

JDLI

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs N°272 / 22 septembre 2014
www.jdli.com

CREATION
EMOTION
PASSION

THOMSON Leader du marché avec le système double boot, une évidence partagée par des milliers de consommateurs !



Windows 8



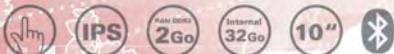
LA REVOLUTION DUAL BOOT BY THOMSON



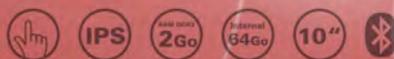
et



Dual boot 2 en 1



Dual boot 2 en 1



Dual boot All in one



Inclut
Microsoft Office 365
Personnel
Abonnement d'un an

L'offre la plus complète et la plus percutante de cette fin d'année en tablettes et 2 en 1 !

Une gamme complète et unique au monde en simple et double boot, une opportunité inédite pour dynamiser le secteur informatique sur cette fin d'année, avec **THOMSON Computing** : 0033 (0)1 60 65 83 80

Windows 8.1 / THBK1-9.32WIN

EXCLUSIVITE



Windows 8.1 / THBK1-10.32WIN



Windows 8.1 / THBK2-12WIN

Écran 10,1" ou 11,6"



Dual Boot / THBK1-10.32DB



Dual Boot / THBK3-10.64DB



Nos autres produits stars qui sauront animer vos points de vente !

All in one 19" tactile dual boot et batterie



Imprimante 3D



La presse en parle

"Une marque déjà connue réveille l'imaginaire collectif"
 "Un retour inattendu et 100% français"
 "Le Prix est raisonnable"
 "Hybride dans toute sa splendeur"
 "Deux systèmes d'exploitation afin de varier les plaisirs"
 metronews
 LES NUMÉRIQUES
 OInet
 VIVEZ l'innovation avec THOMSON
 Inclut Microsoft Office 365 Personnel Abonnement d'un an
299 € TTC (prix public constaté)
 VEUILLEZ CONTACTER VOTRE REFERANT THOMSON COMPUTING SANS PLUS ATTENDRE !
 intel inside Windows 8 ANDROID
 Intel Atom Z3740 WIFI 8MB CORE 2Go FULL HD 1280x800 10.1" Bluetooth

Nos accessoires compatibles pour un écosystème THOMSON complet dans votre magasin



Offre ODR THOMSON Q4

Du 01 Octobre
au 31 Décembre
2 0 1 4

Profitez
de remises
exceptionnelles
pour cette
fin d'année
avec **THOMSON**.

Découvrez ou
redécouvrez
la marque
Française aux
multiples
innovations
technologiques !

Obtenez jusqu'à
100 euros
de remboursement
pour l'achat d'une tablette



→ Thomsoncomputing.com/promo

Pour l'achat d'un All in ONE dans les points de ventes concernés.

All in one tactile dual boot

100€ Remboursés



20"



Ref : HYDEO100 :
3700666202653



10"

20€ Remboursés



Ref : THBK1-10.32WIN EAN :
3700666201359



Pour l'achat d'une tablette NEO10-1 dans les points de ventes concernés.

Tablette PC NEO10 Android 4.4

20€ Remboursés



10.1"



Ref : NEO10-1.4B
EAN : 3700666201434



Ref : NEO10-1.4W
EAN : 3700666201281



Pour l'achat d'une tablette NEO8-1 dans les points de ventes concernés.

Tablette PC NEO8 Android 4.4

15€ Remboursés



7.85"



Ref : NEO8-1.4B
EAN : 3700666201427



Ref : NEO8-1.4W
EAN : 3700666201250



Pour l'achat d'une tablette NEO7-1 dans les points de ventes concernés.

Tablette PC NEO7 Android 4.4

10€ Remboursés



7"



Ref : NEO7-1.4B
EAN : 3700666201410



Ref : NEO7-1.4W
EAN : 3700666201229



VEUILLEZ CONTACTER THOMSON COMPUTING (GROUP SFIT) : 0033 (0)1 60 65 83 80

Email : contact@thomsoncomputing.eu



Le bel avenir des jouets connectés

Dans un récent rapport, l'Idate se penche sur le secteur en pleine progression des jouets vidéo ou Smart Toys, ces hybrides entre jouet physique et jeu vidéo. Selon l'étude, il ne s'agirait pas d'un effet de mode mais d'un mouvement de fond puisque si ce segment représente 2,2 milliards d'euros fin 2014, il pourrait devenir tout simplement incontournable d'ici 2018 avec des perspectives s'élevant à 7,4 milliards d'euros.

>>> suite page 8

Apple la séduction sans risque

Le 9 septembre, Apple a annoncé la sortie de sa sixième génération d'iPhone. Pas de grosses surprises pour les téléphones en eux-mêmes, tout ou presque avait fuité au cours des derniers mois. Ce ne sont donc pas un mais deux modèles qui arrivent le 19 septembre sur le marché, l'iPhone 6 et l'iPhone 6+. Sans surprise, Apple en profite pour augmenter les prix ! L'iPhone 6 en 16 Go vaut 709 euros et le 6+ en 16 Go vaut 809 euros. Le modèle le plus cher en 64 Go dépasse même les 1 000 euros. Des tarifs qui n'ont pas l'air de décourager les foules, les nouveaux téléphones d'Apple ayant atteint des niveaux de pré-commande exceptionnels. Apple en a profité pour annoncer sa montre connectée, attendue l'an prochain.

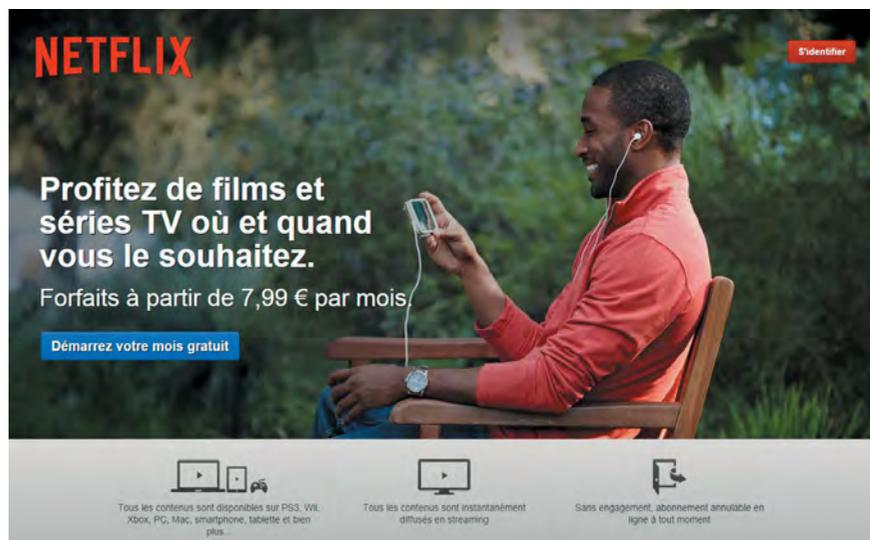
>>> suite page 10



Gamestop se désengage d'Espagne



Gamestop, première chaîne de magasins spécialisés dans le jeu vidéo au monde, qui notamment détient Micromania en France, annonce qu'elle va physiquement quitter le marché espagnol. Les boutiques ibériques sous pavillon Gamestop devraient ainsi être cédées à Game Digital PLC ou tout simplement... fermées. Le groupe Gamestop entend en effet focaliser ses efforts sur les marchés où il dispose de parts de marché plus importantes. Sur un marché du jeu vidéo qui opère sa transition vers le dématérialisé (du moins pour une partie du business), Gamestop entend visiblement concentrer ses efforts sur les territoires les plus rentables. Exit donc l'Espagne. Si la chaîne quitte le pays, elle entend en revanche maintenir et même développer sa présence sur d'autres territoires européens où elle opère. Game va donc récupérer une partie des boutiques Gamestop en Espagne, où le groupe dispose déjà d'une présence importante. « Avec sa présence en Espagne, Game est l'acquéreur le plus logique de nos boutiques » souligne le porte-parole de Gamestop. « Cela va maximiser la conservation des emplois mais aussi permettre aux consommateurs espagnols de jeux vidéo de continuer à accéder aux meilleurs matériels et jeux qu'ils demandent ». A l'heure actuelle, Gamestop annonce compter 6 600 boutiques à travers le monde, proposant jeux vidéo neufs et d'occasion. En France, Micromania compte 440 magasins et 1 500 collaborateurs.



Netflix, c'est parti!

Le service de vidéo en streaming Netflix a débuté le 15 septembre comme prévu. Accessible désormais sous forme d'une application à télécharger sur PC, Mac, tablette, smartphone ou encore console de jeu et TV connectée, le service sera également rendu disponible dès novembre via la box de Bouygues Telecom. L'opérateur est en effet le premier à accueillir le service sur sa box. Les box des fournisseurs d'accès Internet constituent le premier moyen de consommation de VOD en France. Plusieurs formules sont accessibles (avec un coût mensuel entre 7,99 euros et 11,99 euros selon le type d'abonnement portant sur un ou plusieurs écrans, définition HD ou pas...) pour pouvoir consommer films, séries, documentaires via une connexion Internet. L'inscription est très simple puisqu'il suffit de renseigner son identité et d'y associer un mode de paiement (carte bancaire, compte Paypal...) pour se lancer. Un mois d'abonnement est offert aux nouveaux abonnés. Si les opérateurs avaient jusqu'ici émis des réserves quand au référencement du service sur leurs box, Bouygues Telecom est le premier à annoncer qu'il va accueillir Netflix, courant novembre. Parallèlement, certains FAI organisent la riposte. A l'image de Numericable, qui lance également à destination de ses abonnés un nouveau service de vidéo à la demande, LaBox Series, qui est comme son nom l'indique, orientée vers les séries TV avec plus de 3 000 épisodes annoncés au catalogue, en haute définition et réservé aux abonnés dotés de la fibre. De son côté, Free a conclu un partenariat avec Orange aux termes duquel les abonnés à la filiale d'Iliad ont accès au bouquet OCS (Orange Cinéma Séries).



Make it matter.



**Faites-vous
rembourser 60 €¹
en achetant des toners
HP LaserJet.**

Exceptionnel !

Une offre exceptionnelle. Des couleurs exceptionnelles. Bénéficiez en ce moment d'une remise de 60 €¹, en plus de l'économie habituelle de 10 % par jour², en achetant un pack de 3 cartouches de toner couleur + une cartouche de toner noir HP LaserJet. Obtenez le résultat escompté dès la première utilisation et à chaque fois³. En vente sur hp.com/fr/promolaser

**Recevez 60 € pour l'achat
d'un pack 3 couleurs HP LaserJet
et sa cartouche noire associée
jusqu'au 31 octobre¹.**



HP 126A Cyan/Magenta/Jaune



**Pack de toner noir
HP 126A Noir**

Make it Matter = Donnez de l'importance.

¹ Offre valable jusqu'au 31 octobre 2014 seulement et limitée à 5 demandes par client. Offre valable sur plusieurs références, dont un pack de 3 cartouches de toner HP 126A LaserJet Cyan/Magenta/Jaune authentiques + une cartouche de toner HP 126A LaserJet Noir authentique OU un pack de 2 cartouches de toner HP 126A LaserJet Noir authentiques ; un pack de 3 cartouches de toner HP 305A LaserJet Noir authentique OU un pack de 2 cartouches de toner HP 305A LaserJet Noir authentiques ; un pack de 3 cartouches de toner HP 305A LaserJet Cyan/Magenta/Jaune authentiques + une cartouche de toner HP LaserJet HP 305X Noir haut rendement authentique OU un pack de 2 cartouches de toner HP 305X LaserJet Noir haut rendement authentiques ; un pack de 3 cartouches de toner HP 128A LaserJet Cyan/Magenta/Jaune authentiques + une cartouche de toner + HP 128A LaserJet Noir authentique OU un pack de 2 cartouches de toner HP 305X LaserJet Noir haut rendement authentiques ; un pack de 3 cartouches de toner HP 304A LaserJet Cyan/Magenta/Jaune authentiques + une cartouche de toner HP 304A LaserJet Noir authentique OU un pack de 2 cartouches de toner HP 304A LaserJet Noir authentiques ; un pack de 3 cartouches de toner HP 125A LaserJet Cyan/Magenta/Jaune authentiques + une cartouche de toner HP 125A LaserJet Noir authentique OU un pack de 2 cartouches de toner HP 125A LaserJet Noir authentiques ; un pack de 3 cartouches de toner HP 131A LaserJet Cyan/Magenta/Jaune authentiques + une cartouche de toner HP 131A LaserJet Noir authentique OU une cartouche de toner HP 131X LaserJet Noir haut rendement authentique OU un pack de 2 cartouches de toner HP 131X LaserJet Noir haut rendement authentiques.

