléphonie et accès à Internet. La méthodologie est basée sur 40 000 interviews annuelles par téléphone ou Internet, pour quatre vagues de résultats.

Watch Dogs, la France hackée !

Joli succès dès son lancement avec plus de quatre millions d'exemplaires écoulés dans le monde dans la semaine de sa sortie selon Ubisoft, Watch Dogs a littéralement pris d'assaut le Top 5 des meilleures ventes de jeux en France dès son lancement. En effet, dès la semaine 22 (du 26 au 31 mai), le nouveau blockbuster trustait quatre des cinq places du Top 5 communiqué par GfK et le Sell avec respectivement les versions PS4, PS3, Xbox One et Xbox 360 classées parmi les meilleures ventes. Seul Mario Kart 8 sur Wii U parvient à s'immiscer, également sur sa semaine de lancement, en troisième place. Une belle performance pour la nouvelle franchise d'Ubisoft, que l'éditeur parvient à reconduire en semaine 23, du 2 au 7 juin. Même configuration alors, avec également quatre versions classées cohabitant avec Mario Kart en troisième place. La seule nuance vient alors de l'ordre dans lequel les versions apparaissent dans le classement, les consoles current-gen prenant l'avantage en deuxième semaine avec PS3 passant devant PS4, Xbox 360 devant Xbox One. *« Le succès de Watch Dogs montre que les joueurs veulent jouer tout au long de l'année et c'est important de leur proposer quelque chose d'attrayant à jouer à différents moments du calendrier »*, a commenté Yves Guillemot, PDG d'Ubisoft, au magazine américain Fortune.

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.

JDLI 268
24 JUIN 2014

12

Oodrive
Le cloud Français

Oodrive propose aux enseignes des packs de services articulés autour d'une offre cloud avec pour avantage d'être sous loi française. La société prend en charge la réalisation et l'exécution de l'offre en assurant aux magasins un revenu récurrent et une vraie valeur ajoutée par rapport à la vente en ligne. Rencontre avec Cédric Mermillod, Directeur commercial de Oodrivre.

16

GfK
Le consommateur, cet énergumène

GfK a créé en 2013 le « Panel Consommateurs Entertainment » pour suivre les habitudes et attitudes des consommateurs sur le marché des biens culturels. Ce panel fournit à tout le marché les clés des comportements d'achat selon le profil du consommateur. Explications.

40

L'outdoor
Nouvelle tendance du hi-tech

Le sport et le retour à la nature sont des tendances fortes actuellement, sur fond d'hygiène du corps et d'écologie. Le hi-tech s'y immisce de plus en plus et ce faisant se pose aussi la question du point de vente adéquat et du potentiel des différents segments.

44

Montres connectées
L'aube d'une nouvelle ère

Le petit monde des montres connectées évolue vite, très vite. Virtuellement inexistant il y a deux ans, ce nouveau segment se développe à une vitesse surprenante. L'occasion pour le JDLI de faire un point sur l'état de la technologie et des modèles actuellement en rayon.

MARCHÉ

8 **News**

12 **Interview : Oodrive**
Cédric Mermillod,
Directeur commercial

16 **Focus : GfK**
Le consommateur, cet énergumène

18 **Focus : La France fait ses jeux**

20 **Focus : Pari réussi pour le Pokemon Center**

SOFTWARE

22 **News Spécial E3**

28 **News**

32 **Focus : MotoGP**
La licence de moto revient avec MotoGP 14

HARDWARE

34 **News**

40 **Focus : L'outdoor**
Nouvelle tendance du hi-tech

44 **Panorama : Montres connectées**
L'aube d'une nouvelle ère

GUIDES

48 **Hardware**

50 **Jeux vidéo**

JDLi
le Journal Des Loisirs Interactifs

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

Directeur de la publication
Laurent Guerder

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

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

PUBLICITÉ
Directeur de publicité
Miguel Mato : 01 41 58 58 23
miguel@microscoop.com
Directrice de clientèle
Dominique Pillas : 01 41 58 59 23
dominique@microscoop.com
Directeur de clientèle
Florian Picard : 01 41 58 59 22
florian@microscoop.com

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

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

Site Web : www.jdli.com

Imprimé par Iapca
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.

THOMSON

CREATION EMOTION PASSION

TABLETTE PC
2 EN 1 DUAL BOOT

299 € TTC
(prix public constaté)

Intel® Atom™ Z3740D | WiFi | RAM DDR3 2Go | FULL HD 1280x800 | Bluetooth® | 10.1"

ANDROID | Windows® 8 | intel® inside™

Vivez l'innovation avec THOMSON

" Un retour inattendu et 100% français "
metronews

" Une marque déjà connue réveille l'imaginaire collectif "
france info

" Hybride dans toute sa splendeur "
LESNUMERIQUES

" Le Prix est raisonnable "
LES ANDROIDES Tablettes Android

" Deux systèmes d'exploitation afin de varier les plaisirs "
01net

VEUILLEZ CONTACTER VOTRE REFERANT HDW EUROP SANS PLUS ATTENDRE !

OU ECRIRE A L'ADRESSE MARKETING@HDWEUROP.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.

Ubisoft et Nvidia de concert

Ubisoft et Nvidia ont annoncé la poursuite de leur partenariat stratégique sur le jeu PC dans les prochains titres d'Ubisoft : Assassin's Creed Unity, Far Cry 4, The Crew et Tom Clancy's The Division.

L'équipe GameWorks de Nvidia travaille en étroite collaboration avec les studios de développement d'Ubisoft pour intégrer des innovations dans les jeux et des technologies graphiques de pointe, afin de créer une expérience de jeu offrant un niveau inédit, de réalisme et d'immersion. Les technologies GameWorks de Nvidia incluent l'antialiasing TXAA, qui permet d'obtenir une fluidité de l'animation semblable à celle de l'industrie du cinéma, des ombres douces, le système HBAO+ (« horizon-based ambient occlusion » ou occlusion ambiante fondée sur l'horizon), la tessellation DX11 poussée, ainsi que la technologie Nvidia PhysX. *« Cette collaboration avec NVIDIA nous a permis de proposer une meilleure expérience à nos joueurs sur PC »*, a précisé Tony Key, Vice-président directeur chargé des ventes et du marketing. *« Nous nous réjouissons de poursuivre notre partenariat avec Nvidia pour nos principaux titres à venir ».*

Suppression de postes

La nouvelle est très mauvaise: Bouygues Telecom vient de confirmer la suppression de plus 1 500 postes. Les secteurs concernés en priorité seront le marketing, l'informatique et la comptabilité. Pour l'heure, les employés de boutiques et les centres d'appels ne devraient pas être touchés. Si Free a fragilisé le marché en l'attaquant frontalement, avec des offres très agressives, l'échec du rachat de SFR fut un coup important pour le groupe Bouygues. Désormais, l'objectif est d'économiser jusqu'à 300 millions d'euros avant 2016, ce qui passera par de nombreux plans et autres décisions comme la diminution du nombre de forfaits (ce qui ne sera pas un mal au regard de l'offre pléthorique de l'opérateur !). Bien que le low-cost ne soit pas à l'ordre du jour, Bouygues souhaite installer une relation client plus pertinente (centres d'appels localisés en France, boutiques retravaillées, etc.) et développer son activité autour de la fibre optique. Pour l'heure, les possibilités de voir Orange ou Free acquérir le réseau Bouygues sont mises de côté, et le marché français va donc rester à quatre opérateurs malgré la volonté du gouvernement...

Facebook recrute chez eBay

eBay vient de confirmer que le patron de sa filiale de paiement PayPal, David Marcus, va rejoindre Facebook.

Désormais David Marcus, qui officiait au sein d'eBay en qualité de responsable de la filiale PayPal, va donc intégrer les rangs de Facebook. Du côté du géant du site d'enchères en ligne, aucune amertume : *« David est un entrepreneur qui a fait un choix de carrière en accord avec ses ambitions et ses envies »*, souligne John Donahoe, directeur d'Ebay. *« Ce qu'il aime c'est diriger des équipes de petites tailles à même de créer de bons produits ».* Et pendant quand certains regrettent quand même un départ, d'autres ouvrent leurs portes avec plaisir à l'image de Facebook qui confirme, dans un communiqué, l'arrivée de David Marcus au poste de vice-président des produits de messagerie, Messenger, le service maison. Avec plus de 200 millions d'utilisateurs, et un potentiel de 500 millions avec WhatsApp, c'est donc un portefeuille important que récupère Marcus.

Jeuxvideo.com, valorisé 90 millions d'euros

Webedia n'a pas hésité à payer le prix fort pour acquérir JeuxVideo.com, cédé par HiMedia Group pour 90 millions d'euros en numéraire, soit quasiment la valorisation actuelle de la régie en bourse ! JeuxVideo.com a réalisé un chiffre d'affaires aux environs des 15 millions d'euros sur l'exercice 2013, affichant un Ebitda de plus de 40%. *« Pour HiMedia Group, la vente de cet actif permet de finaliser son recentrage autour des activités de publicité et de paiements digitaux, et lui procure des moyens financiers supplémentaires pour accélérer son développement sur ces deux segments »*, peut-on lire dans le communiqué de presse. Grâce à cette opération, Webedia peut revendiquer 21 millions de visiteurs uniques par mois, ce qui lui permet de s'installer juste derrière Orange qui se classe au sixième rang français. Pour Véronique Morali, Président du Directoire de Webedia : *« Cette acquisition constitue une nouvelle étape importante dans la construction d'un leader dans l'univers de l'infotainement sur internet. Comme Allociné, jeuxvideo.com est une pépite de l'internet français. Nous allons en poursuivre et en accélérer le développement et l'internationalisation qui sont les axes constants de notre stratégie ».*

UP24™

by JAWBONE®

SYNCHRONISATION SANS FIL POUR DES INFORMATIONS ET ACTIONS EN TEMPS RÉEL

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

DORS, BOUGE ET MANGE MIEUX AVEC LA NOUVELLE APPLICATION UP

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

UP

Disponible dans l'App Store

DISPONIBLE SUR Google play

MotionX® Powered

Visitez jawbone.com/up/devices pour voir la liste des appareils approuvés.

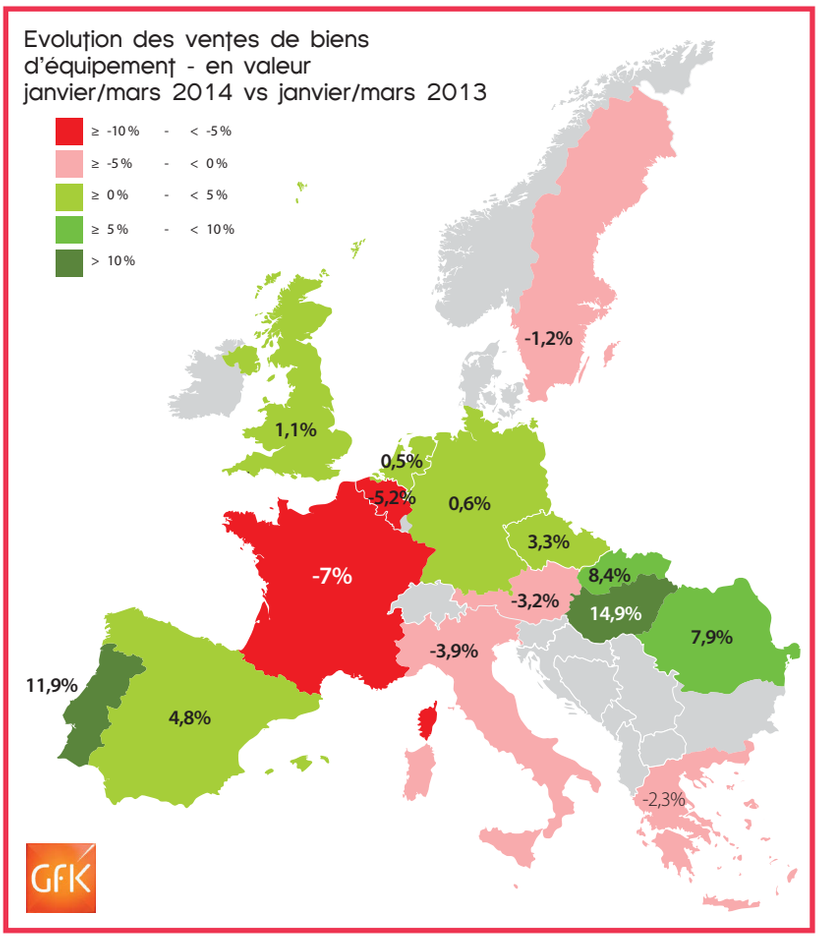
©Jawbone. Toute reproduction, intégrale ou partielle, est interdite. Tous droits réservés. Jawbone®, UP™ et UP by Jawbone™ sont des marques de Jawbone. iPhone® est une marque déposée de Apple Inc. Google Play est une marque de Google Inc. MotionX® est une marque déposée de Fullpower Technologies, Inc. UP by Jawbone™ n'est pas un appareil médical.

La France, au fond de la classe

Les ventes de biens d'équipement de la maison ne se portent pas mal en Europe, mais la France connait un net recul. Voilà le constat que fait GfK dans son étude Temax du premier trimestre 2014. Alors que l'Europe de l'Ouest affiche un très léger recul de -0,5%, la France est dans le rouge de plus de 7%, derrière l'Italie, la Grèce ou l'Autriche. L'Allemagne, la Grande-Bretagne, l'Espagne pour ne citer que nos principaux partenaires sont en positif. Au niveau des marchés, les choses sont assez tranchées : l'électroménager, petit et gros, est en croissance (+ 4,4 et +3,9%) tandis que l'électronique grand public (-2,3%), la micro-informatique (-2%) et surtout la photo (-15,2%) ne parviennent pas à retrouver le chemin de la croissance. Avec une progression de 0,5% les télécommunications bougent à peine.

Indice GfK TEMAX-Europe de l'Ouest (rapport Q1 2014)

	Q2 2013 M.EUR	Q3 2013 M.EUR	Q4 2013 M.EUR	Q1 2014 M.EUR	Q1 14 / Q1 13 +/-%
Electron. Gdr Public (CE)	6,503	6,695	10,284	7,660	-2.3%
Photo (PH)	1,747	1,617	1,832	1,339	-15.2%
Gros Equip Electrom. (GEM)	7,225	7,751	8,121	7,748	3.9%
Petit Equip Electrom. (PEM)	2,870	2,891	4,217	3,281	4.4%
Micro-informatique (IT)	12,318	12,644	16,890	13,994	-2.0%
Telecommunication (TC)	10,071	10,559	12,832	10,091	0.5%
Bureautique+consom. (OE)	3,766	3,601	4,148	4,015	0%
GfK TEMAX® Europe de l'Ouest	44,501	45,757	58,326	48,128	-0.5%



M.T.T. Master

Un sommet de technologie ...

la solidité d'un mobile tout terrain en plus !

M.T.T. MOBILE TOUT TERRAIN

Master

NORME IP 68

GARANTIE 2 ANS

CORNING Gorilla Glass

WiFi HOTSPOT

8" Ecran 4,5 QHD

Normes GSM/GPS EDGE/HSUPA

GPS

Chargement sans fil

DUAL SIM

NFC

2400 mAh Li-ion

DAS Débit d'absorption Spécifique 0,354 W/Kg

www.mobiletoutterrain.com

UbiKube

Entretien avec

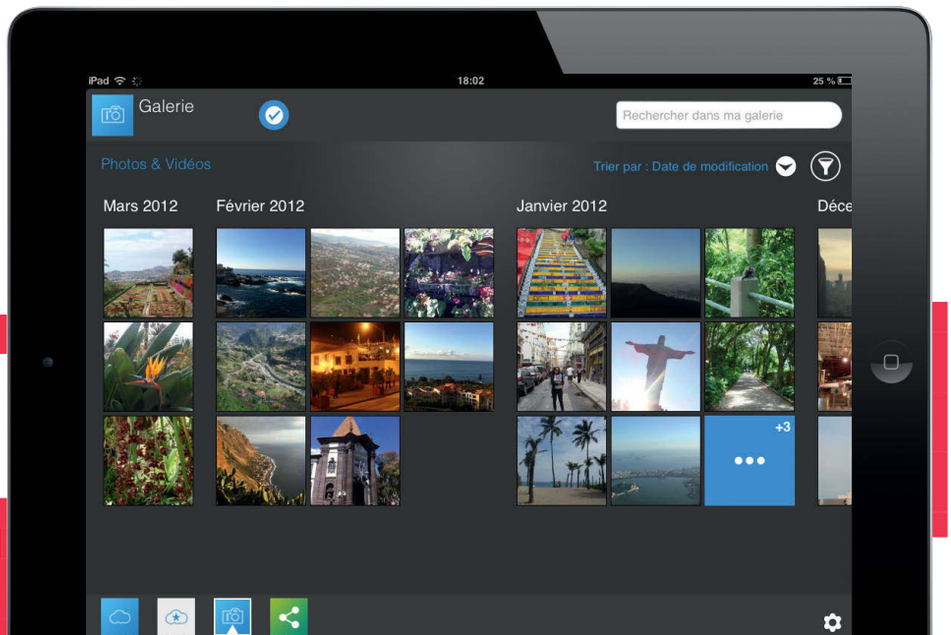
Cédric Mermillod,
Directeur commercial

Oodrive est une société française qui propose aux enseignes des packs de services articulés autour d'une offre cloud avec pour avantage décisif d'être sous loi française et donc de garantir la confidentialité des données. Oodrive prend en charge la réalisation et l'exécution de l'offre en assurant aux magasins un revenu récurrent et une vraie valeur ajoutée par rapport à la vente en ligne. Par Stéphane Kauffmann

Oodrive Le Clou

JDLI : Pouvez-vous nous présenter votre activité ?
Cédric Mermillod : Oodrive a été créé il y a 13 ans sur un modèle grand public pour proposer un disque dur Internet, un concept désuet aujourd'hui mais très innovant à l'époque, sur le modèle du Xdrive américain pour ceux qui s'en souviennent. D'où aussi le nom de l'entreprise. Comme ce fut aussi le moment de l'éclatement de la bulle Internet, l'activité ne fonctionnait pas vraiment et la société s'est réorientée complètement vers le marché professionnel. Il s'agit de proposer tous les services Cloud aux entreprises, petites, moyennes et grandes. Nous sommes avant tout éditeurs de logiciels et nous employons 250 personnes dans six pays, dont 50% en développement. La société est française et réalise un chiffre d'affaires annuel de 30 millions d'euros avec une croissance de 20 à 30% par an. 14 500 entreprises sont clientes d'Oodrive actuellement, notamment 70% des entreprises du CAC 40. Nous leur fournissons des solutions de sauvegarde, de collaboration en ligne et d'e-confiance.

Comment êtes-vous revenus au grand public ?
En 2006, la Fnac nous a contactés pour créer avec nous en co-branding une solution qui regroupe tout ce qui est nécessaire au bon usage d'un ordinateur, le pack Essentiel. Nous y avons mis tous les services que le vendeur était censé proposer aux clients au moment de l'achat d'un ordinateur, soit surtout une suite de sécurité (Bit Defender) et une solution de sauvegarde en ligne, la nôtre en l'occurrence. Cette offre a connu un grand succès et a évolué dans le temps pour devenir le pack Fnac et elle a été étendue aux autres types d'appareils, comme les tablettes et les smartphones. Le succès a été tel qu'aujourd'hui, il se vend plus de packs à la Fnac que de suites Norton et le pack Fnac est dans les premières ventes du marché des suites de sécurité. Ce succès s'explique par la valeur d'attachement d'un vendeur qui recommande le pack à l'achat d'un appareil maître et par la simplicité pour l'utilisateur qui dispose dans une interface ergonomique de tout ce dont il a besoin au quotidien.