² Économie réalisée par rapport à l'achat de cartouches individuelles au prix de vente conseillé. Les prix de vente conseillés sont des prix recommandés, mais non imposés.

³ Une étude SpencerLab, menée en 2013 et commanditée par HP, a comparé les toners mono HP LaserJet 05A et 85A authentiques avec huit marques de toners d'autres fabricants, vendues en Europe, Moyen-Orient et Afrique, pour les imprimantes HP LaserJet P2035 et P1102. Pour en savoir plus, consultez www.spencerlab.com/reports/HP-Reliability-EMEA-2013.pdf.

© Copyright 2014 Hewlett-Packard Development Company, L.P.



Disney Infinity 2.0 les super-héros débarquent

Après avoir pris position l'année dernière sur le marché du jouet vidéo avec Disney Infinity, le groupe Disney propose aujourd'hui une nouvelle version du titre tout en accueillant les super-héros de l'écurie Marvel. Le point avec Laure Bernou, Responsable marketing jeux et e-commerce chez Disney France qui évoque pour nous la gamme et le lancement de Disney Infinity 2.0 Marvel Super Heroes.



Sherlock Holmes, l'enquête nouvelle génération

Le 30 septembre, le célèbre détective privé imagina par Arthur Conan Doyle va reprendre du service sur nos consoles et PC dans une aventure inédite, Crimes and Punishments, comportant pas moins de six enquêtes différentes. L'occasion de passer en revue les nouveautés apportées par le studio Frogwares mais aussi de revenir sur l'histoire de cette franchise avec Cédric Lagarrigue, Directeur général de Focus Home Interactive.

MARCHÉ



News

SOFTWARE



News



Interview : Disney France
Laure Bernou, Responsable marketing jeux et e-commerce



Focus : Sherlock Holmes, Crimes and Punishments
La nouvelle aventure de Frogwares, toujours plus ambitieuse

HARDWARE



Salon : IFA 2014

- 26 La TV
- 34 Les objets connectés
- 38 L'audio
- 46 L'IT et la mobilité
- 56 La cuisine connectée

IFA 2014

A la découverte de la fin d'année

Compte-rendu exhaustif du salon berlinois de l'électronique. Découvrez les tendances et les produits à venir pour la fin d'année voire pour 2015 dans notre dossier spécial de 28 pages divisé en cinq parties : la TV, les objets connectés, l'audio, l'IT et la mobilité et enfin la cuisine connectée.



GUIDES



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@microcoop.com

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

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

Secrétaire de rédaction

Guy Pichard
guy@microcoop.com

Journalistes

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

Photographe

Guy Pichard

PUBLICITÉ

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

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

MAQUETTE

Rédacteurs graphistes
Benoit Maurice
Christophe Monfort

Consultant

David Adanero

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

Site Web : www.jdli.com

Imprimé par lapca

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

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



YOGA

IL SE MET EN 4 POUR VOUS



TRAVAILLER



COMMUNIQUER



SE DIVERTIR



VISIONNER



COMMUNIQUER

Repliez votre Yoga en mode Tente et bénéficiez des meilleurs atouts d'un Ultrabook™ ultra stable pour communiquer en tchat vidéo ou partager des photos avec vos amis. Les images sont impressionnantes de finesse grâce à la résolution hors norme de la dalle tactile QHD+.

Parmi les 4 modes, quel est votre préféré ?

Découvrez les 4 modes : www.Lenovo.com/yoga

Travail, loisir. À vous de choisir.  Windows 8

REJOIGNEZ-NOUS

 [LenovoFrance](https://www.facebook.com/LenovoFrance)

lenovo



> suite de la Une

Le bel avenir des jouets connectés

■ **Le succès remarquable d'Activision Blizzard avec Skylanders, ce concept qui combine jeu vidéo et jouets physiques** (des figurines dotées d'une puce NFC embarquent des données qui sont traduites dans le jeu via un lecteur spécial) a créé un marché qui accueille désormais quelques grosses pointures comme Disney avec Disney Infinity (la version 2.0, dopée aux super-héros Marvel arrive ce mois-ci) mais aussi bientôt Nintendo avec ses figurines Amiibo (sortie en fin d'année) qui seront reconnues par la Wii U et la 3DS. Comme le précise l'Idate, les fabricants de jouets traditionnels comme Hasbro, Mattel, Lego et Bandai se positionnent également sur ce segment du jouet connecté avec une sensibilité différente. « Les fabricants de jouets auront tendance à privilégier l'objet et le modèle économique qu'ils adoptent habituellement », souligne l'Idate. « L'enjeu sur un secteur traditionnel dont la croissance n'excède pas 1%, est bien de capter une part de marché du jeu vidéo en développant des jouets vidéo tirant mieux partie de la composante logicielle ». Du côté des éditeurs de jeux vidéo, Idate pressent que la catégorie pourrait « se concrétiser dans d'autres genres du jeu vidéo, comme les titres sportifs ou d'action/aventure ». Ces produits ont également la particularité de valoriser les biens physiques : « ils vont changer la donne de la chaîne de valeur du jeu vidéo, dominée par la distribution dématérialisée », estime l'Idate.



L'EGP retrouve des couleurs

■ **On le sait depuis longtemps, ce sont les innovations qui permettent à un marché mature de conserver de la croissance.**

GfK relève ainsi que si l'ensemble de l'Électronique grand public en Europe de l'Ouest peut afficher une (maigre) croissance au cours du premier semestre 2014, c'est grâce au moteur qu'a représenté le marché des téléviseurs, reparti à la hausse grâce aux innovations, smart TV et ultra-HD. L'EGP en Europe de l'Ouest (France, Allemagne, Italie, Espagne, Pays-Bas et Royaume-Uni) a donc gagné au premier semestre de cette année 0,4% en comparaison à la même période 2013. Les téléviseurs LCD pris seuls font donc nettement mieux, avec une croissance de 6,7% sur la totalité des six premiers mois de l'année. Cette belle performance est notamment le fait des derniers mois, qui affichent respectivement +18,4% et +27,4%. Ce rebond est évidemment le fait de la rencontre d'un événement majeur, la Coupe du Monde de football, avec une situation de marché, des produits innovants proposés à des prix acceptables par les

consommateurs. Ces technologies, l'Oled, l'écran incurvé, les smart TV (67% des téléviseurs vendus sur mai-juin étaient des téléviseurs connectés), l'Ultra-HD, ainsi que l'appétence pour des diagonales d'écran de plus en plus grandes (44% du chiffre d'affaires sur le semestre a été

réalisé sur les écrans de plus de 42 pouces), sont parvenus à susciter le désir... mais pour cela il a fallu baisser les prix fortement.

Audio : une barre en or

Sur le marché de l'audio aussi l'innovation s'est placée au centre de l'activité. Et tout d'abord la barre de son pour accompagner les téléviseurs. La qualité du son a rarement été un argument de vente pour une TV, mais avec la course à l'écran le plus fin, les constructeurs ne peuvent techniquement pas réaliser de progrès dans ce domaine. Il y avait donc une place à prendre, tout le monde ne pouvant pas ou ne souhaitant pas relier son écran à l'amplificateur de sa chaîne stéréo. Depuis le début de l'année, les consommateurs ont donc plébiscité les barres de son, dont les ventes ont grimpé de 63% en valeur, et de 106% en volume. Julien Jolivet, Directeur des marchés audio/HiFi chez GfK estime même les ventes à 400 000 unités sur l'ensemble de l'année. Il faut dire que la barre son est de moins en moins exclusivement dédiée au téléviseur. Équipée en Bluetooth, elle communique avec le smartphone ou la tablette où sont stockées les musiques pour en devenir un nouveau moyen de diffusion dans le foyer. Autre facteur de croissance, le streaming audio, c'est-à-dire le fait que le système audio soit directement relié à Internet, voire qu'il le soit via un smartphone avec lequel il communique en Bluetooth. Enfin, un nouveau marché est en train de prendre de l'importance : celui du multi-room.



GfK

Attention à la valeur

Faut-il d'ailleurs s'en réjouir tant que cela de la baisse des prix sur le marché des téléviseurs ? Car derrière la diminution de prix, on trouve de la destruction de valeur. Est-il économiquement sain que le prix moyen d'un produit, au demeurant un téléviseur haute définition, perde en neuf mois 54% de sa valeur, en passant de 5 000 euros à 2 300 euros ? Le consommateur (enfin, celui qui a su attendre !) est sans doute gagnant, mais le marché est poussé dans une fuite en avant qui aboutit à ce que l'on vende des produits qui n'ont pas de réelle utilité puisque le soft n'est pas là. In fine, un bel écran Oled aux alentours de 1 000 euros aurait sans doute suffi à la satisfaction de l'acheteur...

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 Rousseau 92130,
Issy les Moulineaux, Tél. : +33 (0)1 45 29 18 32



L'important, c'est la (jolie) mobilité

■ **Sur le marché de l'IT, il faut être mobile et élégant, constate GfK.** Car si au global, la demande mondiale pour les produits informatiques s'est stabilisée depuis le début de l'année, les secteurs en croissance sont ceux qui allient mobilité et esthétique. Le marché (mondial) des tablettes poursuit sa croissance (+28%) tandis que celui des PC hybrides explose littéralement, avec près de 150% de croissance. GfK estime que la fin de Windows XP et le remplacement naturel des PC sous Windows 7 a encouragé les consommateurs à se tourner vers de nouveaux types de produits informatiques. Ainsi les ordinateurs de bureau reculent de 7% en volume et les ordinateurs portables traditionnels encore davantage (-12%). En revanche les ultra-portables, les ultra-mobiles et les tout-en-un sont en croissance (respectivement de 2,5 et 4%). Les modèles hybrides ont rencontré un grand succès ce qui fait dire à Tristan Bruchet, de GfK, que « dans des marchés où les taux d'équipement des ménages sont élevés, la frontière est clairement définie dans l'esprit des consommateurs, avec un usage approprié à chaque terminal et à chaque contenu. Cette tendance alimente la volonté des utilisateurs à acheter des appareils supplémentaires. »



> suite de la Une

Deux iPhone et 36 montres

■ **Dans ce qui est le plus gros changement depuis la sortie du premier iPhone, Apple a radicalement changé la taille de son téléphone.** L'iPhone 6 et 6+ sont respectivement dotés de dalles de 4,7 et 5,5 pouces. Un vrai virage à 180 degrés de la part d'une entreprise qui répétait depuis des années que de tels écrans étaient inutilisables. Le design est revu aussi. Nettement moins anguleux il rappelle celui utilisé sur les iPod Touch. Côté spécifications, cette génération inaugure un nouveau processeur A8 présenté comme plus puissant et moins gourmand. Les écrans n'impressionnent guère avec du Full-HD sur le 6+ et un exotique 1334 x 750 pixels sur le 6. Les concurrents haut de gamme font souvent mieux à ce niveau. Encore plus étonnant, la densité en pixels ne progresse pas sur le 6 à 325 points par pouce comme sur le 5S alors que le + progresse à 400 ppp. La photo reste sur un capteur huit mégapixels mais de plus grande taille et doté d'une lentille ouvrant à f/2.2, ce qui devrait être positif pour la photo en basse lumière. L'iPhone 6+ devrait toutefois se débrouiller un peu mieux puisqu'il est stabilisé optiquement contrairement au 6. Cette supériorité du 6+ se confirme au niveau de l'autonomie qui est annoncée comme nettement supérieure sur le modèle le plus grand. Pas sûr que d'être moins bien lotis plaise aux consommateurs qui préfèrent un smartphone plus petit.