D'autres enseignes ont suivi l'exemple de la Fnac ?
Absolument. Après la Fnac et sans doute en raison du succès rencontré, c'est Darty qui nous a sollicités avec d'autres briques à intégrer mais toujours avec l'offre cloud Oodrive. Cette fois, elle a été associée à un antivirus Fsecure, à un optimisateur PC d'Avanquest ainsi qu'aux services d'assistance Darty. Il s'agit du pack Sérénité entièrement en marque blanche cette fois-ci. Plus récemment, nous avons constitué le pack Zen de Boulanger qui a ceci d'original qu'il associe des services en ligne à de la relation physique avec un service d'accompagnement à domicile sur abonnement qui donne par exemple droit à un crédit mensuel de deux heures d'assistance. Nous allons prochainement lancer une solution avec Métro. Nous

d français

CÉDRIC MERMILLOD

« Notre offre cloud garantit la confidentialité des données car elle est sous loi française. »

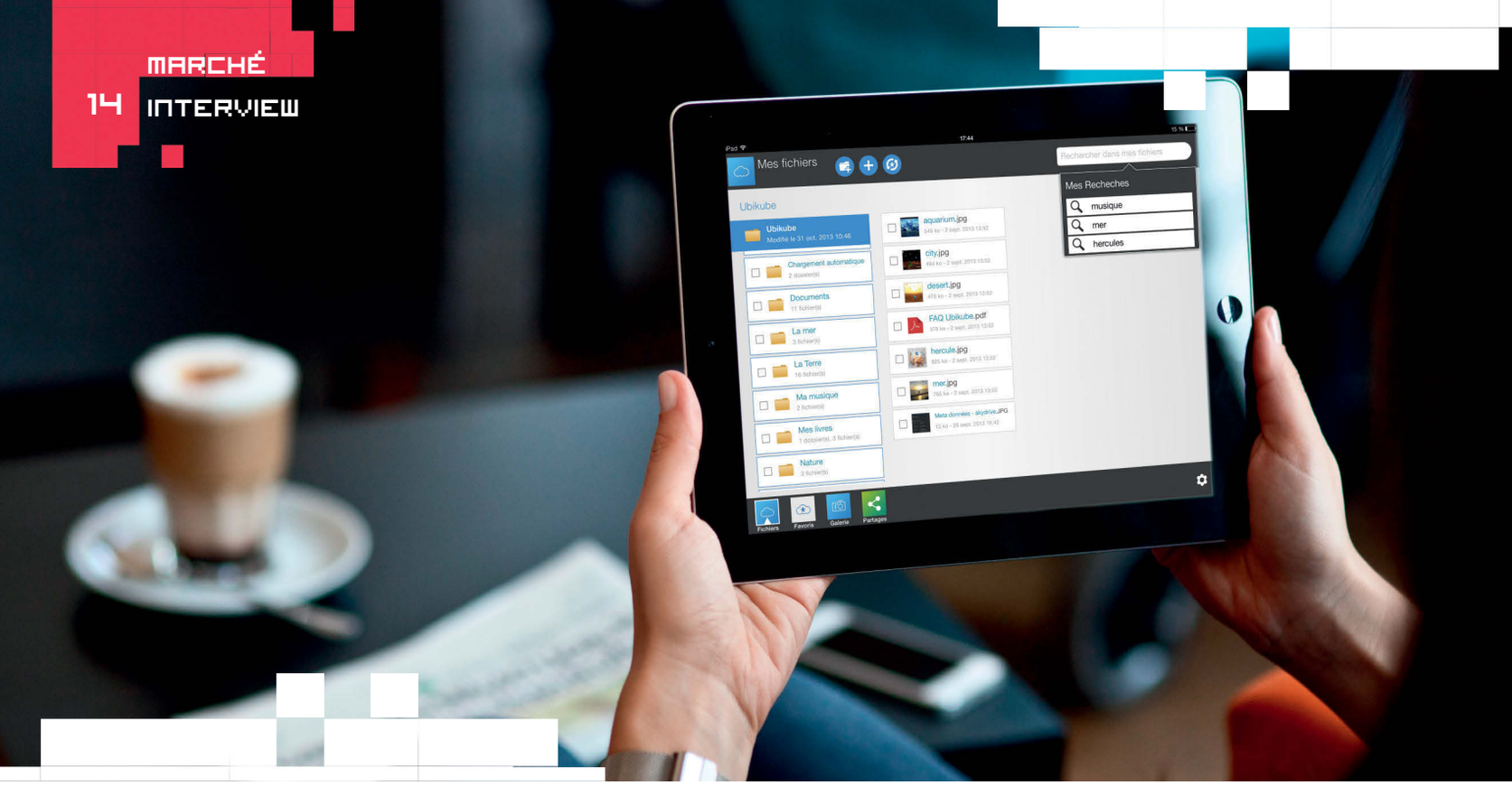
avons aussi rebaptisé notre offre de cloud grand public Ubikube et elle est disponible en tant que telle sur Internet.

Comment vous situez-vous sur ce marché de l'échange et du stockage en ligne ?
Nous sommes le seul spécialiste capable de créer de telles offres pour les enseignes et nous sommes surtout les seuls à proposer un service cloud sous loi française. C'est ce qui fait toute la différence par rapport aux autres offres qui fleurissent sur le marché et qui sont toutes d'origine américaine, que ce soit apparent pour l'utilisateur ou non. Elles tombent sous la loi américaine du Patriot Act qui stipule que toutes vos données peuvent à tout moment être consultées et utilisées par le gouvernement américain, peu importe d'ailleurs où elles sont hébergées, du moment que la société est américaine. Et ça, les internautes n'en veulent plus. D'autant que certaines offres, généralement gratuites d'apparence, vont se servir des données pour vous cibler de manière publicitaire, voire revendre à d'autres les données collectées. En tant que société française, nous sommes au contraire tenus de garder toutes vos données confidentielles, personne ne peut y accéder, les consulter ou s'en servir d'une manière ou d'une autre et c'est un avantage décisif. Certains comme Orange ont eu recours à des solutions américaines de cloud pour être présents rapidement sur le marché mais les données des utilisateurs tombent du coup sous la loi du Patriot Act.

L'autre peur est la perte de données.
C'est compréhensible mais injustifié. Déjà, nous garantissons la pérennité même si une offre venait à être arrêtée. Dans ce cas, nous laissons suffisamment de temps, plusieurs mois, pour transférer les données. Nous sommes une société qui équipe un grand nombre d'entreprises françaises ce qui est aussi garant de sécurité. Toutes les données sont hébergées en double à deux endroits distincts pour réduire à néant toute possibilité de perte accidentelle.

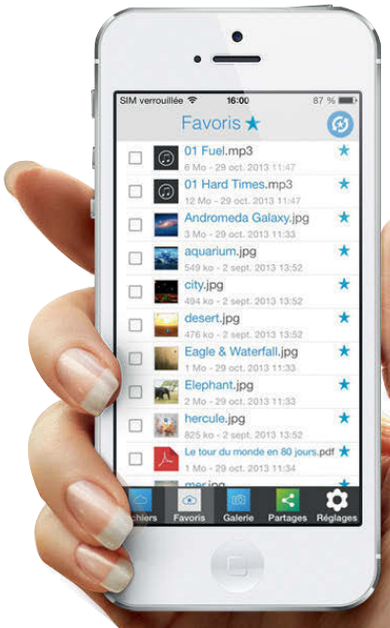
En dehors de l'aspect confidentialité et sécurité, quels sont les avantages d'avoir recours à vos services ?
Pour les enseignes, dont évidemment ce n'est pas le métier, l'essentiel est que nous nous occupons de tout. Nous commençons par définir ensemble les besoins et ce que nous allons proposer aux clients. Pour ce faire, nous avons mené des études consommateurs qui permettent de savoir ce qu'ils attendent de ce type de services. Ensuite, nous faisons une étude de marché pour les briques choisies. Nous proposons plusieurs alternatives et l'enseigne choisit. A partir de là, nous développons la solution tout intégrée. Cela va jusqu'à assurer tout le marketing avec notamment la conception du packaging, la promotion en rayon et surtout la formation des vendeurs.

En quoi consiste Ubikube ?
Le plus simple est de dire qu'il s'agit du Dropbox français car désormais une majorité d'utilisateurs connaissent cette solution. La nôtre a pour avantage crucial d'être sous loi française et nous pensons que notre ergonomie est plus aboutie, notamment pour la gestion des photos et des vidéos. Pour ceux qui ne connaissent pas du tout le principe du stockage et du partage en ligne, il s'agit de mettre toutes ses données personnelles en ligne pour pouvoir y accéder partout et pour pouvoir les partager avec d'autres. Et cela peut se faire à partir de n'importe quel appareil, un ordinateur mais aussi une tablette ou un smartphone. Concrètement, tout se fait de manière automatique. Il suffit de placer un dossier dans l'onglet Ubikube et tout ce qu'il contient sera stocké en ligne, y compris les ajouts que vous allez faire, et ce de manière complètement transparente pour l'utilisateur. Pour les appareils mobiles, il suffit de télécharger l'application gratuite iOS ou Android. Il y a notamment une fonction qui plait beaucoup en transférant automatiquement toutes les photos prises avec un smartphone. Sur appareil mobile, il y a aussi une



fonction de téléchargement qui permet d'utiliser les données en mode hors ligne si aucune connexion n'est disponible. Le service Ubikube est disponible en tant que tel sur le Web en Freemium comme Dropbox avec 5 Go gratuits.

Pourquoi proposer un pack de services ?
Il est vraiment pénible d'avoir à choisir, puis acheter, puis installer séparément tout ce dont on a besoin, d'autant que les moins initiés ne savent pas forcément ce qu'il leur faut en dehors d'une suite de sécurité. Avec les solutions pack des enseignes, l'utilisateur acquiert dès le début tout le nécessaire en fonction de l'appareil qu'il a acheté. Ainsi, la suite de sécurité est primordiale pour l'ordinateur mais pas pour la tablette. Il fait plus sens d'inclure par exemple une assurance bris d'écran et des services de contenu comme la musique ou la retouche photo.



Quel genre de connexion est requise car pour transférer toutes ces données, il faut du débit ?
Une simple connexion ADSL suffit. En fait, le transfert initial des données se fait en tâche de fond selon la bande passante disponible et ce de manière transparente pour l'utilisateur. Cela peut prendre du temps, même une semaine ou deux, mais peu importe puisque l'utilisateur n'a rien à faire. Une fois le transfert initial réalisé, l'ajout récurrent est très rapide.

Quel est l'intérêt pour l'enseigne de proposer un tel service ?
Ce service est vendu sous forme d'abonnement. Ce sont donc des revenus récurrents pour l'enseigne. Proposer des services qui ont une réelle valeur est aussi très important pour l'image du magasin. Cela montre aux clients qu'il y a une vraie valeur ajoutée à aller en magasin ce qui est très important à l'heure où la vente en ligne ne cesse de progresser. C'est cette valeur qui compte et il faut donc constituer le pack avec soin car il ne s'agit pas de vendre un antivirus que l'on peut trouver en ligne mais de proposer au consommateur tout ce qu'il lui faut avec le conseil nécessaire à la clef. C'est le lien physique avec le vendeur qui fait la différence et seul le magasin peut proposer cela.

Combien de temps faut-il pour avoir un retour sur investissement ?
C'est immédiat dès que la solution est lancée. L'investissement initial est quasi nul puisqu'il se résume au temps nécessaire pour prendre les décisions et pour former les vendeurs. Nous imaginons le pack en collaboration avec l'enseigne puis nous nous occupons de tout. Nous nous rémunérons ensuite sur les ventes par un partage de revenus avec l'enseigne. Chacun apporte sa pierre indispensable à l'édifice, nous notre compétence pour créer et commercialiser le pack puis assurer les services de cloud et l'enseigne par la relation client et le trafic en magasin.

bewell connect®

* REMPORTE LE PRIX DU MEILLEUR COMPAGNON BIEN-ÊTRE *

CATÉGORIE BIEN-ÊTRE ET SANTÉ, MAÎTRISE DU CORPS

AVEC MyThermo

Bluetooth® SMART

Le 1er thermomètre médical **sans contact connecté et intelligent**

Technologie ThermoFlash®

trophée des objets connectés

Le trophée des objets connectés distingue le caractère innovant, la valeur d'usage et le potentiel de développement économique.

VISIOMED Group, 8 Avenue Kléber, 75116 Paris, France - 01 40 67 06 50
bewell-connect.com

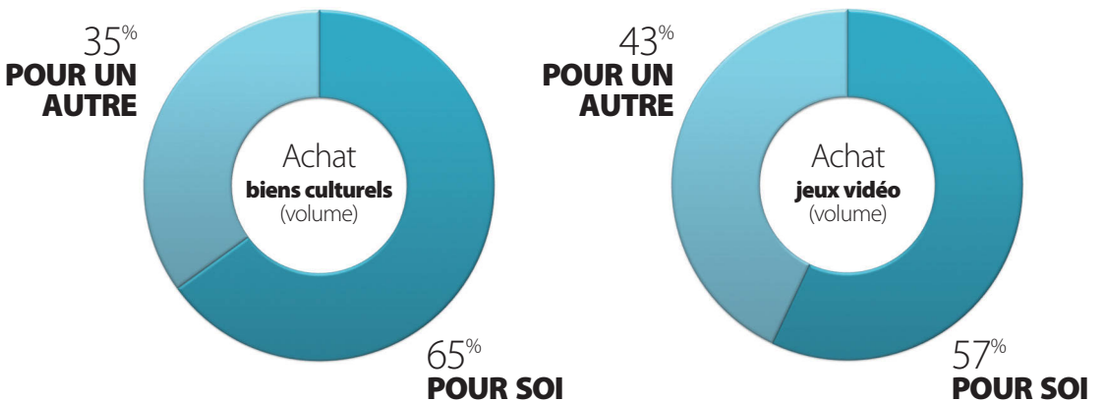
© 2014 Bewell Connect est une marque déposée par Visiomed Group SA. Le constructeur se réserve le droit de modifier les photos et caractéristiques sans avis préalable. Modèle déposé. Les logos et marques sont la propriété respective de leurs auteurs.

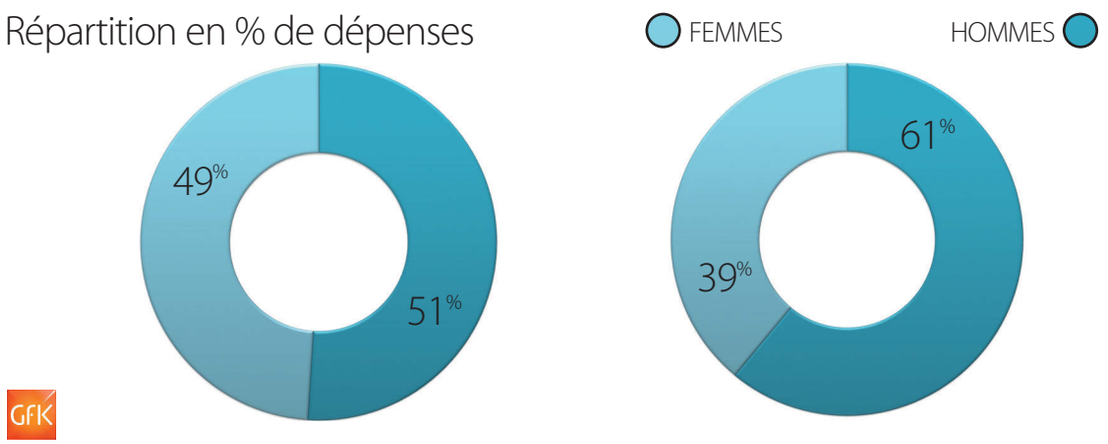
Le consommateur,

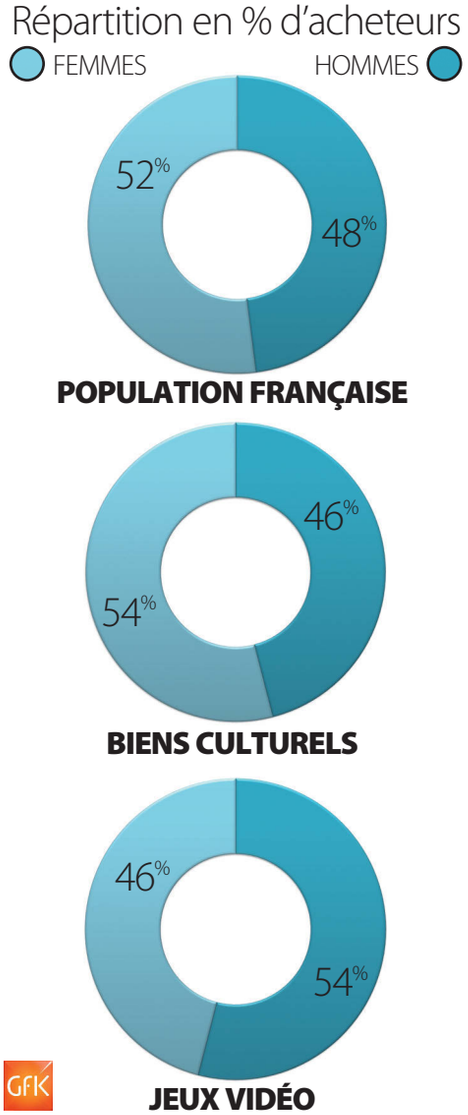
Comme nous vous l'avons présenté dans le JDLI 266, GfK a créé en 2013 un nouveau panel, pour suivre les habitudes et attitudes de consommateurs sur le marché des biens culturels. Venant en complément du panel distribution, il fournit à tout le marché les clés des comportements d'achat le profil du consommateur, ou bien souvent, de la consommatrice. Le « Panel Consommateurs Entertainment » suit, via un questionnaire en ligne, 13 200 personnes recrutées selon la méthode des quotas auxquelles s'ajoutent 1800 jeunes de 10 à 14 ans spécifiquement pour les jeux vidéo. « *Le panel distributeurs permet une approche tactique des marchés quand le panel consommateurs est un outil très puissant pour orienter la stratégie marketing et commerciale de nos clients* », expliquait récemment GfK. Le JDLI a donné la parole à Laurent Donzel, Business Group Director, et Jean-François Boone, en charge des jeux vidéo, pour qu'ils illustrent le type d'informations que ce panel permet de recueillir sur le marché des jeux vidéo. Vous retrouverez leurs commentaires en complément des tableaux ci-dessous.
Par ailleurs, vous pouvez retrouver des données relatives aux comportements d'achat et aux comportements d'usages dans notre numéro Spécial Idef 2014. Des données issues du deuxième opus « L'essentiel du Jeu Vidéo », édité par le Sell et dans une large mesure basées sur le travail de GfK.

Comportements d'achats

Une des clef d'entrée du panel consommateurs est d'abord la connaissance des profils socio-démographiques des acheteurs de jeux vidéo. Sur ce point, si pour les biens culturels en général, 54% des acheteurs sont en réalité des acheteuses, l'inverse se produit pour les jeux vidéo où 54% des acheteurs sont de sexe masculin.







Un autre exemple montre qu'il y a une disparité entre les profils d'acheteurs de jeux vidéo et les acheteurs de biens culturels : 60% des acheteurs de biens culturels en général ont plus de 40 ans, contre 42% pour les acheteurs de jeux vidéo, ce qui démontre l'attrait des jeux vidéo auprès d'une population jeune et en creux montre le potentiel sur les plus de 40 ans.

L'analyse par profils ne se limite pas aux critères socio-démographiques car les informations sur les panélistes sont complétées par leur équipement en produits technologiques (notamment les consoles qu'ils possèdent), leurs habitudes média, ou encore leur pratique du téléchargement de jeux gratuits et payants.

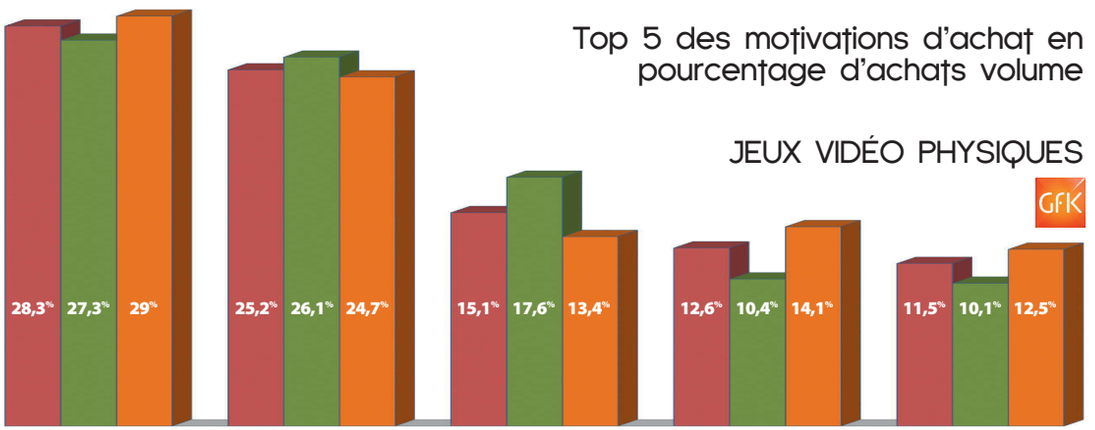
cet énergumène

Motivations d'achat

Toutes ces informations peuvent potentiellement être croisées avec les déclarations d'achat des panélistes, par exemple quelles ont été les sources de connaissance d'un jeu acheté et les motivations d'achat de ce jeu.

Top 5 des motivations d'achat en pourcentage d'achats volume

JEUX VIDÉO PHYSIQUES

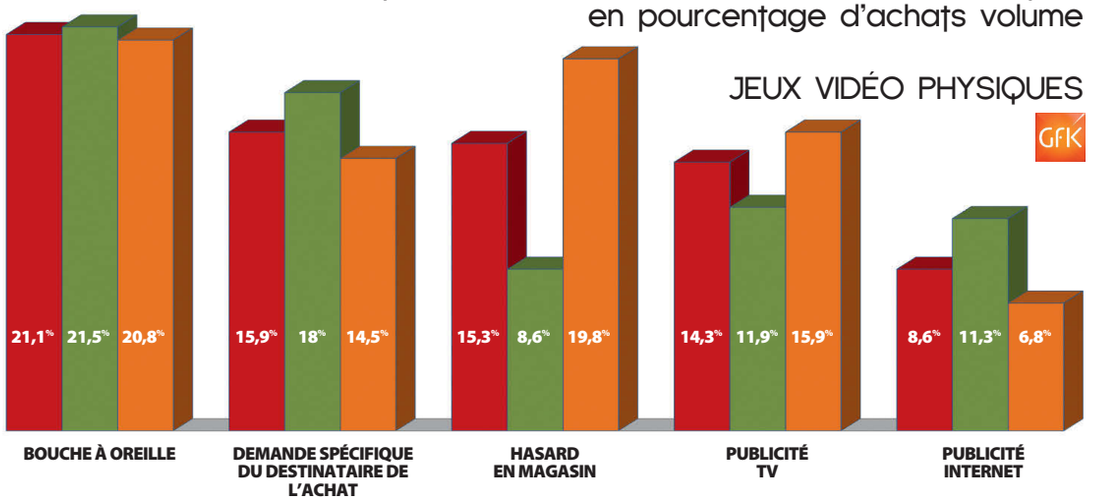


Connaissance de l'article acheté

Ainsi, le « bouche à oreille », de plus en plus amplifié par les réseaux sociaux, arrive en tête des sources de connaissance, alors que l'attrait pour une catégorie de jeux en particulier reste en tête des motivations d'achat. On note ici de premières disparités entre achat en magasin physique et achat sur Internet.