Apple Pay

Tous ces changements hardware sont accompagnés par un iOS 8 dont la plus grosse nouveauté est la possibilité de payer en NFC. Apple Pay (c'est son petit nom) permettra d'entrer sa carte de paiement en la prenant en photo et en s'identifiant grâce au lecteur d'empreinte digitale. Apple a signé des accords avec la plupart des grandes banques US et des opérateurs de cartes bancaires. La marque s'est aussi mise d'accord avec de nombreux chaînes locales (McDonald's, Staples, Whole Foods ...) ce qui devrait lui donner un réseau initial de 22 000 magasins. Reste que seuls les Etats-Unis ont été évoqués lors de cette conférence, on ne sait pas si ce service sera annoncé en Europe.

Apple Watch

Comme beaucoup l'avaient soupçonné, la seconde grosse annonce de cette conférence a été celle de



la montre connectée

Apple Watch. Si Apple avait pour le coup réussi à conserver le secret sur les détails, cette montre connectée ne sera pas la révolution que certains attendaient. Le design est effectivement très soigné et la finition de très haut niveau (des variantes en or sont même prévues) mais Apple est clairement soumis aux mêmes contraintes physiques que ses concurrents. L'Apple Watch est épaisse et l'autonomie évoquée est d'environ une journée. Surtout, Apple n'a pas réussi à montrer la « killer app » qui pousserait le grand public à l'acheter. Le logiciel semble comme toujours chez la marque à la pomme très soigné mais d'un point de vue des fonctions, on ne trouve rien de plus que chez Android Wear. Là où l'approche est intéressante, c'est qu'Apple semble avoir compris qu'un modèle unique n'est pas une bonne idée pour un accessoire de mode. Deux tailles d'écrans sont disponibles pour accommoder les petits poignets et il y a trois styles de cadrans au choix (Classique, Sport et Collection). Ajoutez à cela une douzaine de bracelets et vous obtenez 36 combinaisons possibles. La version de base sera vendue 350 euros tandis que la sortie est prévue pour début 2015.





Bouger connecté



Ce n'est plus une expansion, c'est une invasion ! Les appareils connectés sont partout, et notamment à nos poignets.

GfK a réalisé le même sondage dans des pays aussi différents que la Chine, l'Allemagne, la Corée du Sud, le Royaume-Uni et les Etats-Unis sur les critères d'achat d'un appareil électronique mobile connecté. On peut en tirer quelques enseignements. Ainsi, c'est sans surprise que les appareils permettant un suivi de l'activité physique sont d'abord achetés pour un programme de remise en forme, avant l'enregistrement et le suivi des données physiques ou la qualité du sommeil. Parmi les critères d'achat, outre la compatibilité avec le smartphone (premier critère en Allemagne et en Chine par exemple), le prix arrive rapidement, avant la précision par exemple. C'est même le premier critère au Royaume-Uni (28%) et aux Etats-Unis (27%). On retrouve les mêmes critères d'achat pour les montres connectées. Le suivi de l'activité physique est en haut de la liste, avec la santé pour l'utilisation d'une montre, et le prix est le premier critère d'achat (sauf en Chine). Cette prédominance

du critère prix peut faire craindre qu'apparaissent rapidement des montres à bas prix, selon un phénomène bien connu dans le monde de la hi-tech où la destruction de valeur avant même qu'un marché ait pu se développer est monnaie courante.



Les marques techno d'abord

Dans l'ensemble des pays concernés par l'enquête de GfK, les marques technologiques apparaissent comme les fabricants les plus fiables, avant les marques de sport, de la mode ou celle de l'horlogerie. Ainsi, en Corée du Sud, elles seraient le premier choix pour 69% des acheteurs potentiels et pour 54% en Chine, 47% au Royaume Uni et 42% aux Etats-Unis. Naturellement, une observation par tranches d'âge fait apparaître que les jeunes sont davantage attirés par les marques de sport. Il y a là sûrement matière à garder à ces objets une valeur qui profitera à tous, industriels comme distributeurs et permettra d'installer un marché économiquement sain. GfK prévoit un volume de vente de 150 000 pièces pour les montres connectées en 2014.

Montres connectées

	Grande-Bretagne	Etats-Unis	Allemagne
Top 3 envies d'achat			
Traqueur d'activités	28%	29%	25%
L'heure	15%	13%	20%
Système de navigation	10%	-	-
Autres applications	-	10%	-
Téléphoner	-	-	11%
Top 3 critères d'achat			
Prix	27%	30%	20%
Fonctionnalité	13%	12%	20%
Traceur d'activité	11%	11%	13%



Microsoft achète Minecraft 2,5 milliards

Microsoft réduit peut-être ses effectifs dédiés Xbox en Europe, cela ne l'empêche pas de sortir son carnet de chèques quand il s'agit de faire des acquisitions. C'est donc pour la très coquette somme de 2,5 milliards de dollars que le géant américain vient de faire l'acquisition de Mojang, la société qui développe et édite le jeu en ligne Minecraft. Sorti en 2009, le titre conçu par le Suédois Markus Persson, connu aussi sous le pseudonyme de Notch est un univers en ligne dans lequel le joueur évolue (et doit survivre) dans un environnement aléatoire interactif. Très simple d'accès, le jeu permet aux utilisateurs de bâtir leurs propres niveaux, ce qui a largement contribué au développement et à la fidélisation de sa communauté. Développé d'abord sur PC, Minecraft est désormais disponible sur smartphone ainsi que sur les consoles de Sony et Microsoft de septième et huitième génération où il est proposé en version boîte ou dématérialisée. Son succès est phénoménal et les ventes PC auraient dépassé les ventes de World of Warcraft, avec plus de 16 millions d'exemplaires écoulés. Toutes versions confondues, Minecraft serait même le troisième jeu le plus vendu au monde, après Wii Sports de Nintendo et Tetris ! On compte également de nombreux produits dérivés basés sur cette franchise désormais assez incontournable, des T-shirts aux guides de jeu en passant par les figurines. On comprend donc aisément l'intérêt pour Microsoft de mettre la main sur une telle communauté. Mais il faudra désormais se passer des fondateurs de l'entreprise, dont le célèbre Notch, qui ont décidé de ne pas rester. Il s'agit de l'une des plus importantes acquisitions faites par le groupe américain ces dernières années, après la division mobiles de Nokia (plus de sept milliards de dollars) et Skype (plus de huit milliards de dollars).



L'Ombre du Mordor, extension du domaine de Tolkien



Warner Bros prépare un lancement stratégique pour les prochaines semaines avec La Terre Du Milieu : L'Ombre du Mordor, un jeu d'action/aventure développé par le studio Monolith (propriété de Warner) à qui l'on doit des titres comme FEAR ou No One Lives Forever. Outre une

réalisation qui s'annonce impressionnante, le titre a la particularité de reposer sur un univers très populaire, celui du Seigneur des Anneaux, romans écrits par J.R.R. Tolkien et adaptés au cinéma par Peter Jackson. « *L'ambition de Warner est de créer une nouvelle marque mais reposant sur un univers populaire et très riche* », situe Stéphanie Pichon, Marketing manager chez Warner Bros. « *Dans l'esprit de ce que représente aujourd'hui la saga Batman Arkham au sein de la franchise Batman* ». Le scénario (inédit) du jeu prend chronologiquement place entre la fin du Hobbit et le début de La Communauté de l'Anneau ; le joueur est invité à incarner Talion, un rôdeur de la Porte Noire qui voit sa famille exterminée par Sauron. Assassiné lui aussi, il est ramené à la vie par un mystérieux esprit revanchard, le dotant de pouvoirs



(notamment celui de dominer les orcs) qui vont lui permettre de venger sa famille mais aussi d'en savoir plus sur l'origine des fameux Anneaux de pouvoir. Basé sur un monde ouvert figurant un Mordor moins dévasté que dans les films, le jeu a la particularité de proposer une aventure qui se veut toujours singulière, via des ennemis différents d'une partie à l'autre. « *L'un des points forts du jeu est le Nemesis System* », explique Stéphane Lerouyer, Key Account Manager Video Games chez Warner. « *Tout comme les pouvoirs spectraux de Talion dont la téléportation, les attaques à distance et les coups spéciaux* ». Voilà en effet un système qui dote les ennemis d'une mémoire vis-à-vis des actions du joueur, sachant que les rangs de ceux-ci sont dotés d'une hiérarchie évoluée qu'il faudra comprendre pour mieux les infiltrer et les combattre. Si le modèle d'une déclinaison de licence comme Batman Arkham plane au dessus de L'Ombre du Mordor, le blockbuster de Rocksteady a également été une source d'inspiration dans ses combats extrêmement dynamiques et rythmés. Pour soutenir le lancement du jeu, Warner Bros annonce un plan marketing d'un budget de 2,5 millions d'euros, incluant campagne d'affichage, sur Internet, sur les réseaux sociaux, en presse et radio, sans oublier des partenariats avec notamment le site SensCritique. « *En trade, des opérations de théâtralisation sont prévues avec les spécialistes et multi-spécialistes* », développe l'éditeur. La parution du jeu se fera en deux temps, avec tout d'abord les versions PC, PlayStation 4 et Xbox One le 3 octobre puis les



versions PS3 et Xbox 360 le 18 novembre. L'éditeur entend cibler à la fois « *les amateurs de jeux action/aventure entre 18 et 35 ans mais aussi davantage grâce à la popularité de l'univers* » et les « *early adopters* » de consoles next-gen, des plates-formes très importantes pour ce titre. Warner Bros annonce une première mise en place de 140 000 exemplaires du jeu en day one, sachant que les deux consoles de nouvelle génération et le PC en représentent la majorité, 90 000 pièces. Rappelons que l'univers Seigneur des Anneaux aura une jolie actualité en fin d'année, avec la sortie en salles le 10 décembre du film Le Hobbit : La Bataille des Cinq Armées, réalisé par Peter Jackson, mais aussi la publication en vidéo de la version longue de Le Hobbit : La Désolation de Smaug le 12 novembre.



GTA 5

sur les nouvelles consoles cette année

■ Si un doute a pu planer ces dernières semaines, Rockstar Games confirme bien la sortie des versions PlayStation 4 et Xbox One pour cette fin d'année, le 18 novembre. Outre un lifting graphique, ces nouvelles versions du jeu phénomène sur PS3 et Xbox 360 comprendront, selon l'éditeur, de nouvelles activités, armes ainsi que des véhicules supplémentaires, sans oublier entre autres une circulation plus dense. De nouvelles radios vont aussi être implémentées, avec plus d'une centaine de chansons supplémentaires à la clé. GTA V sera également adapté sur PC, cette version étant prévue quant à elle pour le 27 janvier 2015.



Saints Row, Diaboliquement vôtre

Saints Row, le jeu d'action en monde ouvert de Deep Silver va connaître une belle activité en janvier prochain. Un an après la sortie du

remarqué et plus décalé que jamais Saints Row IV sur PC, PS3 et Xbox 360, Deep Silver annonce en effet l'arrivée du titre sur les consoles de nouvelle génération via une nouvelle édition offrant des graphismes optimisés ainsi que l'intégralité des DLC et aventures additionnelles proposées depuis la sortie. Saints Row IV Re-elected sera publié en version physique et dématérialisée le 29 janvier, sur PC, PlayStation 4 et Xbox One. Loin de s'arrêter là, le studio Deep Silver Volition prépare actuellement une nouvelle extension pour le jeu, Gat Out of Hell. Cette

extension « stand alone » (ne nécessitant pas de posséder le titre original) proposera, après les mésaventures avec des voyageurs d'une autre planète dans le jeu original, de retrouver les Saints aux prises avec... le Diable ! Toujours plus parodique, l'univers de Saints Row va donc se teinter de surnaturel et permettre de croiser « des célébrités historiques, de vieux amis, une arme qui parle... » comme le souligne le studio de développement. Sans oublier les ailes dont semble affublé le héros sur certaines images du jeu ! Cette extension indépendante sera publiée également le 29 janvier, sous forme physique sur PC, PS3 et Xbox 360 et en version dématérialisée sur les consoles de nouvelle génération.



Watch Dogs L'aventure continue



Le jeu d'action/aventure en monde ouvert d'Ubisoft,

vendu à plus de huit millions d'exemplaires dans le monde depuis sa sortie fin mai, va accueillir une nouvelle extension à télécharger à la fin du mois. Ce qui représente toujours un moment opportun pour remettre en avant le jeu original en magasins. Intitulée Bad Blood, celle-ci comprendra une nouvelle campagne solo

mettant en scène le personnage de T-Bone (sur une dizaine de missions), un mode coopération ainsi que de nouveaux défis. Cette extension sera en vente en ligne le 30 septembre et fera partie du season pass du titre. Enfin, on apprend qu'Ubisoft confirme la parution de la version Wii U du jeu original, dont la date de sortie est fixée au 20 novembre. Développée par Ubisoft Bucarest en collaboration avec Ubisoft Montréal, cette version du titre exploitera les particularités du Gamepad pour autoriser l'affichage de la carte ou encore permettre de jouer directement sur l'écran déporté.

Compiles thématiques chez Square Enix

Square Enix annonce deux compilations incluant chacune trois jeux autour d'une thématique commune, attendues pour le 31 octobre sur PS3 et Xbox 360. Le pack Infiltration comprendra ainsi Hitman Absolution, Deus Ex Human Revolution et Thief, tandis que le pack Action regroupera Tomb Raider, Sleeping Dogs et Just Cause 2. Ces compilations d'excellente tenue seront commercialisées à 39,99 euros.



NBA 2K15 La piste aux étoiles



Pharell Williams, Shaquille O'Neal, Kevin Durant, l'Euroleague... L'édition 2015 de la simulation de basket de Take Two Interactive Software revient à grand renfort de stars ! Si l'auteur de « Happy » se contente d'élaborer l'ambiance musicale du jeu, Shaquille O'Neal (accompagné du célèbre commentateur américain Ernie Johnson) interviendra avant chaque match (on parle de plus de 400 scénarii) afin de renforcer l'immersion du joueur. Toujours de ce point de vue (et à la manière de Fifa 15), la foule interagit mieux en fonction du déroulement du match tout comme les... cheerleaders ! Les joueurs européens seront également ravis d'apprendre la présence de l'intégralité des 25 équipes de l'Euroleague (contre 14 l'an dernier) mais sans encore un mode de jeu dédié. Enfin, c'est la superstar du Thunder d'Oklahoma City et MVP 2014 Kevin Durant qui orne la jaquette du jeu. NBA 2K15 est prévu pour le 10 octobre sur PS4, PS3, Xbox One, Xbox 360 et PC.

UN MEILLEUR USAGE DE LA MOBILITÉ



EMTEC signe son entrée dans les accessoires mobiles avec une famille complète et cohérente de produits qui allient design, technologie et qualité. La volonté de la marque d'innover en repensant les usages des produits technologiques courants s'illustre par le label « Use Project », démarche qui s'applique aujourd'hui à une douzaine d'accessoires

dédiés à la mobilité. De la bagagerie aux écouteurs Bluetooth en passant par les power banks, cette première collection d'accessoires nomades est signée Cédric Ragot, célèbre designer français qui met l'accent sur la technologie décomplexée, abordable, masquée par l'objet. Une approche en parfaite adéquation avec celle d'EMTEC.

Power Clip™
Cette batterie de secours bénéficie d'une capacité de 2 600 mAh et est compatible avec tous les smartphones (lightning & micro USB).



Power Connect™
Plus qu'un simple power bank (5 200 mAh), également un appareil Wi-Fi pour partager vos fichiers on-the-go. Fonctionne avec une application gratuite EMTEC Connect disponible sur l'App Store et Android Market.



Ninety Cable™
Avec un connecteur à 90° pour une connexion facile même dans des endroits difficiles d'accès, ce câble plat supporte jusqu'à 2.4 Amp de charge. Deux versions disponibles : lightning & micro USB.



Roll Charger™ Ce chargeur mural est équipé de prises internationales interchangeables et de deux ports USB (2 x 2.4 Amp) permettant de recharger simultanément jusqu'à deux tablettes. Un astucieux compartiment permet d'enrouler des câbles autour du Roll Charger et supprime le risque d'emmêlement.



Power Tree™
Original, ce chargeur de voiture (3.4 Amp) permet de recharger une tablette et un smartphone en même temps.



Stay Earbud Wireless™
Le Bluetooth et la batterie sont regroupés dans une minicapsule libérant de l'espace pour optimiser l'expérience musicale avec des transducteurs de 9.2mm (Bluetooth aptX) et un design élégant. Micro intégré et télécommande universelle à 3- boutons pour les appareils iOS, Android et Windows. Un câble plat qui ne s'emmêle pas. Les écouteurs sont aimantés pour être attachés autour du cou.



Power Pouch™
La batterie de secours de 6 000 mAh est intégrée dans une pochette dans laquelle se range le smartphone pendant la recharge. Un port USB supplémentaire est situé sur la batterie pour recharger un deuxième appareil mobile. Compatible lightning & micro USB.



The Travelers™
Quatre sacoches accueillent respectivement un iPad mini, un iPad Air, un laptop de 13 et 15 pouces.



Stay Earbud™
Une expérience sonore optimisée avec des transducteurs de 9.2mm. Micro intégré et télécommande universelle à 3-boutons pour les appareils iOS ou micro et télécommande à 1-bouton pour les appareils Android et Windows. Un câble plat qui ne s'emmêle pas. Les écouteurs sont aimantés pour être attachés autour du cou.



Découvrez nos nouveaux modèles de présentoirs Useproject.



Présentoir de sol Charging



Présentoir de comptoir Charging, version Android ou Apple



Présentoir de sol gamme Use Project

Alien Isolation frayeur spatiale



En 1979, le réalisateur anglais Ridley Scott révolutionne littéralement le cinéma de science-fiction et d'horreur avec *Alien, le Huitième Passager*, un huis-clos proprement terrifiant.

Trente-cinq ans après, si cette idée d'un monstre extra-terrestre arpétant les coursives d'un vaisseau spatial pour trucider son équipage semble être un sujet idéal pour le jeu vidéo, bien rares ont été jusqu'ici les adaptations à la hauteur de ce film culte. La faute dans la plupart des cas à une action prédominante, coupant court à cette sensation de peur suintant de chaque plan du film de Ridley Scott. Avec le studio britannique The Creative Assembly (*Total War*) aux commandes d'*Alien Isolation*, Sega entend bien renverser la tendance et proposer enfin un jeu renouant avec le grand frisson du film original. « *Alien Isolation est le jeu vidéo qui respecte le plus l'ambiance du film de Ridley Scott à ce jour* », estime en effet Paul Latrasse, Chef de produits chez Koch Media France, qui distribue le jeu en France. Quinze ans après les événements du long-métrage de 1979, le joueur incarne Amanda Ripley, fille de l'héroïne du long-métrage original, qui se rend sur la station spatiale Sevastopol pour recueillir des données sur la disparition de sa mère. Bien évidemment, la terrifiante créature a déjà envahi les lieux et Amanda va devoir lui faire face, ainsi qu'à de mystérieux androids mal intentionnés. S'il ne reprend pas le scénario du long-métrage, *Alien Isolation* entend en revanche en respecter à la lettre l'atmosphère étouffante avec un Alien diablement menaçant opposé à un personnage principal disposant de moyens très limités pour le combattre. « *Ce respect du film original, on le retrouve tout*



d'abord dans ce huis clos claustrophobique avec un unique Alien, qui dégage une vraie tension », développe Paul Latrasse. « On reconnaît également le décor très « lo-fi » spécifique au film, avec cette manière propre à la fin des années 70 d'imaginer le futur avec par exemple des moniteurs à tube de grande taille ! Les éléments qui ont été créés pour *Alien Isolation* ont également été pensés dans ce sens, de même que l'éclairage dans le jeu qui contribue à cette ambiance très particulière ». Ennemi implacable du joueur, l'Alien aura heureusement quelques points faibles, dont la crainte du feu, sur lesquels Amanda pourra compter pour espérer s'en réchapper. « Elle pourra également chercher à le berner en élaborant des leures ». Plusieurs dizaines d'années après la sortie du film, l'heure est peut-être enfin venue de pouvoir

revivre derrière sa manette (et le confort de son salon) ces inoubliables courses-poursuites dans les coursives d'une lugubre et hostile station spatiale. Pour toucher au public visé par le titre de Sega (gamers et/ou fans de cinéma), Koch Media déploie un dispositif marketing conséquent avec de la visibilité en TV (10 millions de contacts en chaînes TNT et cabsat), sur Internet ainsi qu'en presse (jeux vidéo et cinéma). Un partenariat a été signé avec NRJ avec sponsoring d'émissions notamment. Pour le 8 octobre, Fox Vidéo a annoncé la parution d'un coffret spécial 35ème anniversaire du film, en édition limitée, regroupant les quatre long-métrages de la saga ainsi que différents objets en hommage à H.R. Giger, l'artiste récemment disparu qui avait conçu le design mémorable du monstre.



Bayonetta sort le grand jeu



Attendu de pied ferme par les amateurs de jeux d'action, *Bayonetta 2* profite d'un traitement particulier de la part de Nintendo, désireux à l'évidence de soigner ce titre exclusif à la Wii U. A sa sortie le 24 octobre, le jeu d'action de Platinum Games (*The Wonderful 101*, *Metal Gear Rising Revengeance*) sera proposé sous trois formes : une édition standard, une édition spéciale regroupant *Bayonetta 2* et le premier volet (paru en 2010 sur PS3 et Xbox 360) ici adapté sur Wii U et doté de quelques ajouts comme des tenues pour l'héroïne inspirées de personnages Nintendo. Et enfin, une Première Edition, exclusive au marché européen, qui regroupera les deux jeux dans un boîtier spécial (finition similicuir selon Nintendo), garni d'un Artbook sur le nouveau jeu. Attention les yeux !



Alien Isolation frayeur spatiale



En 1979, le réalisateur anglais Ridley Scott révolutionne littéralement le cinéma de science-fiction et d'horreur avec *Alien*, le Huitième Passager, un huis-clos proprement terrifiant.