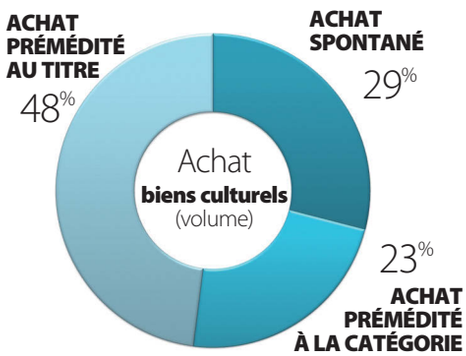
Top 5 des sources de connaissances de l'article en pourcentage d'achats volume

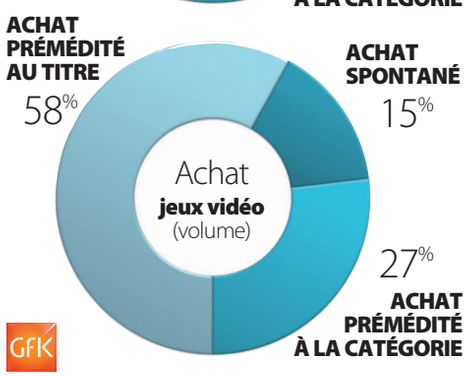
JEUX VIDÉO PHYSIQUES



Une préméditation d'achat sur les jeux vidéo plus marquée que sur la moyenne des biens culturels

Un autre d'exemple d'analyse vient quantifier le fait qu'il y a peu d'achats spontanés dans l'univers des jeux vidéo puisqu'ils représentent 15% des achats de jeux contre pratiquement 30% des achats de biens culturels en général. Là encore, ces résultats peuvent être affinés par types de jeux, par plate-forme et bien d'autres profils. Les joueurs savent ce qu'ils veulent acheter lorsqu'ils vont en magasin, mais il semblerait qu'il y a de la marge pour augmenter leurs paniers d'achat en suscitant des achats spontanés par des animations ou opérations spécifiques en magasin.





Il est possible d'aller beaucoup plus loin dans les analyses issues du panel consommateurs, en descendant aux segments de marché, au détail par plates-formes mais aussi par réseau de distribution (notamment Internet) et même à l'enseigne. Quelques exemples simples : si on en revient à la préméditation des achats de jeux, déjà forte sur les jeux au global, celle-ci est encore plus forte sur Internet. Un circuit où un tiers des acheteurs de jeux sont dans la tranche d'âge 15-29 ans, alors que la tranche d'âge 10-14 ans est légèrement sous-représentée par rapports aux achats de jeux en magasins phsyiques.

La France fait ses jeux

Le marché français du jeu vidéo, toutes plates-formes et tous types de jeux, se porte plutôt bien et les nouvelles consoles relancent l'intérêt du public pour le jeu en retail. Mais pour autant, les entreprises françaises en profitent-elles ? Le SNJV (Syndicat National du Jeu Vidéo, ex-Apom), en partenariat avec le cabinet d'audit Pwc, s'est penché sur le classement des entreprises françaises du secteur selon leur chiffre d'affaires. Par Sébastien Anxolabéhère

Les entreprises françaises qui œuvrent dans le jeu vidéo ne sont pas de taille homogène. Rien de bien surprenant, le marché présentant tant de facettes différentes qu'il génère des sociétés d'une grande diversité. L'essor ces dernières années du casual gaming, des modèles free-to-play, du jeu Facebook et évidemment sur smartphone et tablette, a permis à des sociétés de tailles relativement modestes de tirer leur épingle du jeu. En dépit de la conjoncture économique, l'élargissement du marché notamment vers un public adulte et l'apparition de modèles économiques nouveaux sont venus soutenir des sociétés qui n'auraient sans doute pas survécu.

Dans les faits, dans le top 20 des entreprises du secteur jeux vidéo, certaines sont présentes sur le marché des jeux consoles, d'autres sur les jeux totalement dématérialisés. Cependant, sur le marché console, seul Ubisoft dont le chiffre d'affaires dépasse le milliard d'euros, a la capacité d'être à la fois développeur, éditeur et distributeur. Atari/Infogrames ayant disparu (ce qu'il en reste n'est pas détenu par des capitaux français), Activision s'étant détaché de son ancienne maison-mère Vivendi, restent des entreprises à la surface financière nettement plus modeste. La troisième de la liste, Ankama, a réalisé 31 millions d'euros de CA en 2013, et la vingtième, Kobojo, deux millions. Des sommes qui n'autorisent pas à avoir l'ambition d'avancer seul sur le marché

Top 20 sociétés françaises de jeux vidéo 2013

Rang	Entreprise	Cotée	CA logiciel*	CA total*
1	**Ubisoft**	**oui**	**1256**	**1256**
2	**Gameloft**	**oui**	**233**	**233**
3	**Ankama**	**non**	**31**	**31**
4	**Focus Home Int.**	**non**	**26**	**26**
5	**Pretty Simple**	**non**	**20**	**20**
6	**BigBen Interactive**	**oui**	**17**	**164**
7	**Quantic Dream**	**non**	**12**	**12**
8	**Mediastay**	**non**	**8**	**20**
9	**Arkane Studio**	**non**	**7**	**7**
10	**Dontnod Ent.**	**non**	**7**	**7**
11	**IsCool Ent.**	**non**	**6**	**6**
11	**Asobo Studio**	**non**	**6**	**6**
13	**Cyanide Studio**	**non**	**5**	**5**
14	**Acute Games B.**	**non**	**4**	**4**
15	**Anuman Inter.**	**non**	**4**	**4**
16	**Bulkypix**	**non**	**4**	**4**
17	**Kylotonn Games**	**non**	**3**	**3**
18	**Playsoft**	**non**	**3**	**3**
19	**Amplitude Studios**	**non**	**3**	**3**
20	**Kobojo**	**non**	**2**	**2**
20	**Interaction Games**	**non**	**2**	**2**

* en millions d'euros - Source : SNJV

Une étude

Ubisoft et Gameloft occupent respectivement les deuxième et cinquième places du classement de Pwc des éditeurs de logiciels, tous métiers confondus et l'industrie du jeu vidéo français représente plus du tiers du chiffre d'affaires de l'industrie du logiciel. Selon le SNJV, les entreprises françaises sont très exportatrices, puisque 80 % du chiffre d'affaires cumulé de ces sociétés vient de l'exportation.

des consoles de salon. Reste le deuxième, Gameloft, loin derrière le mastodonte Ubisoft, mais très largement devant les autres.

Des entreprises représentatives

Malgré cela, les entreprises présentes dans ce top 20 représentent bien la diversité du jeu vidéo actuel. On y croise des développeurs capables de travailler pour les plus grands éditeurs (Quantic Dream, Arkane Studio, Dontnod…), de développer des séries à succès (Cyanide), de porter sur tablette ou smartphone des anciens jeux ou des bandes dessinées (Anuman), de distribuer des jeux dématérialisés (Focus), de développer des mondes persistants (Ankama), de développer et éditer des jeux à succès pour tablettes ou smartphones (Gameloft, Bullkipix) ou des jeux Facebook à succès (Pretty Simple).

Comme l'explique le SNJV, les changements qui s'opèrent dans la structure du marché, de plus en plus porté vers la mobilité, obligent les sociétés à s'adapter. Mais c'est surtout des opportunités de croissance qui s'offrent à elles. *« Après la très forte poussée des marchés sociaux et Web, les plates-formes mobiles s'affirment désormais comme le principal vecteur de la distribution de jeux vidéo casual. Le modèle freemium s'est standardisé et les app stores sont devenus des écosystèmes incontournables. […] L'arrivée sur plates-formes mobiles de nombreuses productions initialement destinées au Web et aux réseaux sociaux constitue également un cap à franchir pour bon nombre de sociétés du secteur »*, écrit le SNJV.

> Les entreprises présentes dans ce top 20 représentent bien la diversité du jeu vidéo actuel.

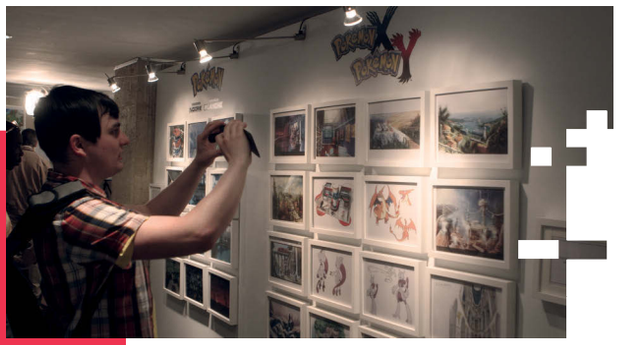
Jeux physiques : la console de salon écrase tout

Dans une étude pour le CNC (Centre National du Cinéma et de l'Image animée) sur le jeu vidéo en France en 2013, qui ne traitait que des jeux physiques (en boite), GfK notait que *« sur le seul périmètre des jeux vidéo français, la part de marché des jeux pour console de salon augmente en 2013, représentant 89% des jeux français (+1,7 en un an), devançant depuis 2009 les jeux pour console portable. En 2013, les jeux vidéo français réalisent 6,9% de leur chiffre d'affaires sur les consoles portables, contre 8,2% en 2012. Les jeux français se repositionnent ainsi vers le marché des consoles de salon, au détriment du marché des consoles portables qui perd 41,2% de chiffre d'affaires entre 2012 et 2013. Depuis 2008, le chiffre d'affaires des jeux français pour console portable a été divisé par 23. Les jeux pour ordinateur sont en 2013 à l'origine de 4,2% des recettes en valeur des jeux français, taux stable depuis 2011 »*.

Derrière cette évolution, on voit l'effondrement du marché de la Nintendo DS qui avait porté certaines entreprises.

C'est une grande première en Europe, un P
éphémère a ouvert à Paris durant le mois d
dessiner, jouer, rencontrer Pikachu mais au
l'effigie de ces drôles de bestioles… Le lieu
la capitale par la Pokémon Company rego
s'y est rendu, à la mi-juin. Par Guy Pichard

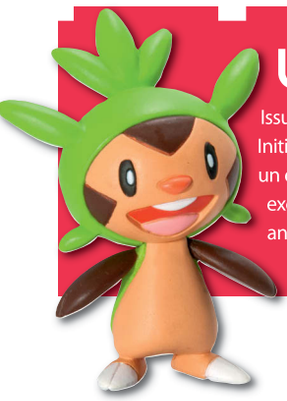
Pari réuss
le Pokémon C



Si le Japon compte une demi-douzaine de Pokémon Center (Tokyo, Sapporo, Osaka, Nagoya…) et que les Etats-Unis y ont gouté pendant quatre ans à New York, jamais un lieu à la gloire de ces étranges animaux n'était passé sur le Vieux Continent. La France étant l'un des pays les plus réceptifs à la culture japonaise et tout particulièrement manga, Paris a été logiquement choisi pour accueillir ce lieu d'une centaine de mètres carrés sur deux étages uniquement dédiés à cet univers. Une complicité entre notre pays et cet univers que Junichi Masuda, Directeur des jeux Pokémon, confirmait il y a quelques semaines : « *La région de Kalos où se déroulent Pokémon X et Pokémon Y est en réalité basée sur la France. J'avais décidé que le thème du jeu serait la beauté. En réfléchissant à l'endroit qui y correspondrait le mieux, un pays m'est venu à l'esprit : le pays le plus visité par les touristes ; le pays de la mode et de la sophistication culinaire ; le pays du raffinement linguistique... la France !* »

Un lieu hybride

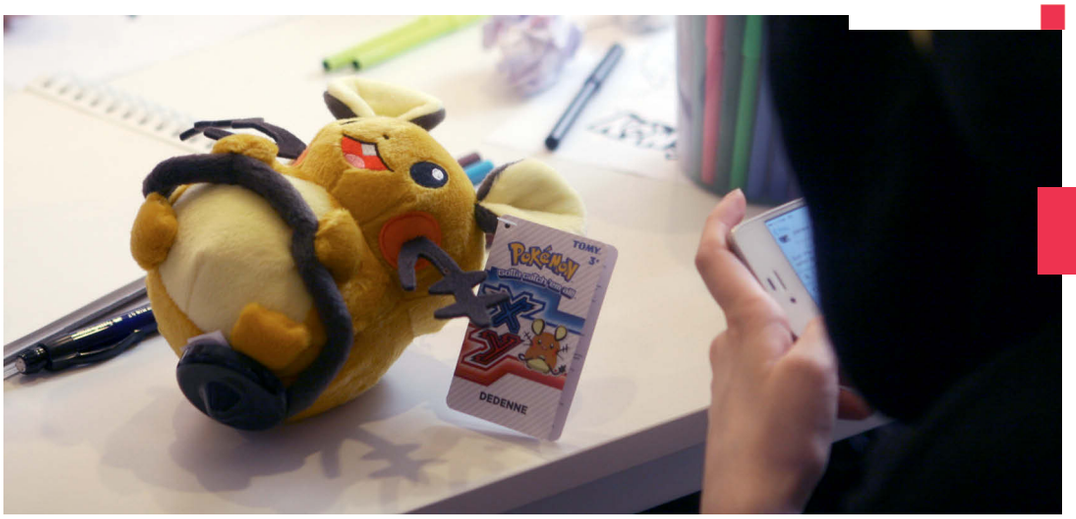
C'est donc dans le 1er arrondissement, rue des Halles qu'a ouvert le Pokémon Center mais pour une durée limitée, sa fermeture étant prévue le



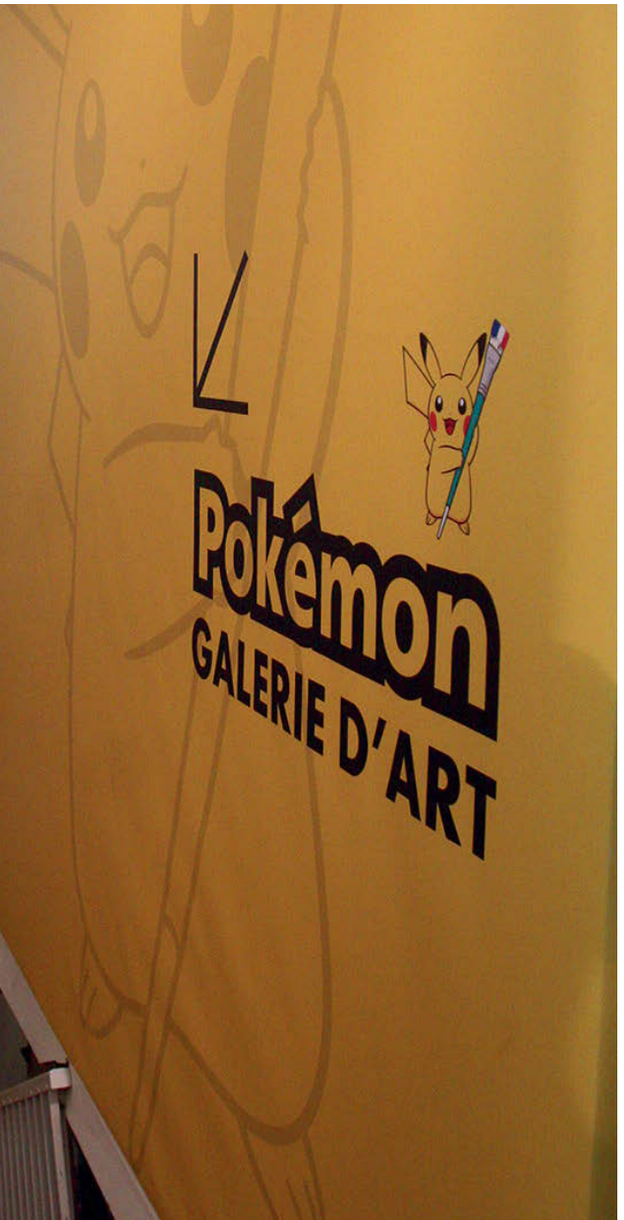
Une licence au business colossal

Issu de l'imagination du développeur japonais Satoshi Tajiri, Pokémon n'est pas qu'un jeu vidéo. Initialement jeu de cartes, la licence jouit de presque deux décennies d'histoire et se place comme numéro un du jeu de cartes à collectionner. Son aura dépasse largement les frontières du Japon, en France par exemple en 2013, 95% des enfants de six à 10 ans connaissaient la licence ! En plus des mangas, une série animée narre les aventures de Sacha, Pikachu et leurs amis et plusieurs longs-métrages découlent également de cet univers, ainsi que bon nombre de jouets, comme chez le fabriquant Tomy.

kémon Center
juin. Découvrir,
acheter des goodies à
nvestit en plein cœur de
eait d'activités. Le JDLI



i pour enter

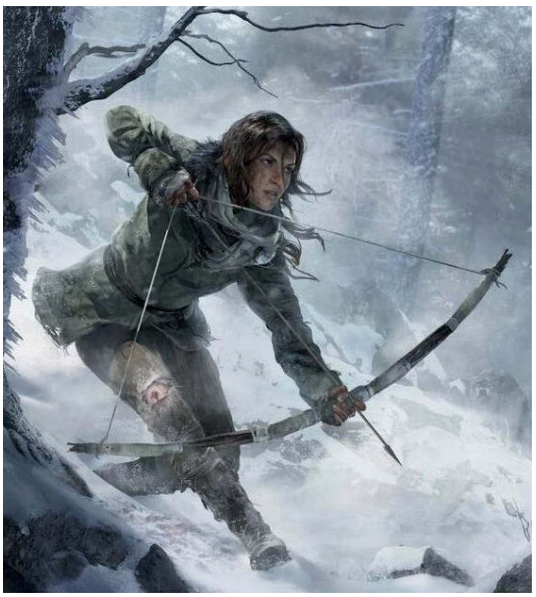


21 juin. Un lieu éphémère donc, voulant créer l'évènement par son côté limité dans le temps. Si les Pokémon Center situés au Japon sont uniquement dédiés à la vente de produits dérivés, il n'en est pas de même à Paris. *« Je veux vraiment que les Pokémon Center ne soient pas de bêtes boutiques. Ce sont des endroits où on va échanger, où des gens qui ne se connaissent pas vont jouer ensemble. Mon but, c'est de créer des espaces de rencontres »* confiait Junichi Masuda au Figaro.fr début juin. Ainsi, l'endroit accueillait une rétrospective de la série principale des jeux Pokémon de 1996 à aujourd'hui ainsi que des esquisses préparatoires utilisées pour Pokémon X et Pokémon Y. En plus de cela, un espace interactif permettait de s'initier au dessin de ces créatures, de récupérer un Pokémon unique (le 19e motif de Prismillon) et même de rencontrer la star incontournable de l'endroit : Pikachu ! Côté merchandising, une boutique importante commercialisait divers produits dérivés de la marque (peluches, cartes, posters, t-shirts, Pokéballs, mangas…). Lors de notre visite, le point vente venait d'être réapprovisionné car en rupture de stock quelques jours auparavant… De quoi décider la Pokémon Company d'installer définitivement un Pokémon Center dans la capitale ?