Trente-cinq ans après, si cette idée d'un monstre extra-terrestre arpentant les couloirs d'un vaisseau spatial pour trucider son équipage semble être un sujet idéal pour le jeu vidéo, bien rares ont été jusqu'ici les adaptations à la hauteur de ce film culte. La faute dans la plupart des cas à une action prédominante, coupant court à cette sensation de peur suintant de chaque plan du film de Ridley Scott. Avec le studio britannique The Creative Assembly (Total War) aux commandes d'*Alien Isolation*, Sega entend bien renverser la tendance et proposer enfin un jeu renouant avec le grand frisson du film original. « *Alien Isolation* est le jeu vidéo qui respecte le plus l'ambiance du film de Ridley Scott à ce jour », estime en effet Paul Latrasse, Chef de produits chez Koch Media France, qui distribue le jeu en France. Quinze ans après les événements du long-métrage de 1979, le joueur incarne Amanda Ripley, fille de l'héroïne du long-métrage original, qui se rend sur la station spatiale Sevastopol pour recueillir des données sur la disparition de sa mère. Bien évidemment, la terrifiante créature a déjà envahi les lieux et Amanda va devoir lui faire face, ainsi qu'à de mystérieux androids mal intentionnés. S'il ne reprend pas le scénario du long-métrage, *Alien Isolation* entend en revanche en respecter à la lettre l'atmosphère étouffante avec un Alien diablement menaçant opposé à un personnage principal disposant de moyens très limités pour le combattre. « *Ce respect du film original, on le retrouve tout*



d'abord dans ce huis clos claustrophobique avec un unique *Alien*, qui dégage une vraie tension », développe Paul Latrasse. « On reconnaît également le décor très « lo-fi » spécifique au film, avec cette manière propre à la fin des années 70 d'imaginer le futur avec par exemple des moniteurs à tube de grande taille ! Les éléments qui ont été créés pour *Alien Isolation* ont également été pensés dans ce sens, de même que l'éclairage dans le jeu qui contribue à cette ambiance très particulière ». Ennemi implacable du joueur, l'Alien aura heureusement quelques points faibles, dont la crainte du feu, sur lesquels Amanda pourra compter pour espérer s'en réchapper. « Elle pourra également chercher à le berner en élaborant des leures ». Plusieurs dizaines d'années après la sortie du film, l'heure est peut-être enfin venue de pouvoir revivre derrière sa manette (et le confort de son salon) ces

inoubliables courses-poursuites dans les couloirs d'une lugubre et hostile station spatiale. Pour toucher au public visé par le titre de Sega (gamers et/ou fans de cinéma), Koch Media déploie un dispositif marketing conséquent avec de la visibilité en TV (10 millions de contacts en chaînes TNT et cabsat), sur Internet ainsi qu'en presse (jeux vidéo et cinéma). Un partenariat a été signé avec NRJ avec sponsoring d'émissions notamment. Pour le 8 octobre, Fox Vidéo a annoncé la parution d'un coffret spécial 35ème anniversaire du film, en édition limitée, regroupant les quatre long-métrages de la saga ainsi que différents objets en hommage à H.R. Giger, l'artiste récemment disparu qui avait conçu le design mémorable du monstre. *Alien Isolation* sort le 7 octobre sur PC, PS4, PS3, Xbox One et Xbox 360.



Bayonetta sort le grand jeu

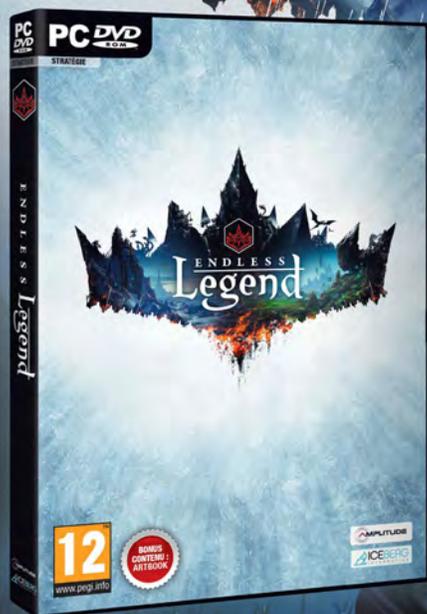


Attendu de pied ferme par les amateurs de jeux d'action, *Bayonetta 2* profite d'un traitement particulier de la part de Nintendo, désireux à l'évidence de soigner ce titre exclusif à la Wii U. A sa sortie le 24 octobre, le jeu d'action de Platinum Games (The Wonderful 101, Metal Gear Rising Revengeance) sera proposé sous trois formes : une édition standard, une édition spéciale regroupant *Bayonetta 2* et le premier volet (paru en 2010 sur PS3 et Xbox 360) ici adapté sur Wii U et doté de quelques ajouts comme des tenues pour l'héroïne inspirées de personnages Nintendo. Et enfin, une Première Edition, exclusive au marché européen, qui regroupera les deux jeux dans un boîtier spécial (finition similicuir selon Nintendo), garni d'un Artbook sur le nouveau jeu. Attention les yeux !



JEU DE STRATÉGIE 4X EN TOUR PAR TOUR DANS UN UNIVERS D'HEROÏC-FANTASY :
EXPLORATION - EXPANSION - EXPLOITATION - EXTERMINATION

CRÉEZ VOTRE PROPRE LÉGENDE



"Un vrai régal de fantasy 4X avec de l'exploration, des quêtes, des combats et toutes les choses sympas que l'on attend d'un grand jeu de stratégie 4X."

SPACEGAMEJUNKIE

"Un jeu très sympa qui se fait remarquer par son propre style distinctif."

USGAMER.NET

9,6/10

METACRITIC

(note des utilisateurs)

16/20

JEUXVIDEO.COM

(note des lecteurs)



**DISPONIBLE DANS VOS RAYONS
LE 19 SEPTEMBRE 2014**



Entretien avec

Laure Bernou,
Responsable marketing jeux
et e-commerce chez Disney France

Après avoir pris position l'année dernière sur le **marché du jouet vidéo** avec **Disney Infinity**, le groupe Disney propose aujourd'hui une **nouvelle version du titre** tout en accueillant les **super-héros** de l'écurie **Marvel**. Le **point** sur cette gamme et le lancement de la nouvelle version avec **Laure Bernou, Responsable marketing jeux et e-commerce** chez Disney France. *Par Patrick Hellio*



Disney

Les super-

JDLI : Après un an d'exploitation, quel bilan dressez-vous des performances de Disney Infinity ?

Laure Bernou : Le bilan est très positif car Disney Infinity a su se faire une place sur le marché en plein essor du jouet connecté. C'était évidemment un challenge, comme toujours lorsque l'on lance une nouvelle franchise, mais nous avons pu nous appuyer sur les personnages Disney, très populaires auprès du public et le fait que ce jeu permette pour la première fois d'en réunir autant dans un même univers. Aujourd'hui, nous décomptons plus de trois millions de packs de démarrage vendus à travers le monde. Un autre chiffre qui nous est cher est celui des 10 millions de Toy Box échangées en ligne par les joueurs depuis le lancement du titre, signe d'une forte communauté qui s'est développée.

Comment ce titre est-il travaillé dans les magasins ? Votre stratégie trade marketing va-t-elle être modifiée avec la sortie de Infinity 2.0 ?

Les dispositifs magasins qui ont été mis en place au lancement de Disney Infinity ont beaucoup contribué à son succès. C'est typiquement le genre de produit qui gagne beaucoup à être pris en main par le public pour qu'il se rende compte par lui-même de son mode de fonctionnement. Les bornes « Interactive Display Units » que nous avons déployées, avec écran intégré et système d'identification des figurines qui en sont rapprochées pour déclencher la vidéo correspondante, ont joué un rôle conséquent dans le dispositif de

communication depuis l'année dernière. Ce sont des emplacements pérennes, qui restent en rayons toute l'année. Les cartes graphiques des bornes vont être mises à jour pour accompagner la sortie de Disney Infinity 2.0. Globalement, nous sommes très satisfaits de l'accueil qui a été fait par la distribution à Disney Infinity, avec un effort observé par les différents canaux de distribution pour mettre en avant la gamme. Y compris chez les e-retailers où des shop in shop ont été mis en place dès que possible.

Peut-on comparer le rythme de vie d'un titre comme Disney Infinity avec un jeu « gamer » ? Quels sont les temps forts pour les ventes ?

Contrairement à ce que l'on observe avec les jeux vidéo traditionnels, on sait que les ventes de jouets connectés sont davantage lissées tout au long de l'année. Nos bornes interactives restent en rayons toute l'année et Disney Infinity a profité d'une actualité continue au fil des mois via la sortie de nouvelles figurines. Elles contribuent à entretenir le buzz autour du jeu mais aussi de rebondir sur les grandes actualités du groupe Disney, que ce soit la sortie d'un film en salles ou un lancement de DVD/Blu-ray. Avec l'arrivée de l'univers Marvel dans Disney Infinity 2.0, on peut bien sûr prédire par exemple que l'arrivée en salles de *Avengers 2 : Age of Ultron* en avril 2015 sera un prochain temps fort pour Disney Infinity. En novembre, sera publié par ailleurs le Pack Toy Box Combo, basé également sur le logiciel Disney Infinity 2.0 mais s'adressant davantage aux fans de licences Disney plus traditionnelles, avec les figurines de *Stitch* et *Merida*.

Quelles sont à ce jour les figurines les plus vendues en France ?

Elles sont justement intimement liées à l'actualité des franchises du groupe. Avec la sortie en salles de *Monstres Academy* à l'été 2013 puis en vidéo en novembre, le personnage de Mike a été l'un des grands succès de la gamme. Les personnages tirés du long-métrage *La Reine des Neiges* (sortie en salles fin 2013, en vidéo en avril dernier, ndlr) ont également très bien fonctionné. Et puis, évidemment, on retrouve en fil rouge parmi les meilleures ventes de figurines les personnages issus de *Cars*, qui est une licence incontournable dans le domaine des produits dérivés.

Quel public constitue votre cœur de cible sur Disney Infinity ? Cela va-t-il évoluer avec la sortie de Disney Infinity 2.0 : Marvel Super Heroes ?

D'après les études que nous avons menées, le cœur de cible de Disney Infinity se situe à la fois chez les enfants entre 6 et 12 ans, ainsi bien sûr qu'auprès du public familial puisque le jeu est souvent pratiqué accompagné des parents. Avec Disney Infinity 2.0 Marvel Super

Versions spéciales sur PlayStation

Disney ayant signé un partenariat avec Sony Computer, c'est sur les deux consoles PlayStation que l'on pourra trouver une édition collector de Disney Infinity 2.0 Marvel Super Heroes.

Proposée en tirage limité, celle-ci comprendra, en plus de la configuration standard, les personnages de Hawkeye et Hulk, ce dernier étant ainsi disponible plusieurs semaines avant sa sortie officielle. Ces éditions collector disposeront par ailleurs d'une base spéciale, mettant en scène l'un des ennemis des Avengers.



Disney Infinity 2.0

Les héros débarquent

Heroes, nous restons sur ces deux mêmes cibles mais le fait d'aborder l'univers des super-héros va permettre d'élargir l'audience vers les joueurs sensiblement plus âgés, jusqu'à 14 ans environ. Ensuite, il y a également tout le public des collectionneurs de produits Marvel qui vont pouvoir se greffer, et là, il n'y a aucune limite d'âge !

Disney Infinity 2.0 marque l'arrivée de la série sur les consoles de nouvelle génération. Qu'apportent ces versions à un titre comme celui-ci ?

En plus d'une réalisation qui profite naturellement de la puissance de la PlayStation 4, la Xbox One et la Wii U, le jeu se prête parfaitement à la dimension très connectée de ces consoles en proposant un partage immédiat et très aisé des créations et Toy Box entre joueurs. Nous observons une grande curiosité pour ces versions nouvelle génération de la part de la presse et elles devraient également avoir de l'attrait auprès du public familial.

Comment s'articule votre campagne marketing autour de Disney Infinity 2.0 ?

Nous déployons un important dispositif en télévision avec un objectif de 1800 GRP, via deux vagues



successives d'un mois en chaînes hertziennes et cabsat. La première est lancée le 17 septembre à la sortie du jeu, la seconde le 12 novembre. Sur les chaînes du groupe Disney, le plan a démarré dès le 18 août et se prolongera jusqu'au 4 janvier. Sur Internet, une première campagne va viser au lancement les enfants via la catch-up TV et Youtube, puis une seconde sera ensuite davantage orientée vers les parents qui préparent les achats de fin d'année. Le jeu va bien sûr être également fortement soutenu sur les réseaux sociaux avec un plan sur Facebook et Twitter. En presse enfants, le titre sera présent dans les magazines Disney, mais aussi Mon Quotidien et Air For Kids. Disney a mis en place un partenariat avec Yahoo autour du titre. Disney Infinity a la chance de compter un réseau communautaire déjà très important. Le fait que le gagnant du concours mondial de Toy Box soit un Français va nous permettre de communiquer sur cet aspect.

Quel regard portez-vous globalement sur le marché du « jouet vidéo » ?

Nous sommes à l'évidence sur un secteur de marché très dynamique avec une offre de plus en plus riche chaque année. Les différentes propositions semblent pouvoir tout à fait cohabiter puisque les capacités dont sont dotées les figurines sont différentes et propres à chaque éditeur. Il s'agit également d'univers bien distincts. En ce qui nous concerne, Disney Infinity 2.0 apporte une nouvelle dimension en permettant aux caractéristiques des personnages d'évoluer et d'en faire des figurines uniques pour chaque joueur, avec donc un soupçon d'aspect « jeu de rôle » plus développé qui vient enrichir l'expérience. Et va permettre de sensiblement élargir la cible du jeu.

En rayons le 18 septembre

Ce sont 18 nouvelles références qui arrivent en magasins avec Disney Infinity 2.0 Marvel Super Heroes. On trouve tout d'abord les sept versions du pack de démarrage (PS4 et PS3 en versions standards et collector, Xbox One, Xbox 360, Wii U), ainsi que deux packs aventure : Gardiens de la Galaxie et Spider-man, incluant chacun deux figurines et une aventure. Huit nouvelles figurines sont également commercialisées de manière indépendante. Des pack de Power Discs sont également mis en vente. L'expérience Disney Infinity est également disponible sur tablettes et smartphones iOS ainsi que sur PC en ligne.

Les héros prennent vie

À la rentrée 2013, Disney Infinity arrivait en magasins et se positionnait sur le secteur du jouet vidéo, un genre propulsé par le succès fulgurant du Skylanders d'Activision Blizzard. Si le jeu de Disney, développé par le studio Avalanche Software, repose sur un principe comparable (des figurines physiques embarquant une puce NFC interagissent avec le jeu vidéo via un portail dédié), il a cette particularité de reposer sur des franchises historiquement connues (Pirates des Caraïbes, Monstres Academy, Mickey, Cars...) dont les personnages se croisent pour la première fois dans un univers commun. Une fois le pack de démarrage acheté, des personnages, aventures et pouvoirs additionnels sont proposés. Le titre se démarque par son mode Toy Box qui permet au joueur de créer ses propres univers en mariant personnages et décors. Avec Disney Infinity 2.0 Marvel Super Heroes, le jeu accueille les figurines de super-héros de l'écurie Marvel (propriété du groupe Disney), des histoires écrites sur-mesure mais aussi une nouvelle version de la Toy Box, plus facile d'utilisation et permettant par exemple de personnaliser l'intérieur des bâtiments. De nouveaux Power Discs sont proposés, permettant de débloquer des costumes, attaques et personnages alliés secondaires (Iron Patriot, Soldat de l'Hiver) mais aussi des véhicules. Les possesseurs de figurines, power discs et aventures du premier Disney Infinity pourront les utiliser à nouveau dans Disney Infinity 2.0. Aujourd'hui, le groupe Disney a principalement recentré ses activités dans la production de jeux vidéo autour de cette franchise et de jeux sur mobiles.



Sherlock Holmes

L'enquête nouvelle génération

Le 30 septembre, le célèbre détective privé imaginé par Arthur Conan Doyle va reprendre du service sur nos consoles et PC dans une aventure inédite comportant pas moins de six enquêtes, *Crimes and Punishments*. Un volet important dans la longue saga *Sherlock Holmes* signée Frogwares, qui marque l'arrivée de la série sur consoles de nouvelle génération mais aussi l'utilisation du moteur Unreal Engine 3. Un titre ambitieux, qui entend renouveler la manière de mettre le joueur dans la peau du détective, tout en conservant les fondamentaux d'une série déjà bien installée.

Par Patrick Hellio

Depuis 12 ans, le studio Frogwares développe des jeux d'aventure basés sur le personnage d'Arthur Conan Doyle. Et depuis douze ans, le studio basé en Ukraine s'attèle au difficile défi de placer le joueur dans la peau de Sherlock Holmes, personnage aussi brillant que mystérieux et parfois insondable, quand il n'est pas hermétique voire antipathique dans ses rapports aux autres. Le fidèle (et souvent brimé) Docteur Watson peut d'ailleurs en témoigner ; la relation entre les deux personnages, diamétralement opposés, est d'ailleurs un ressort essentiel de l'univers de Sherlock Holmes. Des premiers jeux d'aventure sur PC, dans la plus pure tradition « point and click » jusqu'à l'arrivée progressive sur consoles, le *Sherlock Holmes* de Frogwares a constamment évolué et illustré la volonté du studio de se rapprocher de l'essence du fameux personnage. Si le look de Holmes évolue, la technique

des jeux également, avec d'abord des décors figés puis une réalisation en 3D plus dynamique (avec possibilité de passer en vue subjective). Un point d'orgue avait été atteint avec *Le Testament de Sherlock Holmes*, en 2012 (PC, Xbox 360, PS3), dernier jeu en date, dans lequel le détective était suspecté de meurtre et s'opposait à Scotland Yard. Un scénario adroit puisque tout en faisant l'enquête, le joueur en venait à douter de Sherlock Holmes lui-même dans cet épisode introspectif présentant une vision plus noire et ambiguë du personnage. Une approche en fait complémentaire avec la manière dont le cinéma et la télévision se sont eux-mêmes réappropriés le personnage ces cinq dernières années.



Elémentaire, mon cher Frogwares

Avec Crimes and Punishments, Frogwares poursuit cette ambition de donner au joueur la sensation de littéralement incarner Sherlock Holmes, en réalisant les fameuses déductions qui font la signature du personnage, présenté ici sous son visage le plus moderne. Pas une mince affaire certes, mais le studio a désormais une belle expertise sur le sujet, une nouvelle technologie (Unreal Engine 3 d'Epic a été privilégié au moteur maison) et développe aussi de nouveaux procédés de gameplay pour reproduire le système de réflexion et d'observation propre au détective de Baker Street. Le studio annonce 14 mécaniques de jeu pensées dans ce sens, depuis la séquence d'observation d'un protagoniste pour en découvrir bien plus qu'il ne veut le dire lors d'un interrogatoire jusqu'à la reconstitution d'une scène passée en observant un lieu de crime, sans oublier des choix moraux que le joueur devra prendre au cours des six enquêtes au programme (avec pour chacune cinq suspects prévus). Des caractéristiques propres au fameux détective comme sa faculté à se déguiser devraient également être davantage mises en valeur dans le nouveau titre. Avec neuf fins possibles annoncées par affaire, le joueur devra bien réfléchir et examiner les indices en sa possession avant de lancer



une accusation, les erreurs étant évidemment lourdes de conséquences. Sherlock Holmes : Crimes & Punishments est attendu pour le 30 septembre sur PC, PlayStation 4, PS3, Xbox One et Xbox 360.

Questions à



Cédric Lagarrigue,
Directeur général de
Focus Home Interactive

JDLI : A combien s'élèvent en France les ventes de la série Sherlock Holmes ? Quel est à ce jour le best seller ?

Cédric Lagarrigue : La série a débuté sur PC en 2000, il y a eu depuis six épisodes de la franchise, portés sur PC, consoles de salon et consoles portables. Focus ayant démarré son partenariat avec le studio Frogwares, développeur du jeu, à partir du troisième épisode, il est difficile de donner un chiffre précis, mais entre le retail et le digital, ce sont des centaines de milliers d'exemplaires qui ont été vendus en France. Le dernier titre, Le Testament de Sherlock Holmes, sorti simultanément sur PC, PS3 et Xbox 360 s'est vendu en France en magasin et digital à plus de 40 000 exemplaires.

Quel public cible aujourd'hui cette saga ? Avec les évolutions du gameplay, peut-on toujours définir le titre comme un jeu d'aventure ?

Le public de Sherlock Holmes a bien changé ces dernières années car la licence Sherlock Holmes a énormément gagné en attractivité grâce au succès des derniers films (réalisés par Guy Ritchie, ndlr) ou encore de la série TV Sherlock. Avec le studio Frogwares, nous avons décidé de moderniser la série dès le précédent opus pour coller à la nouvelle image de Sherlock Holmes, tout en prenant soin toutefois de ne pas tomber dans la caricature. Le gameplay point & click des débuts a laissé sa place à un gameplay plus moderne, adapté aux consoles, à la manière de ce que l'on a pu voir sur des jeux comme L.A. Noire ou The Walking Dead. Le Sherlock Holmes de Frogwares est différent de celui proposé récemment au cinéma ou à la télévision, il est plus proche des romans de Conan Doyle, mais le traitement et la réalisation de Crimes & Punishments collent davantage à ce que les joueurs sont en droit d'attendre d'un jeu Sherlock Holmes aujourd'hui. Le titre apporte également quelques nouvelles features jamais vues dans un jeu vidéo qui conviennent parfaitement à l'aspect investigation du jeu. Ce n'est plus un jeu d'aventure comme l'étaient les premiers opus de la série, mais un pur jeu d'investigation. Cela nous permet de toucher aussi bien les gamers qu'un public plus occasionnel qui aime réfléchir, apprécie les scénarios solides et les aventures originales.

C'est la première fois qu'un épisode de la série sort simultanément sur autant de machines. Cela change-t-il votre manière de travailler le lancement ?

Bien sûr, tout d'abord le fait d'être présent sur cinq plates-formes au lancement augmente de manière significative les perspectives de ventes et par rebond

permet au titre de bénéficier d'un soutien marketing et de moyens beaucoup plus importants pour son lancement. Le jeu a également suscité beaucoup plus d'intérêt de la part de la presse internationale que s'il n'avait été proposé que sur PC. Crimes & Punishments a pu ainsi être présenté à la presse du monde entier, lors de press tour locaux ou encore pendant les principaux salons internationaux (E3 et gamescom). Nous pilotons de France une sortie simultanée mondiale, avec coordination importante sur tous les territoires, des actions croisées avec nos agences RP et distributeurs. Enfin nous avons bénéficié de mises en avant régulières de la part des consociers au niveau international via leurs sites, newsletters, services en ligne ou réseaux sociaux. Tout cela a contribué à faire franchir un véritable cap à la franchise, à la hauteur des efforts qui ont été réalisés sur ce nouvel épisode qui marque une étape importante pour celle-ci.

Qu'apportent les consoles de nouvelle génération à ce titre ?

Il y a un écart important au niveau graphique par rapport à ce qui est proposé sur la précédente génération de consoles. Les consoles next-gen permettent au jeu d'afficher des graphismes en très haute résolution et de profiter de tous les efforts réalisés sur les personnages, les animations faciales, ou encore les décors ultra détaillés du jeu. Tout cela renforce l'immersion du jeu mais Crimes & Punishments reste très agréable sur Xbox 360 et PS3.

Quel plan marketing mettez-vous en place au lancement du jeu ?

Le lancement sera soutenu par une campagne TV de 15 jours sur les principales chaînes de la TNT, une campagne Web, une forte présence sur les réseaux sociaux et du print.

FIFA 15



FEEL THE GAME*

* RESSENTEZ LE JEU



GARDIENS NOUVELLE GÉNÉRATION

Les gardiens ont été entièrement repensés pour FIFA 15. Découvrez plus de 50 nouvelles animations sur les arrêts, une IA améliorée, des réflexes, une modélisation plus réaliste des gardiens et de nouvelles parades.



TERRAINS DYNAMIQUES

Les stades prennent vie et retranscrivent toute l'émotion que seul le football peut véhiculer. La surface du terrain se dégrade au fil des minutes, des tacles et des courses des joueurs et des mottes de terre sont même visibles sur la pelouse. Les drapeaux des poteaux de corner bougent, le montant des buts tremble et les publicités lumineuses donnent vie à FIFA 15.



REPRÉSENTATION RÉALISTE DES JOUEURS

Le joueur de football nouvelle génération est là. Les visages sont représentés avec un niveau de détails incroyable et le gabarit des footballeurs est retranscrit de manière fidèle. Le mouvement dans les maillots est plus réaliste et ces derniers évoluent avec le temps et à mesure que la pelouse se dégrade.