Les Pokémon en jeux vidéo

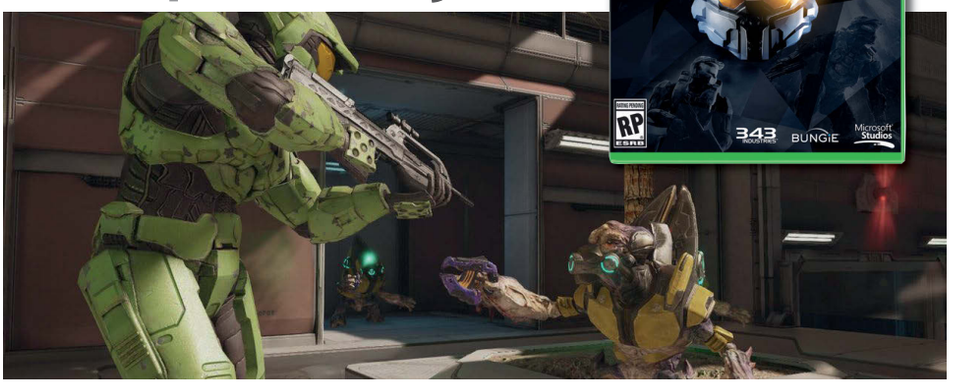
Sortis pour la première fois au Japon en 1996 (en France en 1999) avec Pokémon Version Rouge et Pokémon Version Bleue, les jeux vidéo de la franchise totalisent plus de 245 millions de titres vendus dans le monde. Seules les consoles Nintendo accueillent des jeux issus de la franchise, du Game Boy à la Wii U en passant par la Nintendo 64. Les derniers jeux vidéo de la série, Pokémon X et Pokémon Y, sortis sur Nintendo 3DS, représentent 12 millions d'exemplaires de cartouches écoulées. A l'occasion de l'E3, davantage d'informations sur les prochains jeux Pokémon ont été dévoilées lors de la conférence Nintendo. Pokémon Rubis Oméga et Pokémon Saphir Alpha, qui sont des remakes de jeux parus en 2003 sur la console portable GameBoy Advance (Pokémon Version Rubis et Pokémon Version Saphir), passeront donc à la tridimensionnalité sur la 3DS. L'histoire se déroulera sur Hoenn et le joueur aura pour tâche de percer les secrets que renferment les Méga-Évolutions. Les deux titres sont prévus pour le 28 novembre.

Lara Croft, la suite



Square Enix a profité de l'E3 pour annoncer le retour de la célèbre aventurière dans Rise of the Tomb Raider, prévu pour 2015. Toujours développé par le studio Crystal Dynamics qui a signé en 2013 le reboot remarqué Tomb Raider, le titre sera basé sur un scénario prenant place après les événements de celui-ci. « *Après avoir entendu les requêtes de nos fans, nous mettons de nouveau des tombeaux dans Tomb Raider, notre jeu d'action-survie sans concession* », explique Darrell Gallagher, Directeur du studio. Le jeu est prévu pour 2015. Il a été présenté au cours de la conférence Microsoft pour Xbox One, mais il n'a pas été question d'exclusivité pour la console.

Microsoft, tout pour le jeu



Après un E3 2013 compliqué pour Microsoft, entre prétentions multimédia et fonctionnalités depuis abandonnées à l'image de la connexion quotidienne obligatoire, le constructeur a cette année choisi de mettre une seule chose en avant à sa conférence : le jeu. Plusieurs titres exclusifs ont été mis en avant lors de l'événement à l'image de **Sunset Overdrive**, un jeu d'action à la troisième personne survitaminé signé Insomniac Games (Ratchet & Clank) qui mêle univers de dessin animé et extermination d'extra-terrestres. Halo, classique des classiques, va prendre place sur Xbox One avec bien sûr **Halo 5 Guardians** à l'automne 2015 mais aussi dès novembre avec **Halo Master Chief Collection**, une compilation de différents volets de la série remasterisés pour la Xbox One. **Forza Horizon 2** sera également un titre fort sur Xbox One sur cette fin d'année. Autre figure bien connue de l'univers Xbox, Fable va faire son retour avec **Fable Legends**, un nouvel opus de la saga créée par Peter Molyneux et qui va désormais s'aventurer sur les terres du jeu en coopération en ligne. **Crackdown**, un GTA-like futuriste qui avait connu deux volets plutôt réussis sur Xbox 360, va faire son retour courant 2015 sur la nouvelle console. Côté développeurs indépendants, un titre s'est particulièrement illustré, **Inside**, développé par le studio Playdead, aux faux-airs d'Another World ou Flashback. De nombreux jeux tiers étaient également présents au cours de la conférence (Assassin's Creed Unity, The Witcher 3, Call of Duty Advanced Warfare…) qui ne comptait finalement qu'un grand absent, Kinect.

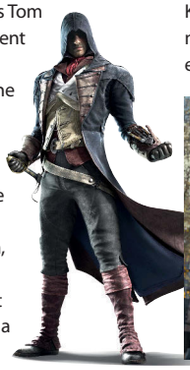
Sunset Overdrive

Sony développe l'écosystème PlayStation

Avec une PlayStation 4 partie sur les chapeaux de roues depuis son lancement occidental fin 2013, Sony Computer consacrait une part importante de sa conférence E3 pour détailler ses plans côté jeux pour la console. Après le tour de force de l'E3 2013 et la mémorable conférence de présentation de la console, le millésime 2014 aura été davantage synonyme de confirmation du côté des jeux. Le très attendu **Uncharted 4 : A Thief's End** présent via une vidéo en temps réel, **The Order : 1886** confirment leurs statuts de superproductions de 2015 tandis que le constructeur annonçait quelques nouveautés comme l'arrivée prochaine de **Little Big Planet 3** qui devrait pleinement profiter de l'aspect très connecté de la console ou encore de **Bloodborne**, nouvelle production de From Software (Dark Souls) exclusif à la PS4. Tout comme **Let It Die**, prochain jeu de Suda51 (No More Heroes) qui sera réservé aux consoles de la marque. Au cours de sa conférence, le Japonais a cité de nombreux jeux d'éditeurs tiers, soulignant quelques éléments exclusifs pour la version PS4 dont celui consistant à pouvoir jouer en multijoueurs à Far Cry 4 avec une seule version du titre (via un pack de clés fourni avec le jeu). Depuis l'annonce de la PS4, la scène indépendante est soignée par Sony et le constructeur a présenté de nombreux titres du genre, dont **No Man's Sky**, qui invite à l'exploration de planètes générées aléatoirement ou encore **Grim Fandango**, l'un des derniers jeux d'aventure de LucasArts, qui va revenir sur PS4 et PS Vita. Le groupe a également profité de l'E3 pour confirmer l'arrivée en Europe en fin d'année de PlayStationTV, ce petit boîtier à connecter au téléviseur pour accéder aux services en ligne de la marque (jeux en streaming, films…) mais aussi jouer à distance à la PS4 en « remote play ». Il sera commercialisé 99 euros nu et en bundles avec manette et carte mémoire. Toujours dans l'optique d'étendre l'écosystème PlayStation, le casque de réalité virtuelle Morpheus, s'il n'a pas encore de date de sortie arrêtée, était présent à E3 via des démonstrations sur le stand du fabricant, même s'il faudra encore patienter avant de l'avoir dans le salon. Enfin, bonne nouvelle pour les esthètes, Sony a annoncé l'arrivée en fin d'année d'une version blanche de la PS4, notamment en bundle avec le très attendu Destiny d'Activision Blizzard.

Ubisoft assure le show

Belle conférence de la part de l'éditeur français qui, depuis Los Angeles, a aligné méthodiquement son line-up assez impressionnant pour les prochains mois. Figure de proue du catalogue, Assassin's Creed accueillera le 28 octobre un nouveau volet se déroulent dans la ville de Paris en pleine Révolution en 1789. **Assassin's Creed Unity** apportera également des nouveautés à la série comme la possibilité de jouer pour la première fois en coopération à quatre, sans oublier une gestion encore plus réaliste des mouvements de foule. Visiblement un grand millésime pour la saga, réservé aux consoles de nouvelle génération et au PC. Autre titre très prometteur du groupe, **Far Cry 4** est prévu pour le 18 novembre et va emmener les joueurs dans les décors superbes de l'Himalaya. Là aussi, monde ouvert, campagne solo scénarisée, jeu en coopération sont au programme de ce jeu prévu pour PS4, Xbox One et PC, mais aussi PS3 et Xbox 360. Autre titre fort de l'éditeur sur cette fin d'année, **The Crew** (12 novembre) permettra de prendre le volant de bolides pour des courses à travers les Etats-Unis en monde ouvert. On reste dans la logique des blockbusters avec la prochaine itération de l'univers Tom Clancy, **The Division**, en développement chez le studio Massive Entertainment pour PC et nouvelles consoles pour une sortie en 2015. Sur une réalisation de haut vol, ce jeu d'action à la troisième personne met en scène une ville de New York post-apocalyptique, ravagée par une épidémie foudroyante. Une unité dormante d'agents, The Division, est activée tandis que la société s'effondre… C'est d'ailleurs également avec un titre Tom Clancy que l'éditeur a fermé sa conférence, en dévoilant les premières images de **Rainbow Six Siege** (2015) dont l'une des particularités semble tenir dans ses environnements destructibles. Si Just Dance connaîtra logiquement une nouvelle édition estampillée 2015 sur la plupart des consoles de jeu, l'éditeur a également annoncé l'arrivée de **Just Dance Now**, une application pour smartphone se synchronisant avec tout écran connecté pour pouvoir pratiquer le déhanchement musical à peu près n'importe où. A noter enfin que l'éditeur poursuit le développement de titres orientés santé, **Shape Up** sur Xbox One avec Kinect permettant de réaliser des exercices contre soi-même, sous forme de petits jeux d'action. Sortie prévue en fin d'année.



GTA V gagne en finesse

On l'attendait depuis des mois mais c'est à l'occasion de l'E3 et de la conférence de Sony que Rockstar Games a officialisé l'adaptation prochaine de Grand Theft Auto V sur les nouvelles machines. PC, PlayStation 4 et Xbox One accueilleront le titre dès *« cet automne »*. Profondeur de champ plus importante, textures optimisées, trafic plus dense sont quelques-uns des ajouts annoncés par l'éditeur sur ces versions du fameux hit. Les fonctionnalités online devraient également être améliorées.

Electronic Arts, les poids lourds

Au cours de sa conférence de presse avant l'E3, Electronic Arts a donné une belle place aux nouvelles productions du studio Bioware, spécialisé dans les jeux de rôle. Dragon Age Inquisition, prévu pour le 9 octobre sur PC et consoles d'ancienne et nouvelle génération, devrait donner un nouvel élan à la saga heroic-fantasy du studio. Autre saga emblématique du studio, **Mass Effect** fera aussi son retour comme l'a confirmé EA, dans un volet qui est actuellement en production. Très attendu aussi par la communauté des joueurs, **Mirror's Edge 2** était présenté via un prototype en vidéo au cours de la conférence. Incontournable, **Les Sims 4** étaient évidemment aussi de la partie, l'éditeur soulignant l'intelligence artificielle améliorée des personnages et les nouvelles possibilités offertes par le titre. Côté EA Sports, la nouvelle discipline au programme, **UFC** était mise en avant ainsi évidemment que **FIFA 15** qui embarque de multiples nouveautés dont « l'intelligence émotionnelle » des sportifs en fonction des événements sur le terrain. L'éditeur américain a ensuite clôturé son événement sur **Battlefield Hardline**, dernier-né de la série de jeux d'action en vue subjective qui marque une rupture en délaissant le champ de bataille futuriste pour se tourner vers les affrontements urbains entre forces de police et criminels surarmés (PC, consoles ancienne et nouvelle génération).

Disney tisse sa toile

On avait appris récemment que Disney allait inviter les super-héros Marvel dans le jeu Disney Infinity, qui combine jeu vidéo et figurines physiques. Au cours de l'E3, l'éditeur a annoncé qu'outre les personnages des Avengers (Hulk, Thor, Iron Man…), l'incontournable Spider-Man était également au programme. Une aventure dédiée est aussi prévue, avec apparition de Nick Fury, Nova, Venom ou encore Iron Fist en versions jouables dans la Toy Box 2.0.

Wargaming, bataille navale

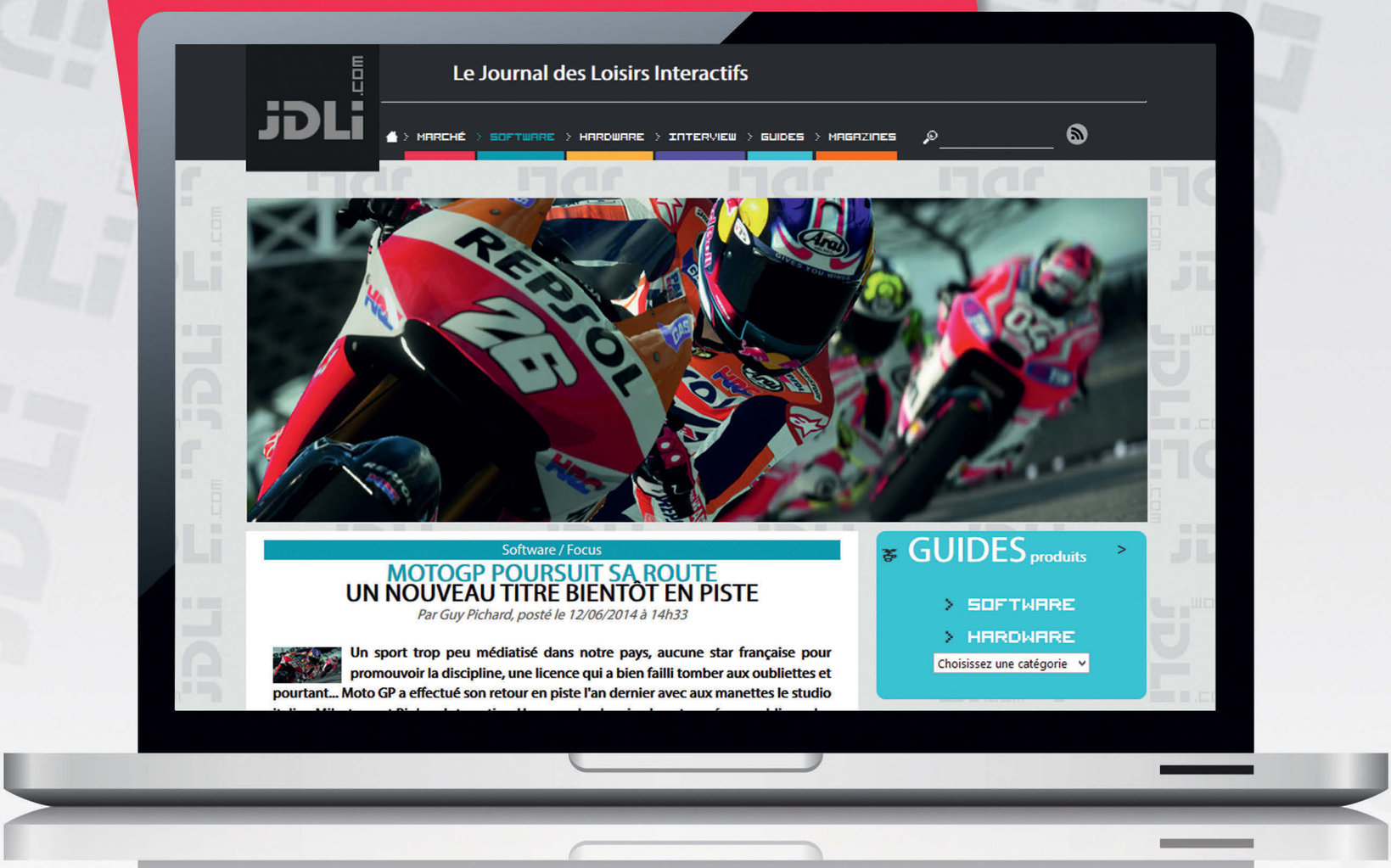
Wargaming, spécialiste du free-to-play, confirme la sortie de la close beta de World of Warships pour la fin de l'année. Venant s'ajouter à World of Tanks et à World of Warplanes, le nouveau titre permettra aux joueurs de s'affronter à bord de quatre classes de navires, cuirassés, croiseurs, destroyers et porte-avions de la Seconde Guerre mondiale. La modélisation des bâtiments a bénéficié de tous les soins des développeurs et les amateurs d'histoire militaire reconnaîtront sans peine le Yamato ou le Bismarck. En plus de ces légendes historiques, on disposera de prototypes de vaisseaux qui n'ont pas eu le temps de sortir des arsenaux… Mais avant cela il faudra se contenter des bateaux américains, anglais, allemands et japonais.

Nintendo

Le plein d'annonces

La Wii U est en difficultés, principalement à cause du manque de jeux et de concepts exploitant ses spécificités ? Nintendo est bien conscient de la situation et entend visiblement renverser la tendance et rassurer les potentiels acheteurs de la console de salon. S'il n'organisait pas une conférence physique mais dévoilait ses nouveautés via un « Digital Event » retransmis en vidéo, le constructeur japonais n'en a pas moins réalisé l'une des prises de paroles les plus remarquées de l'E3. En confirmant tout d'abord son arrivée sur le secteur des figurines intelligentes avec la gamme des Amiibo. Une première dizaine de modèles sont prévus pour la fin de l'année avec les grandes figures maisons (Mario, Link, Donkey Kong, Princesse Peach…) chacune enregistrant les données du joueur, dans l'esprit des Skylanders et Infinity. Elles seront reconnues directement par le Gamepad de la Wii U mais aussi par la 3DS via un lecteur (sortie en 2015) et leur compatibilité a été confirmée avec plusieurs titres dont **Super Smash Bros** (sortie le 3 octobre sur 3DS, cet hiver sur Wii U), **Mario Kart 8**, **Mario Party 10**, **Captain Toad : Treasure Tracker** qui met en vedette les passages de puzzle de Super Mario World 3D, ou encore **Yoshi's Woolly World** qui met à nouveau en scène un Yoshi en tricot… Ces trois derniers titres font partie des nouveaux jeux dévoilés par Nintendo pour la console de salon, aux côtés d'un nouveau jeu **Kirby** ou encore d'une toute nouvelle franchise, **Splatton**, qui va proposer des batailles en ligne et en arènes à coups de jets de peinture. Le moment fort du message de Nintendo n'a été autre que la présentation des premières images du prochain jeu **Zelda** sur Wii U, prévu pour 2015, qui promet un monde ouvert à la réalisation somptueuse. **Hyrule Warriors**, **Bayonetta 2** (qui inclura d'ailleurs une version spéciale du premier opus) arriveront fin d'année. La valeur ajoutée du GamePad n'a pas été assez exploitée à ce jour ? Shigeru Miyamoto, créateur de Mario et Zelda, a présenté ses prochains projets, spécifiquement pensés pour exploiter les caractéristiques de la manette de la Wii U : un nouveau **Star Fox**, **Mario Maker** qui permettra de créer ses propres niveaux du jeu mythique, Project Giant Robot et Project Guard. De quoi rassurer pour l'avenir de la Wii U… et relancer le soutien de la machine par les éditeurs tiers ?

JDLI.COM
fait peau neuve !



Etre au courant de tout
IMMÉDIATEMENT !

OCTOBRE 7, 2014

18
www.pegi.info
PROVISOIRE

PS4 PS3 PC XBOX ONE XBOX 360

Alien: Isolation, Alien, Aliens, Alien 3 TM & © 2014 Twentieth Century Fox Film Corporation. Tous droits réservés. Twentieth Century Fox, Alien, Aliens, Alien 3 et leurs logos respectifs sont des marques déposées ou des marques commerciales de Twentieth Century Fox Film Corporation. Le logiciel de jeu Alien: Isolation, n'incluent pas les éléments de Twentieth Century Fox © SEGA. Développé par The Creative Assembly Limited. Creative Assembly et le logo de Creative Assembly sont des marques commerciales ou déposées de The Creative Assembly Limited. SEGA et le logo SEGA sont des marques commerciales ou déposées de SEGA Corporation. Tous droits réservés. "PlayStation", "PlayStation" et "PS3" sont des marques commerciales ou déposées de Sony Computer Entertainment Inc. "PS4" est une marque déposée de la même entreprise.

ALIEN
ISOLATION™
COMMENT SURVIVREZ-VOUS ?
ALIENISOLATION.COM
/ALIENISOLATION
SEGA®
www.sega.com

2015, une année

Halo

Il va falloir encore patienter pour s'essayer aux nouvelles aventures du héros casqué cher à Microsoft ! Baptisé Halo 5 : Guardians, le titre annoncé comme « *encore plus ambitieux que le précédent* » sera le premier opus de la saga spécifiquement conçu pour la Xbox One. Les péripéties vidéoludiques du Master Chief devraient normalement sortir conjointement avec la série TV Halo développée par… Steven Spielberg. Arrivée (massive donc) prévue pour l'automne 2015, exclusivement sur Xbox One bien évidemment.

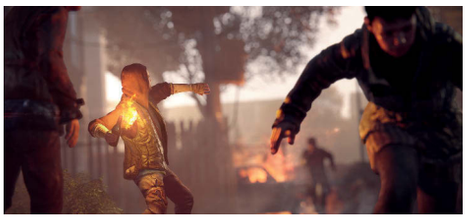
Diablo 3

L'enfer au grand complet sur consoles

Blizzard Entertainment continue de répandre les flammes de l'enfer avec l'arrivée prochaine de Diablo III: Ultimate Evil Edition. Comme son nom le suggère, ce titre regroupera Diablo 3 et son extension Reaper of Souls sur PS3, Xbox 360 mais aussi - et pour la première fois - sur PlayStation 4 et Xbox One. Une sortie qui vise aussi bien les non-initiés que les joueurs confirmés de cet univers, comme le confirme Mike Morhaime, Président et cofondateur de Blizzard Entertainment : « *Que vous soyez un vétéran de la croisade contre les forces du mal sur PC ou que vous posiez le pied sur Sanctuaire pour la première fois, le moment n'a jamais été plus propice pour vous plonger dans Diablo III sans quitter votre canapé* ». Côté tarifs, les joueurs pourront se procurer le jeu dès le 16 août au prix public conseillé de 69,99 euros sur PS4 et sur Xbox One, contre 39,99 euros sur PS3 et Xbox 360.