FIFA 15 ULTIMATE TEAM

PLUS DE
3 MILLIONS
DE MATCHS JOUÉS
CHAQUE JOUR

LE MODE
LE PLUS JOUÉ
D'EA SPORTS FIFA

**15 NOUVELLES
LÉGENDES**
EXCLUSIVEMENT
SUR XBOX

EA Coach CLUB

VOTRE NOUVEAU PROGRAMME DE FORMATION EXCLUSIF

eacoachclub.fr



« C'EST UN RÉGAL
QUESTION SENSATIONS »



« QUAND ON AIME LE FOOTBALL
ON NE PEUT QU'APPRÉCIER »

jeuxvideo.com

PLAN MÉDIA

WEB	SPORT	SO FOOT. <i>L'EQUIPE</i> foot 365	JEUX VIDÉO	JEUXACTU.com jeuxvideo.fr jeuxvideo.com	LIFE STYLE	BOOSKA-P melty
TV		beIN SPORTS	CANAL+	TNT CHAINES GRATUITES		
SOCIAL MEDIA		facebook	twitter	YouTube		
PRESSE		SO FOOT	SURFACE	minutes		
RADIO			RMC	INFO TALK SPORT		

ARCHE



PRISME



BOX CANADIEN



MIEUX AVEC
XBOX 360 KINECT

DISPONIBLE MAINTENANT



© 2014 Electronic Arts Inc. EA, EA SPORTS et le logo EA SPORTS sont des marques commerciales d'Electronic Arts Inc. Produit officiel sous licence de la FIFA. « Le terme FIFA et le logo OLP sont des œuvres protégées ou des marques commerciales protégées par la FIFA. Tous droits réservés. » Fabriqué sous licence par Electronic Arts Inc. Le logo Premier League © The Football Association Premier League Limited 2006. Le logo Premier League est une marque commerciale de la Football Association Premier League Limited, enregistrés au Royaume-Uni et dans d'autres juridictions. Les logos des clubs de Premier League sont des œuvres protégées et des marques commerciales de leurs clubs respectifs. Ils ont tous été utilisés avec l'aimable autorisation de leurs propriétaires respectifs. Fabriqué sous licence de la Football Association Premier League. La licence accordée à Electronic Arts par la Football Association Premier League Limited n'implique aucun témoignage publicitaire du produit pour le joueur. Toutes les autres marques commerciales appartiennent à leurs propriétaires respectifs. © Ligue de Football Professionnel.



IFA 2014

A la découverte de la **fin d'année**



Un nouveau hall de 12 000 m² occupé par le seul Samsung pour l'essentiel ne suffit pas à redonner du souffle à un salon qui peine désormais à justifier son existence pour l'innovation. Déjà au vu de la conjoncture, deux grandes messes par an avec le CES semblent de trop. Mais en plus cette année, que faire concrètement ? On courbe ses TV davantage, on polit ses montres connectées, on rabote ses smartphones. Et après ? C'est bien le problème d'une industrie en pleine mutation vers l'objet connecté dont on sent bien qu'il est la seule issue possible en intégrant le Hi-Tech partout au quotidien. Mais le marché est en phase de transition où le chiffre d'affaires est encore réalisé par les ventes des produits classiques, et où le futur connecté n'a pas encore fait la démonstration de sa capacité à mobiliser les foules d'acheteurs. Malgré tout, il y a un domaine qui semble prendre le bon chemin, c'est celui de la domotique. Nous allons modestement vous présenter les produits de cette fin d'année, voire prévus pour 2015, en privilégiant ceux

que nous avons pu prendre en main. Et en termes de nouveautés, nous avons été servis. La continuité à cela de bon que les produits sont de plus en plus aboutis, que ce soit en TV, en IT ou en audio.

Où est la valeur ajoutée ?

Cet IFA 2014 nous aura tout de même permis de nous rendre compte du potentiel de la fin d'année. Et ce en dépit de conditions de travail de plus en plus exotiques pour les journalistes qui souhaitent dépasser la simple communication que tentent d'imposer les marques et prendre en main les produits présentés malgré des stands pas totalement montés pour la journée presse (quand ils ne sont pas soudainement fermés sans avertissement préalable). Il est vraiment regrettable que l'IFA prenne une direction qui pourrait bien rendre ce salon de plus en plus contournable pour la presse car s'il s'agit juste de faire le déplacement pour relayer un communiqué ou une conférence de presse disponibles en amont sur le Web, on ne voit pas bien l'intérêt...





La prise en main s'avère difficile une fois le salon ouvert au grand public.



Dans les sous-sols d'un IFA en cours de finition, personne ne vous entendra crier lors de la journée presse !

Calme plat pour écrans courbes

IFA
2014

Les constructeurs de téléviseurs n'ont toujours pas retrouvé de leur superbe sur les marchés, aussi il ne faut pas s'attendre à une prise de risque en cette fin d'année. La plupart des constructeurs multiplient, ou initient pour les retardataires, leurs gammes d'écrans courbes. Tous ne sont d'ailleurs pas d'accord sur le rayon de courbure. Si Samsung et LG y vont franchement, Sony et Philips sont plus timides, arguant qu'une trop grande courbure déforme l'image. Certes mais c'est aussi une question de savoir-faire technologique. Il est possible que la courbure soit trop faible de certaines dalles est en fait une limite technique, devenue un argument de vente selon le sacrosaint principe : « Feature : A bug as described by the marketing department » (Manuel utilisateur de l'Apple II 1979). Autre tendance, l'Ultra-HD continue de se généraliser. Et pour cause. Chez nous, c'est tout de même

13% du marché en valeur pour seulement 4% en volume. Autant dire que ce sont (encore) des produits chers, avec une marge certaine. Là aussi les gammes se multiplient. LG va plus loin que les autres dans la fabrication d'écrans OLED alors que Samsung fait plutôt profil bas sur le sujet. Les modèles se démocratisent mais c'est tout relatif puisqu'il faudra quand même compter 4 000 euros environ pour un modèle OLED en fin d'année et dont il faudra connaître la disponibilité réelle.

Android, le retour

Autre tendance, puisqu'on ne peut pas vraiment dire que c'est une nouveauté, Android revient dans les téléviseurs. Après le fiasco de la Google TV il y a quatre ans, après une série d'adaptateurs invendables et invendus, les constructeurs persistent encore à croire qu'intégrer au téléviseur un

système d'exploitation conçu à l'origine pour des tablettes est l'idée du siècle. On a quelques doutes. En titillant un peu les chefs produits, on apprend que non, l'intégralité du Play Store n'est pas disponible. Certains constructeurs - comme Philips - font le tri, histoire d'éliminer les applis nécessitant le tactile pour fonctionner. C'est vrai aussi, quelle idée de concevoir une application à l'origine prévue pour les tablettes pour qu'elle exploite les fonctions tactiles de ces dernières ? Et dans les restantes, il faut encore trouver celles qui passent au moins en Full-HD. Bref, on demeure dubitatif. En revanche, l'intégration d'Android s'accompagne désormais d'une partie jeu vidéo streamé via le service OnLive. A l'essai, cela saccadait beaucoup mais l'accès au Web sur le salon n'était pas franchement magique non plus.

Samsung multiplie l'incurvé

Chez Samsung, l'incurvé représente déjà une partie non négligeable des ventes en valeur. Alors le constructeur enfonce le clou et annonce une quinzaine de nouveaux produits, toutes diagonales confondues. On commence par la série HU7200 qui sera disponible en 55 et 65 pouces. Techniquement, c'est une version allégée et donc moins chère d'un téléviseur existant, le 8200. On a droit ici à une dalle LED Ultra-HD, un indice de fluidité 800 Hz, et bien sûr le HDMI 2.0. Le 55 pouces sera vendu 2 000 euros. Encore moins chère, la série H6800 n'est que Full-HD mais elle est bien incurvée. Elle sera disponible en 48 et 55 pouces. Le 48 pouces devrait être sous la barre des 1 000 euros et le 55 pouces se négociera 1 500 euros. On pouvait aussi admirer sur le stand un superbe 105 pouces incurvé Ultra-HD+ en quelque sorte puisqu'il est au format 21 :9ème. Ce n'est pas un prototype, on peut l'acheter mais à 150 000 euros tout de même.



Sony

Incurvé mais pas trop

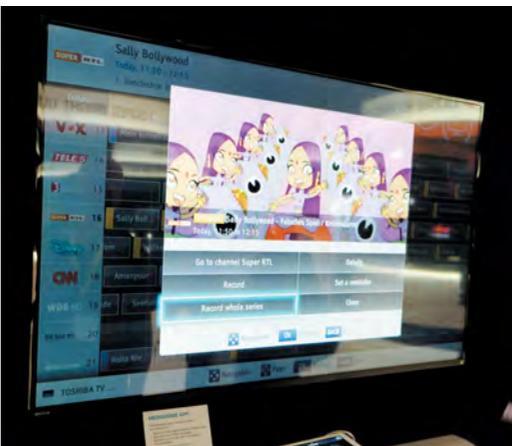
■ Etrange trajectoire que celle de Sony qui annonçait il y a deux ans ici-même que les écrans incurvés n'étaient pas faits pour notre marché et qui y revient contraint et forcé par la concurrence, essentiellement coréenne. Voici donc le Sony Bravia S9005, un monstre technologique qui sera disponible en 65 et 75 pouces. Techniquement, peu de choses différencient ce modèle de l'excellent X9005, en dehors de la courbure bien entendue. Du reste, sans communiquer de chiffres, Sony confirme que le rayon de courbure est moins prononcé que la concurrence. Si déjà il faut incurver l'écran, autant le faire le moins possible ! Techniquement, l'écran intègre une dalle Ultra-HD Triluminos et un processeur X-reality Pro. Côté audio, un des points forts des appareils de la marque, Sony annonce un système 4.2 avec des haut-parleurs en façade orientés de façon à recréer un peu de surround et deux haut-parleurs de basse imposants au dos. La finition est exceptionnelle, c'est vraiment un produit haut de gamme, faisant appel à des matériaux nobles. Sur les deux tranches, on trouve d'étranges petites lumières. Ce sont en fait des indicateurs de notifications (mails, réseaux sociaux...). Même en regardant un film, il faut rester connecté désormais, un comble. Heureusement, on peut désactiver ! Pour la facture, on pourrait s'attendre à pire puisque le modèle 65 pouces sera vendu 4 000 euros, alors que le 75 pouces plafonnera à 8 500 euros. Plus généralement, Sony mise sur l'Ultra-HD cette année, déclinant une très vaste partie de sa gamme dans cette résolution.



Toshiba

Du concret

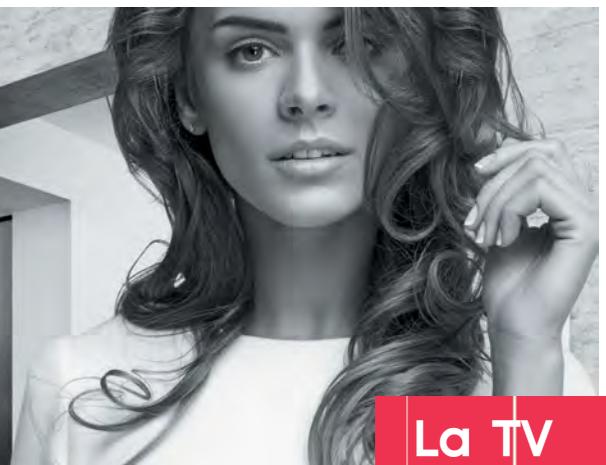
■ Chez Toshiba, on voit loin avec notamment des évolutions du concept de téléviseur dans un miroir. Le constructeur l'associe à un bracelet d'activité. Ainsi à la question matinale posée au miroir, celui-ci vous répondra ce que vous avez fait la veille pour être la plus belle de ces bois... Déprimant en fait ! En revanche, Toshiba ne joue plus la course à l'armement au quotidien. Certes, il y avait bien un écran incurvé en présentation mais sans date de commercialisation. Même si nous ne sommes pas fans de l'incurvé, c'est un choix risqué. Toshiba affiche donc un réalisme certain avec par exemple la série L24 dotée d'une résolution Full-HD. Si ce n'est par les caractéristiques, cette série se caractérise par une connectivité accrue aux tablettes et des fonctions de gestion de programme avancées. Ainsi, il est naturellement possible de streamer le contenu télévisé sur une tablette. Mais la TV anticipe aussi



vos préférences. Ainsi, pour les séries vives à la limite du cas pathologique, on enregistre préventivement les épisodes pour anticiper un éventuel oubli. Ce n'est peut-être pas la révolution mais une vraie innovation pertinente. Pour 2015, Toshiba se focalise sur la qualité d'image en Ultra-HD avec les séries M7 et L7. En optant pour un rétroéclairage Full-LED à 700 zones localisées et avec le traitement Cevo Picture, Toshiba promet un contraste abyssal et une mise à l'échelle parfaite. Surtout, l'appareil proposera une luminosité énorme, titanique, de 700 cd/m², une prouesse rendue possible par l'adoption d'une matrice avec un sous-pixel blanc. Finalement quand on y pense, c'est peut-être la meilleure approche pour améliorer l'ordinaire du téléspectateur. Reste à voir s'il ne se laisse pas aveugler par les feux de l'incurvé.