Homefront ressort les armes

Après un premier volet sorti début 2011 sous l'égide de feu l'éditeur américain THQ, la franchise Homefront devrait être réactivée l'année prochaine. Deep Silver et le studio Crytek annoncent en effet pour 2015 Homefront : The Revolution, une suite destinée aux nouvelles consoles Xbox One et PlayStation 4 ainsi qu'au PC/Mac. On retrouve cet univers singulier où les Etats-Unis ont été envahis par la Corée du Nord et où une poche de résistance s'est formée à Philadelphie pour mener une véritable guérilla face à l'occupant. Cycle jour/nuit, conditions climatiques changeantes sont quelques-unes des caracteristiques de ce nouveau Homefront qui ambitionne également d'être moins scripté que son prédécesseur via un monde ouvert. De la coopération en ligne est également au programme de ce titre qui sera commercialisé en France par Koch Media.



Fifa 15, déjà la reprise !

Le maitre incontesté de la simulation footballistique se tourne déjà vers l'après Coupe du Monde ! Pour cette nouvelle saison, Electronic Arts souhaite visiblement humaniser son titre. « *Nous sommes capables de vous plonger au cours d'un match et de vous raconter son histoire au fil des minutes grâce à de nouveaux commentaires, à l'animation du public et aux réactions naturelles des joueurs* » explique David Rutter, Producteur exécutif de FIFA. Ainsi, « *l'intelligence émotionnelle* » va ajouter aux footballeurs virtuels 600 animations et réactions (agacement, frustration, excitation, nervosité…) qui apparaitront selon le déroulement du match. De même, le jeu va gagner en réalisme sur et en dehors du terrain, avec des sportifs au physique amélioré, des pelouses qui subiront en direct les affres de la partie et des tribunes à l'ambiance et au rendu bonifiés. Côté gameplay, les développeurs d'EA Canada ont aussi travaillé sur les contrôles de balle, les duels ainsi que la tactique collective. En plus des versions Xbox One et PlayStation 4, Fifa 15 sortira en septembre sur PS3, Vita, 3DS et… Wii. Des bonus sont prévus pour les acheteurs en précommande de Fifa 15 Ultimate Edition.

Deux jeux de cyclisme roue dans roue

Qui dit période estivale, dit Tour de France. Comme depuis quelques années maintenant, le studio Cyanide sort deux titres bien distincts avec le traditionnel Pro Cycling Manager 2014 mais aussi Tour de France - Saison 2014. Si l'on ne présente plus le jeu de management d'une équipe cycliste professionnelle sur PC, Tour de France existe depuis 2011 sur consoles et se concentre donc sur la course la plus prestigieuse au monde. Fidèle au parcours qui a lieu cette année du 5 au 27 juillet, le titre emmène donc le joueur (qui incarne un coureur) sur les 21 étapes officielles des campagnes anglaises à Londres en passant par les pavés du Nord, les étapes de montagne et bien évidemment sur les Champs Elysées. En plus d'animations et d'une réalisation améliorées, tous les paramètres de la course sont à gérer et les stratégies (attaquer, protéger, mener le peloton, se reposer…) sont primordiales ! Pro Cycling Manager 2014 et Tour de France - Saison 2014 sont tous les deux prévus pour le 19 juin.

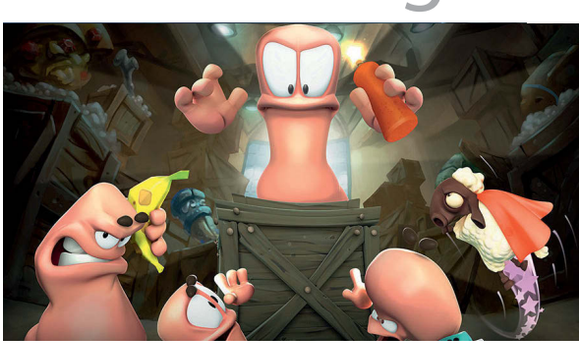
Another World, immortel

Another World, le célèbre jeu créé par Eric Chahi en 1991, va connaître de nouvelles adaptations à destination des consoles de salon. The Digital Lounge annonce ainsi l'arrivée imminente du fameux jeu d'action-aventure sur PlayStation 4, Xbox One, PS3, Xbox 360, PS Vita, Wii U et Nintendo 3DS sur les plates-formes de téléchargements des machines. The Digital Lounge et Eric Chahi ont pour l'occasion collaboré avec Martial Hesse-Dréville, fondateur du studio Dancing Dots, pour proposer des versions en haute définition avec des gameplays adaptés à chaque console. Effets sonores remasterisés ou originaux, bande son originale qualité CD, trois niveaux de difficulté et des trophées à débloquer sont au programme de cette réédition d'un des jeux français les plus connus à travers le monde. Publié initialement sur Amiga, le titre a depuis été adapté sur bon nombre de machines de jeu, dont dernièrement les appareils iOS et Android.

Farming Simulator : nouvelle moisson en vue

La curiosité vidéoludique de Focus Home Interactive continue sa belle récolte ! Avec plus de deux millions d'exemplaires vendus dans le monde, la franchise ne cesse de se décliner. Xbox 360, PlayStation 3, PC, Mac, tablettes/smartphones, Farming Simulator revient cette fois sur consoles portables après son incursion en 2012 (Farming Simulator 2012 sur Vita et Farming Simulator 2012 3D sur 3DS). Les agriculteurs virtuels vont pouvoir s'adonner aux nombreuses activités d'une exploitation moderne : culture, commercialisation des récoltes, élevage de bovins… Plus l'exploitation verra ses profits augmenter, mieux elle pourra s'équiper en engins agricoles issus de la réalité (Case IH, Deutz-Fahr, Lamborghini, Kuhn…), agrandir sa surface d'exploitation ou encore engager du personnel, le tout dans un monde ouvert. Téléchargeable ou en boite, Farming Simulator 14 est d'ores et déjà disponible.

Worms, vers la next-gen

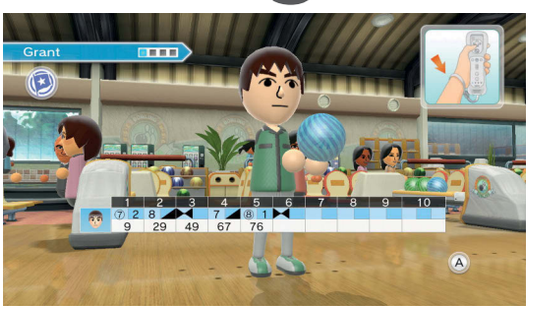


Depuis 1995, les lombrics s'affrontent sur plus de 25 plates-formes de jeux (Amiga, Game Boy, Jaguar, PlayStation ou encore Saturn). Logiquement, le studio britannique Team17 a lancé fin mai sur PlayStation 4 et Xbox One Worms Battlegrounds. Présenté comme *« l'un des titres de la série Worms disposant du contenu le plus conséquent »*, Worms Battlegrounds compte pas moins de 25 missions solo, 10 missions « Worms Ops », cinq environnements ou encore 65 armes et objets dont le singe Volant, le super-mouton, l'Aquapack, le coussin-péteur… Bref, de la poésie faite de vers déjantés à télécharger.

Lego Batman : l'histoire continue

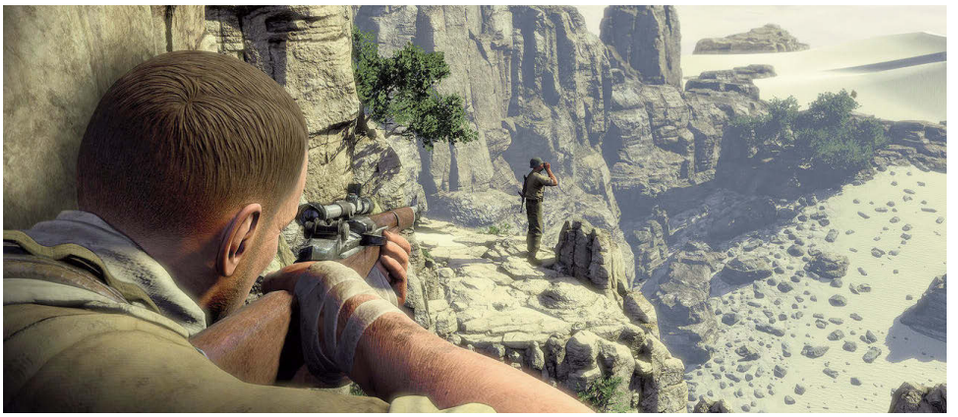
Le crime n'avait visiblement pas été totalement éradiqué par le justicier masqué dans les deux premiers Lego Batman puisque Warner Bros Interactive annonce aujourd'hui un troisième opus de la saga. Prévu pour « *le début de l'automne 2014* » par l'éditeur, Lego Batman 3 : Au-delà de Gotham mettra comme son prédécesseur en scène le super-héros créé par Bob Kane, accompagné de Robin mais aussi de nombreux autres super-héros et super-vilains issus de l'univers DC Comics (Green Lantern, le Jocker, Lex Luthor…). Des renforts qui ne seront pas de trop pour repousser la menace représentée par l'extra-terrestre Brainiac, dans un titre qui explorera de nouveaux univers spatiaux. Plate-forme, action, humour seront comme toujours au programme de cette nouvelle production du studio TT Games, spécialiste des jeux basés sur les jouets Lego, qui permettra de visiter des endroits cultes comme la Batcave, le Palais de Justice ou la Tour de Guet de la Ligue des Justiciers. Le jeu est annoncé sur PC, PS4, PS3, Xbox One, Xbox 360, Wii U, PS Vita et Nintendo 3DS.

Wii Sports Club en magasins



Ça bouge du côté de Wii Sports Club, le pendant Wii U du célèbre Wii Sports qui a fait les beaux jours de la précédente console de salon de la marque. Proposé depuis plusieurs mois sous forme dématérialisée (avec possibilité d'acheter les activité à l'unité), le titre s'enrichit en juin des disciplines Baseball et Boxe. Par ailleurs, Nintendo Europe a annoncé sur son compte Twitter qu'une version physique de Wii Sports Club sur Wii U serait publiée le 11 juillet, incluant tous les sports du titre.

Sniper Elite aligne la cible



505 Games organisait courant mai un événement à Paris pour proposer à la presse une prise en main de Sniper Elite 3, dernier-né du studio anglais Rebellion, dont la sortie est prévue pour le 26 juin sur PlayStation 4, PS3, Xbox One et Xbox 360. Une version PC sort au même moment, commercialisée quant à elle par Avanquest. A l'instar des deux précédents opus, ce jeu d'action/infiltration à la troisième personne invite le joueur à incarner un tireur d'élite sniper dans le contexte de la Seconde Guerre mondiale. Si Sniper Elite V2 prenait place dans une ville de Berlin apocalyptique en 1945, le troisième volet explore de nouvelles contrées, toujours dans le contexte de la lutte contre le Troisième Reich, mais cette fois-ci en Afrique du Nord en 1942. La machine de guerre allemande développe une arme puissante et un sniper va se dresser contre ces sombres projets, en enchaînant les tirs millimétrés. Nouveau décor oblige, le titre affiche des mondes plus ouverts à la taille plus de trois fois supérieure au précédent volet. En quelques années, la série Sniper Elite a su fidéliser un public de joueurs amateurs de jeux de tir de précision. « *Sniper Elite V2, sorti en 2012 sur PC, Xbox 360 et PS3 s'est vendu à plus de 120 000 exemplaires en France* », détaille en effet Yannick Imhoff, Directeur marketing chez 505 Games. Un beau score pour un titre qui s'adresse à un public bien « ciblé » de joueurs. « *Ce positionnement niche a contribué au succès du jeu* », développe Yannick Imhoff. « *Tout comme une thématique de la Seconde Guerre mondiale qui est globalement délaissée aujourd'hui dans le jeu vidéo. Le rôle très particulier du sniper et l'image qu'il véhicule, souvent synonyme de crainte, participent également au succès de la série* ». On observe, on prépare en effet beaucoup ses actions dans le jeu au lieu de privilégier l'action brute. Les moments forts sont d'ailleurs illustrés par la glaçante « Kill Cam », qui détaille avec effets ralentis et radiographiques à l'appui les dégâts de la balle du joueur sur la morphologie (de préférence crânienne) de sa victime. Autre facteur à ne pas négliger, l'éditeur opte pour un positionnement prix agressif pour toucher cette audience, une stratégie qui va être reconduite pour ce nouvel opus dont les versions PS3 et Xbox 360 sont positionnées à 40 euros environ et 60 euros pour les versions Xbox One et PS4. Des versions dont les apports se trouvent au niveau graphique principalement, avec un meilleur affichage des détails à distance ou une meilleure gestion des ombres portées. A noter enfin que si le précédent jeu avait nécessité une mise à jour, Sniper Elite 3 proposera d'emblée du multijoueurs et de coopératif à deux. Dans le mille ?

Une nouvelle ligne de Metro

Les deux jeux inspirés du roman best-seller russe Metro 2033 de Dmitry Glukhovsky vont bénéficier d'une sortie next-gen. Sous le nom de Metro Redux, cette compilation en version boîte comprend donc les jeux Metro 2033 et Metro Last Light qui ont subi un lifting graphique ainsi que l'ajout de contenus et de fonctionnalités améliorés ou inédits. Metro Last Light se verra même enrichi de son Season Pass, avec contenus additionnels à l'appui. De plus, des modes de jeux (comme l'épique « mode Ranger ») vont corser la difficulté. Metro Redux sera disponible cet été pour environ 40 euros sur PlayStation 4, Xbox One et PC. Metro 2033 et Metro Last Light seront également téléchargeables séparément sur PS4 et Xbox One pour une vingtaine d'euros.

L'ÉVÉNEMENT TRADE EUROPÉEN DU JEU VIDÉO

www.idefexpo.com

IDEF

INTERACTIVE & DIGITAL ENTERTAINMENT FESTIVAL

24·25·26 JUIN 2014

AU PALAIS DES FESTIVALS DE CANNES

L'EQUIPE DU SALON

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

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

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

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

un événement comexposium
The place to be

S.E.L.L.
SYNDICAT DES EDITEURS DE LOGICIELS DE LOISIRS

MotoGP continue sa route

Un sport trop peu médiatisé dans notre pays, aucune star française pour promouvoir la discipline, une licence qui a bien failli tomber aux oubliettes et pourtant… MotoGP a effectué son retour en piste l'an dernier avec aux manettes le studio italien Milestone et Bigben Interactive. Un come-back qui a donc trouvé son public car les deux partis lancent une suite le 20 juin, avec cette année une incursion sur next-gen ! Par Guy Pichard

Bien malin celui qui pouvait prédire le retour de la licence MotoGP avant l'année dernière, car le dernier titre de la série datait de 2011 avec MotoGP 10/11 développé par Monumental Games et édité par Capcom. Après deux ans d'absence, la licence est donc réapparue avec brio. *« Nous avons écoulé environ 60 000 exemplaires de MotoGP 13 toutes plates-formes confondues* (PS3, Xbox 360, PC et PS Vita, ndlr) *en France »* situe Sébastien Waxin, Chef de Projets marketing chez Bigben Interactive. Un succès grandement dû au travail des Transalpins de Milestone, spécialistes des jeux de courses mécaniques. Leur CV impressionnant compte notamment la série Superbike chez Electronic Arts, (déjà) MotoGP 07, la série SBK ou encore World Rally Championship 2010. *« Nous distribuons le titre sur la France et le Benelux depuis l'an dernier et 2014 risque d'être une année importante, avec un jeu plus ambitieux qui arrive sur next-gen »* continue Sébastien Waxin. En effet, en plus de sortir sur Xbox 360, PS3, PC et Vita, le titre arrive pour la première fois sur PlayStation 4. Une version que nous avons pu prendre en main dans les locaux de l'agence VPCom à la mi-mai à Boulogne Billancourt et qui s'est révélée être bien supérieure graphiquement au cru 2013.

(Not) Easy Rider

Au-delà des améliorations, le titre nécessite toujours autant d'application lors de sa prise en main et revendique clairement son aspect simulation. Le public visé semble donc être avant tout les fans de moto et de courses mécaniques. Ils retrouveront dans le jeu les pilotes et circuits officiels de la saison 2014 de MotoGP, les pilotes de la saison 2013 (MotoGP) ainsi que des champions du passé. Ce seront donc plus de 100 pilotes jouables qui s'affronteront sur 18 circuits. En plus de nouveaux modes de jeu, le titre s'est enrichi (grâce notamment aux échanges avec la communauté autour du jeu) sur plusieurs points comme le Mode Carrière, des défis inspirés de faits réels de la saison passée, la possibilité d'incarner des pilotes mythiques de la MotoGP (Mike Doohan, Max Biaggi…) mais aussi des choses plus légères, comme la possibilité de piloter la safety car ! Le marketing autour du jeu est donc logiquement tout aussi ciblé et *« se colle sur les actions de Milestone »* selon Sebastien Waxin. En plus des classiques présences en presse grand public (Moto Revue par exemple) et spécialisée jeux vidéo et sur le Web (voir Guide Jeux), Milestone a annoncé un partenariat pour toute la saison avec l'équipe professionnelle NGM Forward Racing Team concourant en MotoGP. Un accord qui a notamment permis aux pilotes de l'écurie d'apporter leur expertise au gameplay du titre mais aussi à Milestone de présenter le jeu via des bornes jouables lors du Grand Prix de Catalogne qui a eu lieu du 13 au 15 juin à Barcelone. MotoGP va-t-il doubler son prédécesseur ? Début de réponse dans quelques semaines…

Coca-Cola zero
PRÉSENTE

LE JEU VIDÉO FAIT SON SHOW
#PGW

PARIS GAMES WEEK

DU 29 OCTOBRE AU 02 NOVEMBRE 2014

HALLS 3/2.3/2.2/7.1 PARIS PORTE DE VERSAILLES

ENTRÉE FAMILLE

PARIS GAMES WEEK junior

LES ENFANTS FONT AUSSI LEUR SHOW !

ESWC

LA COUPE DU MONDE DES JEUX VIDÉO

XBOX ONE PS4 Nintendo

WWW.PARISGAMESWEEK.COM

L'ÉQUIPE DU SALON

Stéphanie COLLOT
Directeur Salon
+ 33 (0)1 76 77 16 57 / + 33 (0)6 13 57 26 38
stephanie.collot@comexposium.com

Equipe Commerciale
Eva de ROBERTIS
Attachée Commerciale
+ 33(0)1 76 77 11 96 / + 33 (0)7 77 88 48 16
eva.derobertis@comexposium.com

Nicolas LAURENT
Responsable Commercial
+ 33 (0)1 76 77 14 52 / + 33 (0)6 17 92 32 31
nicolas.laurent@comexposium.com

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

Equipe Communication
Emmanuelle GONIDEC
Responsable Communication
+ 33 (0)1 76 77 15 29 / + 33 (0)6 46 84 01 97

Vivien TRAPENARD
Assistant E-communication
+ 33 (0)1 76 77 13 92
vivien.trapenard@comexposium.com

an event by comexposium The place to be

S.E.L.L. SYNDICAT DES EDITEURS DE LOGICIELS DE LOISIRS

Toshiba
Windows et Office

Le fabricant japonais dévoile une nouvelle gamme de tablettes sous Windows 8.1, composée de deux modèles nommés Encore 2 WT10-A et Encore 2 WT8-B. Adoptant respectivement des diagonales de 10,1 et huit pouces, elles sont équipées de processeurs quadruple cœur Intel Atom. Si les tablettes sont vendues nues, il est possible de gagner en flexibilité avec le clavier optionnel Bluetooth pour Encore 2 qui intègre un pavé tactile optimisé pour le modèle de 10,1 et compatible avec le huit pouces. A signaler qu'un abonnement d'un an à Microsoft Office 365 est inclus. Les tablettes Encore 2 WT10-A et Encore 2 WT8-B seront commercialisées en Europe dans le courant du troisième trimestre 2014.

Denon
Multi Hi-Fi

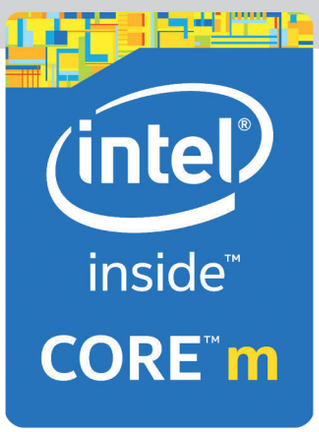
Denon annonce son premier système audio multiroom baptisé HEOS. Affichant un design original avec un profil en forme de goutte d'eau, le système s'appuie sur la technologie WiFi n pour diffuser la musique dans toutes les pièces de la maison. Le système permet également d'écouter de la musique en streaming notamment depuis des services comme Spotify et Deezer. Bien évidemment, l'ensemble est pilotable via une application pour les environnements iOS et Android. Le système HEOS sera disponible en août à partir de **299 euros** et jusqu'à **599 euros** suivant le modèle.

Panasonic
Action en 4K

Cette caméra d'action est capable de filmer en 4K (ou Ultra-HD) à 25 images par seconde. La HX-A500 est composée de deux parties, l'une étant la caméra à proprement parlé et l'autre étant un boîtier intégrant les commandes et disposant d'un petit écran couleur LCD qui permet de visualiser ce qui est filmé. Légère et compacte, la caméra peut se porter à la hauteur du regard ou sur un casque, un sac à dos, un vélo, ou tout autre support grâce aux nombreux accessoires proposés. Le boîtier peut être porté au bras, en bandoulière ou simplement être placé dans une poche. En outre, la caméra est étanche et peut être immergée jusqu'à une profondeur de trois mètres pendant 30 minutes. La HX-A500 propose également différents modes pour filmer au ralenti. Côté connectivité, la caméra est compatible WiFi et NFC ce qui permettra de l'appairer aisément avec un smartphone ou une tablette. La HX-A500 sera disponible à la mi-juillet au prix de **449 euros.**

Intel
Midsize

Le géant des micro-processeurs annonce une nouvelle marque dans sa gamme de processeurs x86. Ainsi, après les puces Atom et les processeurs Core i, Intel introduit la gamme Core m. Ces derniers profiteront d'une finesse de gravure de 14 nm et de la future architecture Broadwell. Ils seront principalement destinés aux tablettes avec une disponibilité avant la fin de l'année. Intel annonce une enveloppe thermique (TDP) de moins de 10W pour les Core m qui se placeront logiquement entre les Atom et les Core i et représenteront le haut de gamme en termes de performances pour les tablettes et les ordinateurs hybrides. Par ailleurs, Intel introduit également une déclinaison destinée au monde professionnel baptisée tout simplement Core m vPro. Les Core m permettront aux constructeurs de développer des produits encore plus fins et plus performants, tout en assurant une meilleure autonomie.



Sandisk
Haute performance

Sandisk présente ses nouveaux SSD baptisés Extreme Pro. La principale innovationde cette gamme est l'utilisation d'un nouveau contrôleur et d'une nouvelle mémoire flash qui affiche des fréquences de fonctionnement plus élevées garantissant ainsi de meilleures performances. La marque annonce une vitesse de lecture au minimum de 550 Mo/s et de 515 Mo/s en écriture suivant les modèles, ce qui se traduit par un accès quasi instantané aux données stockées. Par ailleurs, Sandisk assure désormais une garantie de 10 ans sur ces SSD Extreme Pro au lieu de cinq ans habituellement. La marque propose également une application appelée SSD Dashboard pour Windows qui permet de mettre à jour le micro-logiciel mais aussi d'ajuster d'autres paramètres plus techniques. Cette unité de stockage pour ordinateur fixe ou portable s'adresse à tous ceux qui ont besoin d'un accès le plus rapide possible à une grande quantité de données, typiquement le jeu vidéo intensif mais aussi le montage vidéo et la retouche photo. Disponibles dans des capacités de 240 Go, 480 Go et 960 Go, les SSD Extreme Pro s'affichent respectivement au prix de **159,90, 309,90** et **519,90 euros.**

Razer
Pad pour iPhone

Le spécialiste des accessoires et des périphériques de jeu pour PC et consoles se diversifie pour entrer sur le marché des appareils mobiles. Ainsi, la marque annonce son tout nouveau gamepad dénommé Junglecat et qui est destiné aux iPhone 5 et 5s. Cette manette se présente sous la forme d'un étui dans lequel vient prendre place l'iPhone et dispose d'un volet coulissant laissant apparaître les commandes de jeu. On trouve ainsi quatre boutons AXBY, un pad directionnel et deux gâchettes. A noter que lorsque l'iPhone est inséré dans le Junglecat, les commandes tactiles des jeux sont désactivées pour mieux profiter de toute la surface de l'écran. Le Razer Junglecat est fourni avec une application iOS téléchargeable sur l'App Store. Elle permet de configurer les fonctions des différents boutons de la manette, de même que leur sensibilité. 20 profils pourront être enregistrés via l'application. Si aucun prix n'a encore été communiqué, le Junglecat sera en revanche disponible à partir du mois de juillet.

Advance
Jeu avancé

Issue de la gamme des périphériques Spirit of gamer, la souris Xpert-M8 est destinée aux joueurs investis. Arborant un design quelque peu tortueux mais ergonomique, sa particularité est de disposer d'un repose-paume avec une molette de réglage permettant d'adapter la longueur de la souris. La Xpert-M8 est équipée de huit boutons et de la traditionnelle molette. Modèle filaire, la souris est dotée d'un capteur optique HD Avago 9500 capable d'une précision allant de 400 à 5 000 cpi. Elle dispose aussi d'une mémoire interne permettant d'enregistrer jusqu'à cinq profils grâce au logiciel fourni. Ce dernier permet aussi de régler la vitesse de déplacement, de défilement et du double-clic. La Xpert-M8 est disponible au prix de **39,90 euros.**

Apple

8 en attendant le 6

Pas de nouveau produit lors de cette édition 2014 de la grand messe des développeurs Apple, notamment pas d'iPhone 6 pour l'instant. La marque à la pomme s'est contentée de présenter une série de mises à jour logicielles, en particulier la version 8 d'iOS. Pas de révolution pour l'OS mobile, mais une série de nouvelles fonctions empruntées à la concurrence comme une meilleure gestion du multitâche, un support des claviers tiers et des notifications repensées. Parmi les inédits, on note cependant Healthbook, une application ayant pour ambition de réunir toutes les données des accessoires de santé connectée. Du côté Mac, la version 10.1 d'OS X, surnommée Yosemite, apportera une meilleure synergie entre les ordinateurs de la marque et les appareils iOS. D'une manière générale, OS X ressemble de plus en plus à iOS.

Focal

L'esprit du son

Deux ans après la sortie de son premier casque audio, le Spirit One, Focal lance son successeur baptisé Spirit One S. Reprenant les mêmes lignes que son prédécesseur, ce nouveau modèle s'habille d'une finition gris satiné et s'appuie sur plus de deux ans d'expérience tirés des précédents modèles. Ainsi, le Spirit One S profite de la signature acoustique de la marque française pour restituer toutes les musiques dans les meilleures conditions. Modèle fermé, ce casque intègre des haut-parleurs de 40 mm qui restituent un niveau de grave renforcé tout en gardant un équilibre tonal neutre, notamment en environnement bruyant. Par ailleurs, Focal a amélioré le confort en élargissant les oreillettes de sept millimètres ce qui permet aussi une meilleure isolation phonique. Enfin, le câble fourni intègre une télécommande et un microphone. Le Spirit One S est livré avec une sacoche de transport rigide, un sac de transport flexible, des câbles pour une compatibilité avec tous les smartphones et des adaptateurs jack 6,5 millimètres comme avion. Il est disponible au prix de **179 euros.**

LG

Très haute résolution

Après un retour sur le marché des smartphones haut de gamme réussi avec le G2 l'an passé, LG ne semble pas vouloir s'arrêter en si bon chemin. Le G3 a donc été présenté à Londres il y a peu. Il se voit doté d'un écran de 5,5 pouces en très haute résolution (2560 x 1440 pixels) et il est animé par un processeur Qualcomm Snapdragon 801, dernier modèle en date du fondeur. 32 Go de stockage extensibles via micro-SD permettent de stocker suffisamment de données. Du côté de la photo, nous retrouvons un capteur de 13 Mpixels avec autofocus laser. Le G3 se place donc un bon cran au-dessus de la concurrence en termes de caractéristiques. La date de sortie et le prix européen ne sont pas encore connus mais le G3 devrait arriver dans les étals début juillet.

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 !

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

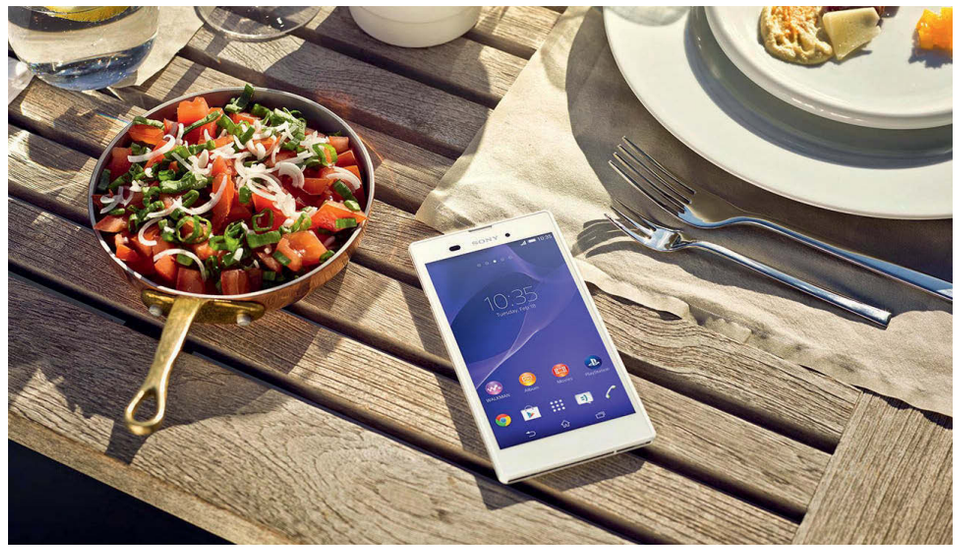
Nikon
Jumelles hi-tech

Même si Nikon est désormais plus connu pour ses appareils photo, le Japonais est à l'origine un fabricant d'optiques, en particulier de jumelles depuis 1945. La gamme Prostaff 7S est la descendante directe de cette tradition et elle se compose de quatre références vendues de **199** à **269 euros.** Ces modèles se distinguent par une excellente qualité optique, l'étanchéité et surtout un poids extrêmement réduit pour une meilleure ergonomie. Elles seront donc parfaites pour les randonneurs !

Acer se connecte

A l'occasion du Computex qui vient d'ouvrir ses portes à Taïwan, Acer présente de manière formelle son premier bracelet connecté, le Liquid Leap qui est associé à un nouveau smartphone, le Liquid Jade. Le bracelet est doté d'un écran tactile d'un pouce qui affiche les notifications d'appels/SMS entrants mais permet aussi de suivre la forme physique de l'utilisateur. Ainsi, il mesure le nombre de pas, la distance parcourue, les calories dépensées et le cycle du sommeil. En outre, le Liquid Leap permet de commander sa bibliothèque musicale stockée sur le smartphone. Léger et élégant, le bracelet est décliné dans plusieurs coloris. Etanche et compatible Bluetooth 4.0, Acer annonce une autonomie comprise entre cinq et sept jours.

SONY Une nouvelle expérience



Reprenant dans les grandes lignes le design des modèles Z, le Xperia T3 s'appuie sur un châssis en acier inoxydable tout en affichant une épaisseur et un poids contenus avec sept millimètres et 148 grammes. Il est doté d'un écran IPS HD en 1280 x 720 pixels de 5,3 pouces et d'un capteur Exmor RS de 8 Mpixels pour la photo. Côté communication, le T3 est compatible 4G et Miracast. Pour le reste, on est en présence d'un modèle milieu de gamme solide, avec Android 4.4 (KitKat) et un processeur quadruple cœur Snapdragon de Qualcomm cadencé à 1,4 GHz. Le T3 dispose de 8 Go de mémoire pour le stockage qui peut être étendue via une carte micro SD (jusqu'à 32 Go). Sony annonce une disponibilité à la fin juillet à un prix non encore précisé.

Nvidia Jeu d'élite

La GeForce GTX Titan Z est désormais disponible sur les étals. La particularité de cette carte graphique est d'être équipée de deux processeurs GeForce Titan qui assurent avec la combinaison de leurs unités de calcul respectives des performances de très haut niveau. La carte graphique profite également de la combinaison de la mémoire vidéo des deux GPU, soit un total de 12 Go. Evidemment, l'enveloppe thermique est revue à la hausse avec 375 Watts ce qui implique un système de refroidissement assez imposant dont le design a été étudié pour émettre le moins de bruit possible, même en pleine charge. Avec un tel mastodonte, les jeux les plus gourmands seront fluides, même en résolution Ultra-HD. En revanche, le prix est en conséquence avec près de **3 000 euros** qui la réserve aux joueurs très fortunés et aux professionnels de la 3D.

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

- Déballer, brancher, démarrer
- Améliore la réception et la portée du Wi-Fi
- Développé en Allemagne
- 3 ans de garantie fabricant

devolo

The Network Innovation

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

devolo France
215 rue Jean-Jacques Rousseau92130,
Issy les Moulineaux, Tél. : +33 (0)1 45 29 18 32

L'outdo

Le sport et le retour à la nature sont des tendances fortes actuellement, sur fond d'hygiène du corps et d'écologie. Le hi-tech s'y immisce de plus en plus et ce faisant se pose aussi la question du point de vente adéquat et du potentiel des différents segments.

Par Stéphane Kauffmann

De plus en plus stressés et de plus en plus pressurisés, nos concitoyens cherchent aussi logiquement à s'évader le plus possible et cela passe par l'activité sportive et le retour à la nature, voire la combinaison des deux. Jamais il n'y aura eu autant de pratiquants en running, vélo, randonnée et autres. Les vacanciers envahissent les campagnes et les montagnes à la recherche de simplicité et de grand air. Le hi-tech tente de s'y immiscer avec plus ou moins de succès mais avec l'arrivée massive des objets connectés, il profite de frontières qui s'abolissent pour y trouver une réelle justification. C'est aussi l'occasion pour décloisonner en magasin. Le hi-tech a désormais toute sa place dans les enseignes de sport ou d'activités outdoor, tout comme chez les multi-spécialistes de biens technologiques. Signe des temps, les acheteurs des magasins de sport étaient présents en nombre sur le MedPi cette année.

oor Nouvelle tendance du hi-tech

Appareils maîtres

Curieusement, les appareils qui sont à la base de l'activité technologique sont peu ou pas influencés par l'outdoor. Ainsi l'ordinateur portable, même convertible ou ultra-nomade, ne résiste pas à grand-chose. En dehors de quelques appareils professionnels hors de prix, pas de PC étanche ou antichoc en vue. Cela laisse le champ ouvert aux fabricants de housses, de sacoches et surtout de sacs à dos. Tout rayon outdoor un peu technologique se doit donc de proposer des solutions de transport adaptées à l'activité de plein air. Les grands noms de la sacoche en proposent tous, comme Port ou Urban Factory. La tablette n'est guère mieux lotie et seul Sony en propose une étanche et antichoc, la Z2. C'est d'ailleurs aussi Sony qui a initié la tendance dans le smartphones non spécialisés. Le constructeur a été suivi depuis par d'autres, notamment Samsung avec le S5. Mais attention, ils ne résistent pas non plus à tout. C'est un plus pour l'usage outdoor mais pas une garantie. Celui qui cherche un vrai téléphone durci, solide et antichoc devra aller voir un spécialiste comme MTT ou Crosscall. Signe des temps, Decathlon a fait développer un smartphone durci pour ses magasins par le Français Archos. Pour protéger efficacement son iPhone ou son Samsung Sx, il existe aussi des coques étanches et antichoc chez de nombreux accessoiristes comme Griffin, Incipio, Cygnett et de nombreux autres. Pour les amateurs de chantiers, il y aussi Caterpillar. A signaler que Lifeproof propose une coque étanche sans couvrir l'écran.

1 SONY XPERIA Z2
Ce smartphone très haut de gamme et qui propose tout ce qui se fait de mieux est également étanche à un mètre et résistant à la poussière. Ce sera donc un compagnon approprié pour une activité en extérieur mais pas vraiment pour les sports extrêmes. *699 euros*

2 M.T.T. MASTER
M.T.T. démontre qu'un smartphone vraiment durci peut être esthétique et moderne. L'écran de 4,5 pouces est en haute résolution, le processeur est un quadri-cœur, le NFC est intégré et le capteur photo affiche 8 Mpixels. Pour autant, le Master répond à la norme IP68. Il est étanche, antichoc et résiste à une chute d'une hauteur de 1,2 mètre. *399 euros*

3 LIFEPROOF NÜÜD
La coque Lifeproof Nüüd pour iPhone 5 a la particularité d'être étanche tout en laissant l'écran tactile non recouvert. C'est pratique et rassurant pour des activités telles que le ski ou la plage. *79 euros*

Assistants de sport

Fini le temps, où on partait courir ou en randonnée la fleur au fusil. La montre de running prévient de la crise cardiaque aux pratiquants du dimanche et la GPS outdoor évitera de se perdre en haute montagne, on ne peut qu'approuver. C'est d'ailleurs ainsi qu'il faut présenter les choses aux clients intéressés. L'assistant de sport hi-tech est un élément de sécurité mais aussi de plaisir démultiplié. Pour la course à pied, ce sont surtout les deux géants du GPS qui innovent chacun à leur tour. Garmin présente une gamme très complète de montres GPS pour le running avec des ergonomies et des prix qui couvrent du débutant au marathonien. TomTom vient de se faire remarquer par la première montre GPS qui intègre un cardio aussi précis que celui d'une ceinture. C'est un grand progrès. Chez Garmin, on a aussi tout ce qu'il faut pour l'amoureux de haute montagne. Déjà, il y a le GPS de poche adapté mais aussi des montres, et notamment la Phenix 2 qui comblera même l'alpiniste ou le moniteur confirmé. Ces outils sont tout aussi indispensables au skieur hors-piste ou de randonnée, une tendance lourde en station ces temps-ci. Pour le vélo, il y a des GPS adaptés bien sûr, chez Garmin et chez Mio. Aucun sport en extérieur n'y échappe mais ce sera plutôt l'affaire de magasins spécialisés, par exemple pour les ordinateurs de plongée ou les montres de golf de Garmin.

4 TOMTOM RUNNER CARDIO

C'est la première montre GPS pour le running qui intègre un cardio-fréquencemètre. Aussi précis qu'avec une ceinture souvent gênante, cette montre représente une réelle avancée pour le jogging et l'entrainement à la course à pied. *269 euros*

5 GARMIN FENIX 2

C'est la montre idéale pour les activités en haute montagne comme l'alpinisme, le trekking ou le ski de randonnée. Elle donne toutes les informations nécessaires comme l'altitude, la position, le dénivelé mais surtout elle permet de suivre un parcours et d'évaluer les distances à parcourir, tout comme elle se paramètre très finement. *399 euros*

En musique au

En communion avec la nature ou en pratique sportive extérieure, l'Homme moderne ne veut plus se passer pour autant de musique. Si la communion est personnelle, un casque intra-auriculaire pour le sport donnera toute satisfaction. Non seulement, il est fait pour bien tenir dans les oreilles mais de plus il ne craint généralement pas l'eau. Nombreux sont les spécialistes du casque à en proposer, comme Audio-Technica, Klipsch, Sony, Sennheiser et d'autres. Curieusement, on ne trouve pas de tels casques dans les magasins de sport alors que pourtant cela ferait sens. Pour l'écoute à plusieurs lors d'un pique-nique dominical ou en randonnée, l'enceinte Bluetooth se durcit aussi. Sur ce créneau, les marques ne se bousculent pas encore alors que certaines comme Braven s'en sont fait une spécialité. Il existe même une enceinte outdoor alimentée par la seule énergie solaire, idéal au Tibet...

Ça tourne

6

La caméra d'action qui accompagne idéalement les sports en plein air avec du mouvement comme le ski, le surf, le VT, le parachutisme, le canyonning ou encore la plongée voit ses ventes augmenter de manière spectaculaire avec plus de 400 000 pièces prévues en 2014 selon GfK. Le succès a attiré de nombreuses marques mais personne n'arrive à contrer GoPro qui conserve des parts de marché ultra-majoritaires. Toutefois, des grands essaient de s'imposer comme Sony ou Garmin. Ce dernier brille par exemple par l'intégration du GPS et l'incrustation des données sur le film. La photo n'est pas en reste mais suscite moins d'engouement. Pour autant, les compacts tout terrain étanches sont une niche à valeur intéressante. Curieusement, les appareils à objectifs interchangeables ne sont guère concernés. Nikon est le seul qui a investi ce créneau avec son AW1 étanche à 10 mètres. Si les caméras d'action sont vendues en magasin de sport, les appareils photo tout terrain n'y ont guère fait leur apparition.

6 GARMIN VIRB ELITE

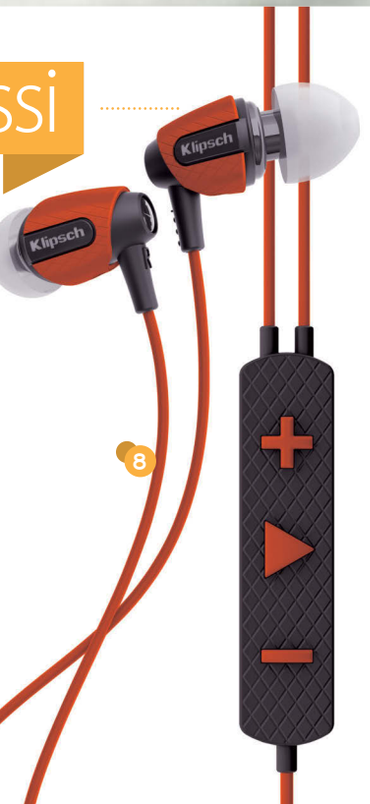
Cette caméra d'action se distingue par l'intégration d'un GPS qui permet notamment d'incruster à l'image la vitesse, la position, etc. Elle est aussi étanche et antichoc sans nécessiter un caisson supplémentaire. *399 euros*

7 NIKON AW1

C'est le premier compact à objectifs interchangeables qui est étanche et antichoc. Il résiste même à une immersion de 10 mètres. Idéal pour photographier les exploits en sport extrême. *699 euros*

7

ssi



8

8 KLIPSCH S4I RUGGED

Ces intra-auriculaires très confortables sont résistent aux intempéries et la commande est suffisamment large pour être utilisée avec des gants. De plus, le son est de qualité. *79 euros*

9 BRAVEN BVR-X

Cette enceinte Bluetooth convainc par un son vraiment puissant mais aussi dynamique et équilibré qui met un peu en avant les basses, idéal pour une écoute en extérieur. Surtout, l'enceinte est résistante à l'eau et aux chocs. *249 euros*

9

Montres co

L'aube d'une nouvelle ère

Le petit monde des montres connectées évolue vite, très vite. Virtuellement inexistant il y a deux ans, ce nouveau segment se développe à une vitesse surprenante. L'occasion pour nous de faire un point sur l'état de la technologie et des modèles actuellement en rayon.

Par François Arias

Un peu comme avec les tablettes il y a quelques années, on voit arriver sur le marché des montres connectées des fabricants qui ne sont ni des géants de l'électronique comme Samsung ou Sony, ni des petites startups qui s'adressent à un publics d'initiés. D'ici la fin de l'année, il est probable que la majorité des marques du hi-tech auront à leur catalogue une ou plusieurs montres connectées. Reste que contrairement aux smartphones ou aux tablettes, la montre connectée attend toujours son mètre étalon, cet « iPhone » qui définira les attentes pour les années à venir. Si l'on sait

Samsung Gear Fit
Résolument moderne

Les montres connectées et les bracelets de tracking d'activité sont les deux catégories de produits qui font le buzz ces temps-ci. Les frontières entre les deux sont d'ailleurs de plus en plus floues comme on peut le constater avec cette Gear Fit. Elle se veut le pendant sportif de la gamme de montres connectées Samsung, avec un peu moins de fonctions que ses grandes sœurs. Ce modèle marque toutefois une rupture. La plus évidente est à chercher côté design. Entre ses lignes bien plus fines et son écran incurvé, la Gear Fit est une réussite esthétique. Bien qu'elle ne soit pas exactement passe-partout, c'est le modèle actuellement le plus abouti à ce niveau. Sa petite taille la rend agréable à porter et le bracelet, bien que basique, permet à la peau de respirer correctement. L'autonomie n'est pas très longue, comptez deux jours. C'est comme d'habitude franchement rédhibitoire pour une montre. Il a aussi fallu faire des compromis liés à la taille. On perd ainsi la reconnaissance vocale qui aurait été pratique pour envoyer des SMS ou des tweets. Heureusement, il est possible d'envoyer vers la montre toutes les notifications possibles et imaginables. Pour le fitness, la Gear Fit intègre un podomètre et un cardio-fréquencemètre. Si ce dernier est précis, il ne s'active qu'à la demande. Pour l'heure les applications sportives sont encore trop basiques mais c'est un début. La fonction traqueur est en revanche plus aboutie. Au menu des pratiques sportives, on peut choisir entre la marche, le running et le vélo. Reste le défaut majeur de la compatibilité limitée aux derniers smartphones de la marque.

- **Ecran :** AMOLED 1,84 pouce
- **Compatibilité :** Android, Samsung uniquement
- **Poids :** 27 grammes
- **Dimensions :** 23,4 x 57,4 x 11,95 mm
- **Autonomie :** 48 heures

199 €

Pebble Steel
Un petit air rétro

Véritable vétéran du marché, la Pebble Watch se paye un petit lifting sous la forme de la Pebble Steel. Les changements entre ce modèle et celui sorti il y a un an et demi sont uniquement esthétiques mais propulsent cette Pebble dans une toute autre catégorie. Oublié en effet le plastique, la Steel adopte une coque en métal de toute beauté et un design rétro très original. Le format est toujours aussi compact et la Pebble Steel se fait agréablement oublier au poignet. L'écran est uniquement noir et blanc, ce qui n'est pas forcément une mauvaise nouvelle au regard du gain en lisibilité. Contrairement à la plupart des modèles récents, la dalle n'est pas tactile, on navigue donc dans les menus avec les boutons. Outre l'affichage de l'heure, les fonctions sont quasi exclusivement limitées à de la notification. L'application de base ne supporte que les appels, SMS et mails (depuis Gmail) mais on trouve sur le Store des alternatives permettant de transmettre des notifications depuis n'importe quelle application. Le hardware ne changeant pas, on peut profiter des milliers d'apps et de cadrans conçus pour la Pebble par la communauté. L'autre gros point fort de la Pebble, son excellente autonomie, est aussi conservé et permet de passer la semaine sans recharger sa montre.

- **Ecran :** LCD transflectif, 1,26 pouce, 144 x 168 pixels
- **Compatibilité :** Android, iOS
- **Poids :** 99 grammes
- **Dimensions :** 46 x 34 x 10,5 mm
- **Autonomie :** 192 heures

249 €

onnectées

qu'Apple travaille sur une montre connectée (les rumeurs parlent d'une annonce à la rentrée), la marque à la pomme pourrait se faire voler ce rôle par Google. En effet, le géant de Mountain View devrait arriver en force sur le domaine grâce à une nouvelle version de son système d'exploitation mobile : Android Wear.

Enfin un standard

Pensé depuis le début pour les montres connectées, Android Wear pourrait régler l'un des gros problèmes des appareils connectés jusqu'ici : l'absence de standard établi pour la connexion entre la montre et le smartphone. Techniquement, c'est le Bluetooth qui est utilisé mais en dehors de cela, c'est un peu le far west. En effet chaque constructeur fait sa tambouille dans son coin et doit bricoler son propre protocole pour envoyer des données à la montre. Ne parlons même pas de faire tourner des applications. En l'absence d'OS dédié ou tout simplement de format défini pour les affichages, seuls les plus gros constructeurs sont en mesure de payer les développeurs pour qu'ils conçoivent une version adaptée. L'arrivée d'Android Wear devrait changer tout cela en imposant un cadre logiciel commun à toutes les montres, si bien sûr les constructeurs décident de l'adopter. Outre ce cadre commun qui devrait permettre à un écosystème applicatif de se créer, Google semble vouloir imposer des règles d'ergonomie strictes. La plupart des applications devraient utiliser un contrôle vocal en plus du tactile. Plus intéressant, le but est de pousser un peu plus loin l'expérience de Google Now en proposant des informations de manière contextuelle, avant même que l'utilisateur ne les demande. Une approche ambitieuse mais qui laisse quelques doutes quant à son efficacité en Europe. En effet, les bases de données sur lesquelles elle repose sont avant tout centrées sur les Etats-Unis. D'un point de vue technique, Android Wear fonctionnera sur des écrans carrés ou ronds ! L'un des deux premiers modèles, la Moto 360 de Motorola, est d'ailleurs équipé d'un tel écran et devrait arriver cet été. Android Wear a donc le potentiel de révolutionner le marché naissant des montres connectées. Reste toutefois à voir à quel point il sera ouvert. On peut en effet se permettre de douter qu'une compatibilité avec iOS soit assurée.

Un peu de technique

Si la partie logicielle des montres connectées se cherche encore, la diversité est tout aussi grande pour le matériel. Les constructeurs sont en effet à la recherche du bon format et expérimentent avec différents types de technologie. D'une manière générale, on distingue deux approches. L'une est d'utiliser un écran couleur Oled ou LCD, l'autre de choisir des écrans monochromes transflectifs ou e-Ink.

Sony Smartwatch 2
Un bon compromis

Sans être d'une originalité folle, cette montre est plutôt agréable à regarder. Sony a en effet fait dans la simplicité avec un cadran noir rehaussé de bords en métal. Tant la forme que la taille de l'appareil font qu'il dégage une connotation très masculine. Sony a eu l'intelligence de doter sa montre d'un bracelet amovible. L'écran LCD couleur n'est ni le plus grand ni le plus résolu du marché mais il a l'avantage notable d'être transflectif en plus d'être un LCD classique. Même éteint, il reste tout à fait lisible pour peu que la luminosité extérieure soit suffisante. Cela permet d'économiser de l'énergie. Nous avons ainsi tenu deux à trois jours sur une charge. Ladite charge se fait très rapidement en 45 minutes. Contrairement à d'autres modèles, la Smartwatch est relativement ouverte. Nous l'avons fait fonctionner sans problèmes sur plusieurs smartphones Android ainsi qu'un iPhone. Depuis les débuts, l'écosystème de la montre s'est bien élargi et de nombreux petits défauts ont été corrigés. La gestion des notifications est par exemple bien meilleure et des poids lourds comme Runtastic sont désormais disponibles. L'absence de micro et de haut-parleur n'est pas selon nous très handicapante.

- **Ecran :** LCD Transflectif 1,44 pouce, 220 x 176 pixels
- **Compatibilité :** Android, iOS
- **Poids :** 122 grammes
- **Dimensions :** 42 x 41 x 9 mm
- **Autonomie :** 72 heures

179 €

Cogito Classic
Full Metal

La Cogito Classic adopte une approche assez originale par rapport à la majorité des montres connectées du marché. Ici, l'information principale est apportée par un cadran et des aiguilles tout ce qu'il y a de plus classique. La montre en elle-même est d'ailleurs une réussite esthétique. Outre l'affichage en façade, seule l'épaisseur la distingue d'une montre classique. Plusieurs finitions sont disponibles et on peut facilement changer le bracelet, ce dernier adoptant un format standard. Reste à voir ce que valent les fonctions connectées. Pour l'affichage, il faut se contenter d'un petit écran et d'une série d'icônes de notifications qui s'illuminent lorsque le smartphone envoie une alerte. La connexion entre les deux appareils s'effectue en Bluetooth 4.0 et une application (iOS et Android) permet de gérer quelles applications peuvent envoyer des notifications. On peut aussi lire le nom des appelants et refuser un appel ainsi qu'utiliser les boutons de la montre pour contrôler le lecteur audio. La Cogito est jolie et ses fonctions sont bien implémentées même si peu nombreuses. Surtout elle offre une autonomie d'un an grâce à sa pile.

- **Ecran :** Analogique/digital
- **Compatibilité :** Android, iOS
- **Poids :** 80 grammes
- **Dimensions :** 42 x 15 mm
- **Autonomie :** 1 an

179 €

Montres connectées

Si la première approche ouvre bien évidemment plus de possibilités d'un point de vue applicatif, elle est nettement plus énergivore. Pour le moment, il est impossible de dépasser les deux jours sur une charge avec une montre à écran couleur contre une bonne semaine pour un modèle monochrome comme la Pebble Steel. Un peu limite pour un appareil que l'on est censé pouvoir porter sur soi en permanence… Le fossé devrait toutefois rapidement se combler avec d'une part des optimisations logicielles mais aussi des progrès du point de vue du matériel. En plus de la consommation, les innovations du côté des écrans comme les dalles flexibles ou rondes vont engendrer des formats innovants.

A quoi ça sert ?

C'est la grande question. Si tout le monde s'accorde à prédire un avenir brillant à la montre connectée, le sujet crucial de l'utilisation a été abordé à l'envers. On peut construire une montre connectée donc on le fait, quitte à se demander après à quoi elle peut bien servir. Si c'est pour avoir un objet moche au poignet qu'il faut de surcroit recharger tous les jours et que le seul bénéfice est d'être averti d'un message ou d'un appel sur le smartphone, franchement mieux vaut en rester à sa traditionnelle toquante ! On voit bien d'ailleurs que les constructeurs n'ont pas une approche horlogère car l'intérêt le plus évident n'est pas du tout mis en avant. Une montre connectée donne déjà l'heure exacte atomique et se met à jour toute seule selon les fuseaux horaires. Pour avoir la même chose en montre classique, il faut y mettre le prix. Ensuite dans la série « recherche utilisation désespérément », les fabricants ont intégré tout ce qu'ils pouvaient comme un appareil photo ou encore une fonction mains libres pour téléphoner. Les deux sont évidemment grotesques. Peu à peu émergent cependant des usages plus intéressants comme par exemple la fusion avec un traqueur d'activité, l'intégration de fonctions sportives ou encore celle d'un cardio. C'est encore balbutiant mais c'est sans doute dans ces directions qu'il faut chercher de vrais usages : sport, bien-être, santé… La montre a sans doute aussi un fort potentiel dans tout ce qui se pilote à distance désormais, comme le chauffage et la lumière, car ne pas avoir à sortir son smartphone pour cela est un avantageux crucial. On le voit, les constructeurs hi-tech se caractérisent surtout par un manque d'imagination flagrant. La grande majorité ne sait que copier, heureusement qu'il en reste, d'ailleurs aussi bien des géants comme de startups, qui pensent pour les autres.

Polaroid Pwatch
Basique mais fonctionnelle

Polaroid tente de démocratiser la montre connectée avec la Pwatch. Extérieurement, rien de très original, la Pwatch adopte un design simple qui n'est d'ailleurs pas sans rappeler celui de la Gear de Samsung. Cela se traduit par une montre légère qui se fera facilement oublier au poignet malgré sa taille. Le bracelet est fixe ce qui est dommage car il ne respire pas très bien. Côté affichage, on trouve un écran de 1,54 pouce d'une résolution correcte qui malgré un petit manque de luminosité est lisible dans la plupart des situations. Côté fonctions, on note la compatibilité iOS et Android ainsi que la possibilité de recevoir des notifications. On peut aussi envoyer des SMS ainsi qu'appeler directement depuis la montre, un micro étant présent. Elle intègre aussi un podomètre mais il est impossible d'envoyer les données vers une application de tracking. L'autonomie est franchement courte, ne comptez pas plus d'une journée. Heureusement la charge est très rapide. Au final, la Pwatch se débrouille plutôt bien au regard du prix. On trouve mieux mais c'est deux fois plus cher.

- **Ecran :** LCD, 1,54 pouce, 240 x 240 pixels
- **Compatibilité :** Android, iOS
- **Poids :** 34 grammes
- **Dimensions :** 62 x 41 x 12 mm
- **Autonomie :** 24 heures

99 €

Omate TrueSmart
Indépendante

Contrairement à la plupart des montres connectées, la TrueSmart n'est pas un compagnon du smartphone mais indépendante. La montre intègre donc un système Android complet et elle est dotée d'un emplacement micro-SIM qui lui permet d'être connectée en permanence. Cela implique une seconde SIM avec une ligne mais avec les tarifs actuels, ce n'est pas un gros investissement. La montre est très bien finie mais massive. On a plus l'impression d'avoir un ordinateur de plongée au poignet qu'un bijou. L'écran est très lisible mais l'utilisation est compliquée par un OS à l'ergonomie pas vraiment adaptée à un écran aussi petit. Si on a accès à toutes les fonctions d'un téléphone Android comme les réseaux sociaux, les mails, la téléphonie et le suivi sportif, le nombre d'applications vraiment adaptées à un si petit écran est encore réduit dans le magasin en ligne dédié. Le simple fait de taper du texte sur le minuscule clavier est une véritable épreuve. La saisie via reconnaissance vocale est bien plus pertinente. Tout dépend maintenant du soutien de la communauté et de l'évolution de l'interface. L'idée d'une montre autonome est originale et multiplie les usages possibles, reste à régler les problèmes d'ergonomie.

- **Ecran :** LCD 1,45 pouce, 240 x 240 pixels
- **Compatibilité :** Android
- **Poids :** 100 grammes
- **Dimensions :** 45 x 45 x 14 mm
- **Autonomie :** 24 heures

249 €

gamescom
PARTNER REGION 2014
NORDICS
DENMARK FINLAND ICELAND
NORWAY SWEDEN

Win WinWin Win

13 - 17.08.2014
Cologne

Réservez vos badges
dès maintenant !

gamescom-cologne.com

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

gamescom
Celebrate the games!

BIU
Bundesverband Interaktive
Unterhaltungssoftware e.V.

koelnmesse

Toshiba 55L7453

Téléviseur

Ce 55 pouces est déjà un bel objet. Le pied en métal évidé est du plus bel effet, les bords de la dalle sont fins et sobrement laqués de noir brillant. En revanche, la TV connectée est en retrait. Toshiba accuse un certain retard face à la concurrence de ce point de vue. On y trouve l'essentiel mais guère plus. La qualité d'image est bien plus réjouissante. L'appareil offre un contraste vraiment compétitif et la finition semi-mate de la dalle permet de l'installer assez facilement dans le salon. On retrouve aussi avec plaisir les réglages de la marque. Pour le cinéma, nos recommandations notamment les modes Hollywood jour et nuit. Ils offrent des tons chair un peu chauds mais l'image est très agréable. Le grain n'a pas été sacrifié à la netteté. Aussi, on profite d'une image très cinéma, avec notamment une compensation de mouvement bien étudiée. Dès le premier niveau, les saccades s'estompent sans que l'on ait pour autant un effet caméscope. L'image n'est pas toujours très propre cependant. Sur les scènes sombres, il y a un peu de fourmillements sur les aplats de couleurs mais ce n'est pas vraiment gênant. La section sonore est plus qu'honnête également. Bref, si ce n'est pas un téléviseur de pointe, il offre un rendu très agréable. Seule la télécommande façon années 80 gâche un peu le tableau. Elle est énorme et vraiment peu pratique à l'usage. Un peu plus de 1 000 euros pour ce grand téléviseur de qualité, c'est un investissement plus que raisonnable.

CARACTÉRISTIQUES

Technologie LCD/LED, taille 55 pouces, 1920 x 1080, latence 5 ms, contraste 7 000 000 :1, luminosité 700 cd/m2, connectique 4 HDMI (dont une MHL) YUV, Péritel, 3 USB host, Cinch, DLNA, WiFi, Ethernet

- **CATÉGORIE** Milieu de gamme
- **CONTACT Toshiba, tél.: 01 47 28 28 28**
- **PRIX** 1 099€

Fujifilm XP200

APN tout terrain

Le XP200 est l'appareil le plus durci disponible au catalogue Fujifilm. Il embarque un capteur de 16 Mpixels et un zoom 5x dans un boîtier vraiment robuste. L'accès à la carte mémoire et à la batterie se fait par une porte étanche doublée d'une molette sécurisée. Pour les amateurs éclairés, il n'y a que le mode Programme, on ne peut régler que la sensibilité et la compensation d'exposition, c'est tout. Il n'y a pas de gestion des priorités. L'ergonomie est plutôt bien pensée. L'appareil est même suffisamment stable pour être posé sur le sol ou sur un muret même s'il y a un peu de vent. La commande du zoom se fait avec le pouce et le déclencheur tombe bien sous l'index. C'est un appareil simple mais de qualité avec un écran bien défini. La qualité d'image est en demi-teinte. Le grand angle est limité au 28 mm et l'ouverture est faible. Surtout, la netteté n'est pas vraiment convaincante et se dégrade assez rapidement sur les bords. La sensibilité du petit capteur est correcte cependant avec de bons clichés à 800 ISO. Côté vidéo, l'appareil s'en sort correctement avec 60 images par seconde en Full-HD. Toutefois, la prise de son est peu satisfaisante, malgré les micros bien proéminents. En plus, la vidéo ne s'enregistre qu'en entrelacé. Terminons par la connectivité pour signaler que l'appareil est WiFi. Le XP200 est un vrai modèle tout terrain facile d'emploi et à la qualité d'image correcte.

CARACTÉRISTIQUES

Capteur 16 Mpixels, écran 3 pouces 920 000 points, vidéo 1080i, 60 images/s, objectif 5x 28 à 140 mm équivalent 24x36 mm, ouverture f/3.9 - f/4,9, prise de vue en rafale 10 images/s, 111,5 x 70 x 28,1 mm, 230 grammes

- **CATÉGORIE** Milieu de gamme
- **CONTACT Fujifilm, tél.: 01 3014 34 56**
- **PRIX** 209€

Meizu MX3

Smartphone

Meizu est un de ces poids lourds du marché chinois qui tentent de s'implanter en Europe. Contrairement à la plupart des autres fabricants chinois, Meizu tente l'aventure avec un smartphone résolument haut de gamme. Le MX3 adopte un design tout plastique pas forcément très original aux faux airs d'iPhone 3GS mais agréable à l'œil et bénéficiant d'une bonne finition. La coque est amovible mais ne donne accès qu'à la carte micro-SIM. Pas de possibilité de changer la batterie ou d'ajouter une carte mémoire. La prise en main est bonne mais la taille du MX3 le rend difficile à manipuler confortablement d'une seule main. L'écran de 5,1 pouces adopte une résolution inhabituelle (1800 x 1080 pixels). Il est extrêmement lumineux avec des couleurs plutôt bien réglées. Le capteur photo de 8 Mpixels permet de prendre des photos de bonne qualité et ce dans la plupart des situations. Petite surprise sous le capot puisque l'on y trouve un processeur Samsung Exynos à huit cœurs ! Ce dernier est plus qu'à même d'assurer la parfaite fluidité d'un Android cependant un peu daté. On remarque malheureusement des problèmes de compatibilité avec de nombreux jeux et une autonomie qui a du mal à atteindre la journée. L'absence de 4G est aussi difficilement excusable pour un smartphone haut de gamme en 2014. Le Meizu MX3 est séduisant et bien fini mais il souffre de défauts rédhibitoires dans cette gamme de prix.

CARACTÉRISTIQUES

Écran 5,1 pouces IPS, processeur huit cœurs 1,6 GHz, mémoire 16 Go, capteur photo 8 Mpixels, A-GPS, Android 4.2.2, connectivité WiFi n, Bluetooth 3.0, 3G, micro-USB, 139 x 71,9 x 9,1 mm, 143 grammes

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT Meizu, en.meizu.com**
- **PRIX** 379€

HP Pavillon 11 x360

PC convertible

Avec ses derniers notebook, HP avait opéré une montée en gamme plutôt réussie. Le Pavillon 11 X360 répond cependant aux besoins des petits budgets puisqu'il est vendu 400 euros. Premier constat, entre le design coloré et l'excellente finition, on n'a pas l'impression d'être face à un ordinateur aussi abordable. La connectique est elle aussi une bonne surprise car assez riche au vu de la taille de l'appareil. Le clavier exploite la quasi-totalité de la surface disponible et offre un toucher agréable. Même constat pour le grand pavé tactile. Ceci dit, certains pourront trouver l'appareil un peu épais, surtout comparé à d'autres hybrides. L'écran est monté sur une double charnière à la manière du Yoga de Lenovo. On peut donc adopter une multitude de positions très facilement jusqu'à retransformer le x360 en tablette. Malheureusement, la charnière en elle-même manque un peu de résistance et la dalle utilisée laisse à désirer en termes d'angles de vision et de luminosité. L'autonomie est aussi très en retrait pour un convertible. Il faudra se contenter d'un peu moins de quatre heures sur une charge, ce qui est peu. Le processeur Intel Celeron n'est pas un foudre de guerre mais suffira à la bureautique et au multimédia léger. Joli et bien conçu, le x360 en offre beaucoup à ce tarif mais il faudra composer avec une autonomie en retrait.

CARACTÉRISTIQUES

Processeur Intel Celeron N28200Y, mémoire vive 4 Go, écran 11,6 pouces LED (1366 x 768), puce graphique Intel HD, 500 Go, WiFi n, Bluetooth 3.0, 308 x 215 x 219 mm, 1,4 kilo

- **CATÉGORIE** Entrée de gamme
- **CONTACT HP, tél : 08 92 6960 22**
- **PRIX** 399€

Nikon
1 V3

APN hybride

Plus épuré, moins tortueux et du coup beaucoup plus fonctionnel, le V3 séduit dès le premier regard. Arborant un look résolument expert, il se pare de deux molettes de réglages, de roues crantées, de touches de personnalisation et surtout d'un écran orientable et tactile. Avec cette nouvelle mouture, l'ergonomie est améliorée et les fonctions WiFi et GPS sont de la partie. Le Nikon 1 V3 dispose d'une mise au point de course et s'arme d'une rafale capable de grimper à 20 images par seconde avec l'autofocus en continu. C'est ce genre de fonctionnalités inédites qui font tout l'intérêt de ce modèle. Sa capacité à prendre des images en hautes vitesse et surtout celle de produire des instants animés en font un compagnon de voyage très amusant. Grâce à son capteur de 18,4 millions de pixels au format CX et son processeur performant, le V3 affiche aussi des vitesses d'enregistrement particulièrement élevées et une palette d'enregistrements vidéo créatifs comme le saut de séquence, l'accéléré, le ralenti et la vidéo de quatre secondes à assembler. Sinon, la vidéo est enregistrée en Full-HD à 60 images par seconde. La qualité d'image en vidéo est de bonne tenue et surtout filmer est très aisé. Au prix où il est proposé, le V3 s'adresse pourtant en priorité aux experts qui regretteront que le viseur ne soit pas intégré alors que c'était le cas sur les deux séries précédentes. Facile d'utilisation, pratique et délivrant une qualité d'image satisfaisante tant que l'on ne dépasse pas les 3 200 ISO, le Nikon 1 V3 est un bon choix en vidéo comme en photo.

CARACTÉRISTIQUES

Capteur CMOS 1/1 18,4 Mpixels, vidéo Full-HD à 60 images/s, écran 3 pouces 1 Mpixels, viseur électronique 2,36 millions de points, 110,9 x 65 x 33,2 mm, 324 grammes

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT Nikon tél.: 01 45 16 45 16**
- **PRIX** 969€ (kit avec zoom 10-30 mm)

Haier
Pad Maxi 1043

Tablette

Haier nous a désormais habitués à des tablettes fines et élégantes à un tarif abordable. Cette version Maxi ne déroge pas à la règle qu'elle transpose en grand format 10,1 pouces. On retrouve ainsi un design tout aluminium extrêmement fin (6,9 mm) qui n'est pas sans rappeler celui de l'iPad Air. La finition est très soignée mais il faudra prendre garde aux rayures. La connectique est complète. En plus de l'USB, on note la présence d'un port micro-HDMI et d'un emplacement pour carte mémoire micro-SD. Poids plume oblige, l'ergonomie est bonne. On remarque cependant que l'absence de bouton pour le volume se révèle ennuyeuse au quotidien. L'écran de 10.1 pouces adopte une résolution Full-HD peu habituelle à ce niveau de prix et s'avère de bonne qualité. Certes, on aurait préféré une luminosité un peu plus élevée mais c'est tout de même très satisfaisant. Le processeur Rockchip utilisé offre des performances satisfaisantes pour peu que l'on ne se lance pas dans des jeux 3D gourmands ou du multitâche intensif. L'autonomie est correcte avec un peu plus de six heures sur une charge. Malgré quelques petits défauts, cette tablette offre l'un des meilleurs rapports qualité/prix sur le segement des 10 pouces, si ce n'est le meilleur.

CARACTÉRISTIQUES

Écran IPS 10,1 pouces (1920 x 1080), processeur quadruple cœur 1,6 GHz, Mémoire 16 Go, WiFi n, micro-USB, micro-SD, 258 x 166 x 6,9 mm, 540 g

- **CATÉGORIE** Milieu de gamme
- **CONTACT Haier, tél : 01 73 79 48 00**
- **PRIX** 229€

Audio-Technica
ATH-OX5

Casque nomade

Audio-Technica produit des modèles toujours bien placés en termes de musicalité et ce modèle supra-auriculaire ne déroge pas à la règle. Il se présente sous un aspect moderne. Il est disponible en noir ou en rouge, avec des écouteurs laqués et un arceau de tête réglable et résistant aux torsions. Ce n'est pas le casque le plus compact du marché. Toutefois, il est livré avec une sacoche de transport ordinaire et pèse 190 grammes. Deux câbles sont présents, l'un est simplement muni d'une prise jack 3,5 mm et l'autre possède en plus un micro/commande filaire pour répondre aux appels sur un smartphone. Ses oreillettes intègrent des haut-parleurs de 40 mm de diamètre et un large rembourrage en mousse recouvert d'un matériau simili cuir assurant un bon confort d'écoute sans trop de pression. L'arceau est moins gâté à ce niveau et s'avère un peu dur sur le crâne mais la légèreté de l'ensemble réduit fortement ce désagrément. Une fois en place, ce casque isole et reste bien en place lors de déplacements. Au niveau des écoutes, il propose beaucoup de puissance, c'est dynamique et musical avec un bon sens des détails. L'image stéréo est bonne et les voix humaines ressortent avec naturel et vivacité.

CARACTÉRISTIQUES

Type casque fermé supra-auriculaire, réponse en fréquence 15 Hz - 22 kHz, transducteurs 40 mm, sensibilité 99 dB, cordon 1,2 mètre avec jack 3,5 mm, micro/télécommande, 190 grammes

- **CATÉGORIE** Milieu de gamme
- **CONTACT Audio-Technica tél.: 01 43 72 82 82**
- **PRIX** 129€

Acer
Iconia A1-830

Tablette

La stratégie adoptée par Acer ces derniers mois est simple : proposer des tablettes compactes et dotées d'un bon rapport qualité/prix. L'Iconia A1-830 rentre exactement dans cette catégorie avec son format 7,9 pouces et son tarif plancher. Premier constat, Acer s'est sérieusement inspiré de l'iPad Mini pour ce modèle. Depuis le format jusqu'à la coque aluminium, tout rappelle la tablette de la marque à la pomme. L'esthétique est plaisante, la finition est bonne et la prise en main agréable. L'écran IPS est déjà plus en demi-teinte. En effet, la luminosité est un peu faible ce qui rend une utilisation en extérieur difficile. En revanche, les couleurs sont très fidèles et la dalle est réactive. A ce prix, il faut se contenter d'une résolution de 1024 x 768 pixels. Sous le capot, c'est un processeur Intel Atom Z2560 qui est utilisé. Sans être un monstre de puissance, cette puce offre des performances plus que suffisantes pour la plupart des usages. On apprécie aussi les efforts d'Intel pour limiter les bugs avec les jeux (un problème récurrent il y a quelques mois). L'autonomie est assez courte puisqu'il est impossible de dépasser les six heures d'utilisation sur une charge. En lecture vidéo, l'autonomie descend même à 4h45. Abordable performante et bien finie, cette tablette représente un bon choix pour les petits budgets malgré une autonomie décevante.

CARACTÉRISTIQUES

Écran 7,9 pouces IPS, processeur Intel Atom Z2560 quadruple cœur 1,2 GHz, mémoire 16 Go, capteur photo 8 Mpixels, A-GPS, Android 4.4, connectivité WiFi n, Bluetooth 3.0, micro-USB, 208,7 x 145,7 x 11,1 mm, 410 grammes

- **CATÉGORIE** Entrée de gamme
- **CONTACT Acer, tél. : 01 48 63 51 51**
- **PRIX** 149€

PC DVD-ROM · PS3 · PS4 · PS VITA · XBOX 360 · 3

MotoGP 14

Course

Le 20 juin

La référence de la simulation de motos revient cette année dans une version encore plus riche. Outre les nombreux modes de jeux dont le mode carrière amélioré, le joueur retrouvera tout le contenu officiel des saisons 2013 et 2014 : pilotes, motos, circuits et classes. En solo, en écran partagé ou en ligne, ce sont plus de 100 pilotes qui sont jouables, pour 51 équipes et 18 circuits officiels. Le tout est commenté par Remy Tissier, commentateur officiel de MotoGP. A signaler que pour toute précommande chez Micromania, deux circuits supplémentaires sont offerts.

PLAN MARKETING

Le jeu sera visible en Presse papier grand public (Moto Revue), jeux vidéo et professionnelle. Il est aussi présent sur le Web et les réseaux sociaux. MotoGP 14 a aussi été présenté au public lors du Grand Prix de Catalogne en juin.

MISE EN PLACE
Non communiquée

DÉVELOPPEUR
Milestone

EDITEUR Milestone

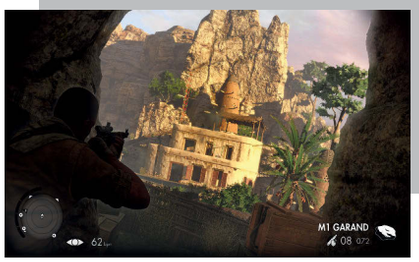
DISTRIBUTEUR Bigben Interactive

NOMBRE DE JOUEURS 1 à 12

JEU EN LIGNE Oui

PRIX PUBLIC CONSTATÉ

NC



3DS · PS VITA · 3

Farming Simulator 14

Gestion agricole

Disponible

L'agriculture, ça se passe aussi sur consoles portables ! Au programme, élevage d'animaux (bovins), cultures, vente des récoltes, gestion et développement d'une exploitation agricole… De belles récoltes permettent de mieux s'équiper en engins agricoles *« fidèlement reproduits »* et même de recruter du personnel. Farming Simulator 14 est disponible en magasin mais également en téléchargement sur la boutique Nintendo eShop (3DS) et le PlayStation Store (Vita).

MARKETING Non communiqué

MISE EN PLACE Non communiquée

DÉVELOPPEUR Giants Software

EDITEUR Focus Home Interactive

DISTRIBUTEUR Focus Home Interactive

NOMBRE DE JOUEURS NC

JEU EN LIGNE NC

PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

35€ environ

PC DVD-ROM · PS3 · PS4 · XBOX 360 · XBOX ONE · 16

Sniper Elite 3

Action

Le 27 juin

Le troisième volet de la série Sniper Elite prend place en Afrique du Nord en 1942. Toujours dans la peau d'un tireur d'élite, le joueur sera aux prises des troupes allemandes (l'Afrika Korps) et croisera même… Adolf Hitler en personne. Parmi les nouveautés, les Killcam - déjà impressionnantes dans les précédents opus - ont été améliorées et s'appliquent désormais aux véhicules. Signalons également la possibilité de jouer en coopération dans un mode Overwatch où le sniper devra s'associer à un soldat pour mener à bien leur mission. A noter qu'Avanquest distribue la version PC.

MARKETING Non communiqué

MISE EN PLACE Non communiquée

DÉVELOPPEUR Rebellion

EDITEUR 505 Games

DISTRIBUTEUR 505 Games/Avanquest

NOMBRE DE JOUEURS NC

JEU EN LIGNE Oui

PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

40€ environ (PC),
40€ environ (X360, PS3),
60€ environ (PS4, XOne)

PC DVD-ROM · PS3 · PS4 · XBOX 360 · 3

Tour de France Saison 2014 - Pro Cycling Manager 2014

Simulation, Gestion sportive

Le 19 juin

Deux jeux bien distincts cette année encore chez Focus Home Interactive. Comme son nom l'indique, Tour de France Saison 2014 sur consoles propose d'incarner un coureur sur la Grande Boucle pour tenter d'atteindre le Graal : le Maillot Jaune. Parmi les nouveautés de cette année, signalons le Mode Pro Team qui permet de courir sur plusieurs années et donc d'améliorer sa renommée. Sur PC, Pro Cycling Manager 2014 permet d'endosser le rôle de manager sportif d'une équipe de cyclistes professionnels et les mener au succès sur toutes les compétitions du Pro Tour (dont le Tour de France).

MARKETING Non communiqué

MISE EN PLACE Non communiquée

DÉVELOPPEUR Cyanide Studio

EDITEUR Focus Home Interactive

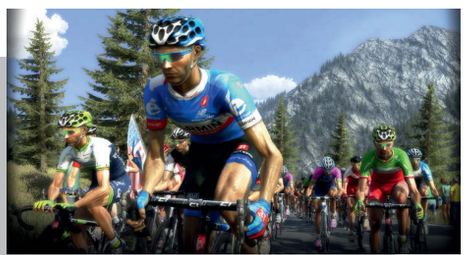
DISTRIBUTEUR Focus Home Interactive

NOMBRE DE JOUEURS NC

JEU EN LIGNE NC

PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

55€ environ (PS4),
50€ environ (X360, PS3),
40€ environ (PC)



GAMETAB-ONE

QUAD CORE CPU JUSQU'À 1,8 GHz

UNE PLATEFORME DE JEU MOBILE AVEC UNE VÉRITABLE MANETTE

UNE TABLETTE PUISSANTE ET COMPACTE POUR LA VIE DE TOUS LES JOURS

La GAMETAB-ONE **inclut aussi une manette amovible.**
Dotée de joysticks analogiques, de boutons d'actions, d'une croix directionnelle et de gâchettes.

La GAMETAB-ONE **est une puissante tablette.**
Compagnon parfait pour tous les gamers, de l'amateur au joueur hardcore.

- Écran 7"
- 2 caméras
- Connection HDMI 1080p pour jouer sur la TV
- Processeur Quad Core RK3188 Cortex-A9 - jusqu'à 1.8GHz
- Processeur Graphique Mali 400 (Quad-core 533 MHz)
- Mémoire RAM : 2Go DDR3 Dual Channel
- Capacité de stockage interne : 16Go
- Lecteur de carte mémoire micro SD/SDHC (jusqu'à 64Go)
- Configuration intégrale des boutons d'action

4 JEUX GAMELOFT PRÉINSTALLÉS ET OFFERTS

ASPHALT 8

DANGER DASH

DRAGON MANIA

GREEN FARM 3

© 2013 Gameloft. Tous droits réservés. Gameloft, le logo Gameloft et Asphalt sont des marques déposées aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Les constructeurs, voitures, noms, marques et images associées utilisés dans le jeu mobile Asphalt 8: Airborne sont des marques déposées et/ou la propriété de leurs détenteurs respectifs. Google Play, Android, et les autres marques sont des marques de Google Inc. Le robot Android est reproduit ou modifié à partir de travaux créés et partagés par Google, et utilisés conformément aux conditions décrites dans la licence d'attribution Creative Commons 3.0.

Designed & Distributed by bigben INTERACTIVE

Google Play™

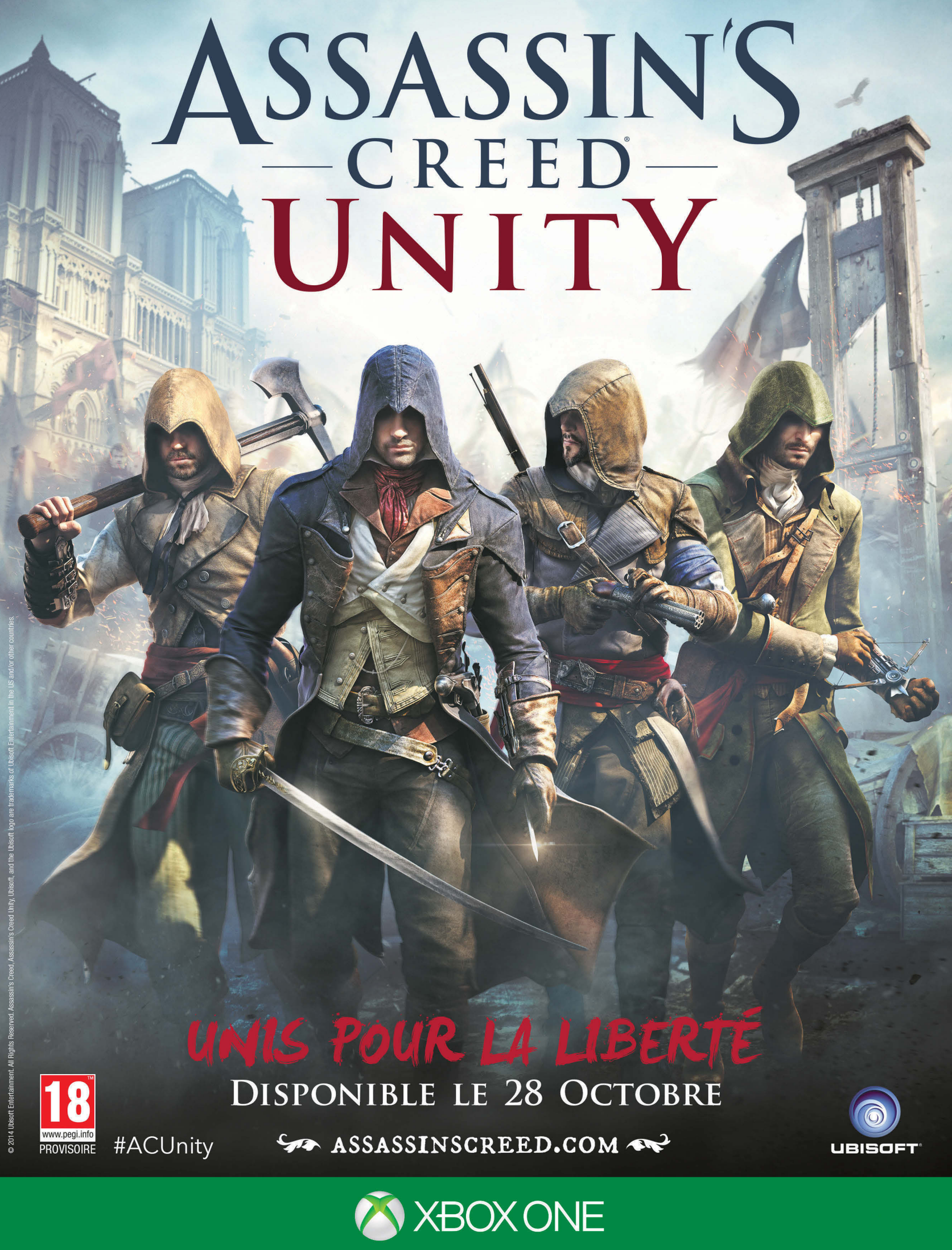
Android™ 4.2, Jelly Bean

HDMI

SD HC

Bluetooth®

Wi Fi™


ASSASSIN'S
CREED
UNITY
UNIS POUR LA LIBERTÉ
DISPONIBLE LE 28 OCTOBRE
18
www.pegi.info
PROVISOIRE
#ACUnity
ASSASSINSCREED.COM
UBISOFT
XBOX ONE
© 2014 Ubisoft Entertainment. All Rights Reserved. Assassin's Creed, Assassin's Creed Unity, Ubisoft, and the Ubisoft logo are trademarks of Ubisoft Entertainment in the US and/or other countries.