TCL Large spectre



La TV

Comme toujours, TCL présentait quelques superbes démonstrations technologiques. Difficile de passer à côté d'un magnifique 110 pouces (2,80 mètres tout de même) qui pèse 300 kilos. Les matériaux sont d'excellente qualité, avec un pied en bois et en béton ciré. Le dos est en bois également. C'est du bel objet. L'IFA fut également l'occasion de revoir ce superbe écran OLED 55 pouces plat, à la barre de son très travaillée. Hélas, tout cela ne sortira pas prochainement chez nous. Ce qui nous attend chez TCL, c'est une multiplication des couleurs de la gamme d'écrans Color Touch : gris, jaune, orange, rose et bleu. Ces petits écrans sortiront dès novembre, à partir de 200 euros, du 24 au 32 pouces, la plus grande taille étant une nouveauté dans la gamme. Pour la TV connectée, TCL annonce l'arrivée de la plate-forme OnLive dès 2015. Elle permettra de jouer en streaming, du moins si l'on dispose d'une connexion assez rapide. Chez Thomson, la marque premium de TCL, on pouvait

voir la série A7 en Ultra-HD disponible de 49 à 55 pouces. Ces téléviseurs seront HDMI 2.0 et Netflix compatibles. Le design est vraiment séduisant avec un pied très fin et du chrome. Les A7 intégreront la nouvelle mouture de la Smart TV avec OnLive, avis aux joueurs. Pas de prix annoncé pour l'instant. En revanche, on

connait le prix de la série Z8 en Ultra-HD, disponible entre 49 et 85 pouces, de 1 000 à 8 000 euros. C'est ce que la marque a de mieux à proposer, avec une dalle techniquement assez proche de ce que fait Sony. Enfin, sachez que la marque compte sortir début 2015 un 65 pouces incurvé sous le sigle A8.



LG L'OLED, vraiment

Alors que Samsung botte en touche quand on évoque le futur de l'OLED, LG y croit et multiplie les téléviseurs basés sur cette technologie. Mieux encore, ces appareils baissent de prix pour atteindre plus ou moins celui d'un écran LED haut de gamme. Certes, il y a toujours le rêve réservé aux footballeurs comme un 77 pouces OLED incurvé Ultra-HD à 20 000 euros. En revanche, le 65EC970V est un 65 pouces OLED, incurvé et Ultra-HD qui sera commercialisé chez nous en octobre pour 5 000 euros et même 4 000 avec une ODR pour les fêtes nous affirme LG. Le 55 pouces dans la même gamme se négociera à 3 500 euros. Côté technique, on retrouve donc des dalles OLED RGBW avec un sous-pixel blanc et un traitement d'image True Engine Pro 4k pour la mise à l'échelle. De ce que nous avons pu voir sur le salon, le rendu est absolument magnifique, tout comme l'est l'esthétique d'un écran fin de quelques millimètres. Un téléviseur 55 pouces EC930V OLED Full-HD est également prévu pour la fin de l'année et ce sous les 3 000 euros. Reste à voir dans quelle mesure LG arrive vraiment à livrer en quantité ces écrans OLED dont on sait que la production de masse pose encore problème. En tous les cas, la différence avec les modèles LED est flagrante et quitte à investir...



Philips La lumière et le jeu

Comme tous les ans, Philips/TP Vision capitalise sur ce qui fait son originalité sur le marché très concurrentiel des téléviseurs, à savoir son système de rétro-éclairage Ambilight. D'ailleurs durant la conférence de presse, la marque faisait la démonstration d'une version à projection laser assez impressionnante si on veut transformer son salon en salle de spectacle multimédia. Plus proche de nous, le constructeur annonce une série 8900 très haut de gamme, Ultra-HD, incurvée et forcément Ambilight, même si ce sont des LED qui sont à l'œuvre. Le rayon de courbure est moindre que chez Samsung et LG ce qui n'est pas forcément un mal si on regarde à plusieurs. Côté spécifications, la série 8900 disposera d'une compensation de mouvement 1 000 Hz et la

section audio est particulièrement travaillée, avec 30 W au total. Le constructeur met aussi l'accent sur l'intégration d'Android (une version 4.2.2 Jelly Bean) sur l'ensemble de sa gamme qui donne accès à une version filtrée du magasin d'applications Google Play et d'ailleurs c'est Philips qui s'occupe du filtrage, histoire de s'assurer que les applications sont bien faites pour la TV. Le service de jeux vidéo en streaming OnLive est aussi de la partie mais qui nécessite encore de l'optimisation car la course de voiture présentée n'était pas très fluide (peut-être aussi dû au débit sur le salon). Le constructeur annonce d'ailleurs que la plupart des manettes de jeu seront compatibles avec les téléviseurs. Les prix de la série 8900 ne sont pas encore connus.



CHANGHONG

Make your Imagination Fly



VOUS PENSIEZ QUE LES INNOVATIONS CHINOISES
MANQUAIENT D'AMBITION ?

La série Ultra Haute Definition **C5000** et **C5500** de Changhong.
140cm/55'' - Slim Design - Smart TV



amiibo

Donnez vie à vos héros Posez, jouez, collectionnez



Interagissez
avec vos
personnages
Nintendo
préférés !



Utilisez
amiibo
de nombreuses
façons avec
les jeux
compatibles !*



Collectionnez-les
tous !

Un jeu Nintendo 3DS offert

À choisir parmi ces titres :



Pour l'enregistrement de l'une de ces consoles



ou



Et de l'un de ces jeux



ou



ou



Comment faire ?

L'enregistrement de la console doit être effectué entre le 11 septembre 2014 et le 12 janvier 2015
L'enregistrement du jeu doit être effectué entre le 3 octobre 2014 et le 12 janvier 2015

1

Enregistrez une Nintendo 2DS, une Nintendo 3DS ou bien une Nintendo 3DS XL et l'un des jeux éligibles sur www.club.nintendo.fr avant le **12 janvier 2015 à 23h59** et répondez à l'enquête liée à l'enregistrement du jeu.

Jeux éligibles :

- Super Smash Bros. for Nintendo 3DS
- Pokémon Rubis Oméga
- Pokémon Saphir Alpha
- Pokémon Rubis Oméga Édition limitée SteelBook™
- Pokémon Saphir Alpha Édition limitée SteelBook™

Remarque : les jeux et consoles éligibles distribués en tant que bundles peuvent être pris en compte pour cette promotion.

2

Pour demander votre code de téléchargement gratuit : connectez-vous au **Club Nintendo 24 heures** après, cliquez sur la bannière de la promotion et choisissez le jeu dont vous souhaitez recevoir le code de téléchargement.



La demande pour recevoir un code de téléchargement doit être effectuée avant le **12 février 2015 à 23h59**. Le code de téléchargement vous sera envoyé à l'adresse e-mail enregistrée à votre compte du Club Nintendo dans les 48 heures.

Une fois le code de téléchargement du jeu choisi demandé, vous ne pourrez pas modifier votre choix. Les membres du Club Nintendo dont l'âge est inférieur à la classe d'âge du jeu choisi ne peuvent pas réclamer de code de téléchargement pour ce jeu.

3

Le code de téléchargement peut être utilisé pour télécharger le jeu choisi depuis le **Nintendo eShop** vers votre Nintendo 2DS, votre Nintendo 3DS ou bien votre Nintendo 3DS XL.



Le code de téléchargement expire le **12 mars 2015 à 23h59**.

Remarque : offre soumise à conditions. Pour participer à l'offre, vous devez être résident du Royaume-Uni, Irlande, Allemagne, Autriche, France, Espagne, Italie, Belgique, Pays-Bas, Portugal, Suisse, Afrique du Sud ou Russie. Pour l'utilisation du Nintendo eShop, vous devez accepter les conditions d'utilisation du service et la politique de confidentialité. Règlement et conditions complètes de l'offre disponibles sur offrejeubonus3ds-hiver2014.nintendo.fr. Si vous avez moins de 18 ans, veuillez lire les Termes et Conditions en compagnie de l'un de vos parents ou tuteurs légaux.

IFA
2014

Changhong mérite d'être connu

■ Changhong est un grand constructeur en Chine mais peine encore à se faire reconnaître en France avec une entrée récente sur le marché. Cet état de fait l'empêche par exemple de commercialiser le 55 pouces OLED incurvé absolument magnifique présenté à l'IFA et c'est bien dommage au vu de l'élégance et de l'image. En revanche, la



série Q2C en LED Ultra-HD et incurvée devrait arriver dans l'Hexagone. Le design est réussi et la finition semble de bon aloi. La série intègre aussi Android et une caméra de reconnaissance en USB. Le constructeur va même plus loin en développant une application de programmes TV qui permet de lancer des recherches thématiques sur l'ensemble des chaînes, une sorte de zapping intelligent et automatique. La version française existe déjà comme nous l'avons constaté sur le salon. La série sera disponible en 55, 65 et 79 pouces pour un prix qui devrait démarrer à 1 700 euros. Lancement prévu début 2015. Plus proche de nous encore, la série CS500, disponible de 42 à 65 pouces, devrait démocratiser l'Ultra-HD mais dans une version plate cette fois-ci. Le 55 pouces est en effet annoncé à 800 euros et le 42 pouces à 500 euros ! Là encore, Android est de la partie et la connectique est en HDMI 2.0.

Panasonic Du classique



■ En TV, cet IFA aura été relativement morose pour les fabricants japonais et Panasonic n'aura pas dérogé à la règle avec seulement deux nouveautés notables dans ce domaine. La première est l'AX900, le nouveau haut de gamme de la marque. Bien entendu en Ultra-HD, ce téléviseur inaugure un nouveau design piédestal plutôt réussi. La dalle elle-même propose du local dimming. Autre bon point, la totalité des prises HDMI sont en version 2.0 et le téléviseur décode le H.265 nativement (le format d'encodages de la 4K). Sortie prévue cet automne en 55 et



65 pouces pour respectivement 3 500 et 5 000 euros. Moins impressionnant mais aussi nettement plus abordable, la série AX630 représente désormais l'entrée en matière Ultra-HD de Panasonic. Si l'on perd le local dimming, on conserve le HDMI 2.0 et le H.265. On devra attendre octobre pour voir arriver ces modèles en 40 (899 euros), 48 (1 199 euros) et 55 pouces (1 499 euros).

LG et France Télévisions en Ultra-HD

■ Si l'Ultra-HD se généralise sur les téléviseurs, on ne peut pas en dire autant pour le contenu, surtout en matière de télévision ! France Télévisions et LG œuvrent pour cela évolue en montrant qu'il est possible de streamer des programmes Ultra-HD par le

Web et le protocole Hbb-TV. En fait sur le salon, il s'agissait surtout d'une interface qui lançait des vidéos stockées en local. De toute manière, il s'agissait d'une démonstration, aucune mise en service n'a été annoncée.



Blu-ray Ultra-HD

Et le train passe

C'est incroyable comment les défenseurs du support physique arrivent à se tirer des balles dans le pied. Déjà, ils se battent pour accoucher en retard d'un Blu-ray en Full-HD qui ne se vend pas et maintenant qu'il n'y a plus de débat avec une seule norme, ils laissent passer année après année pour définir un standard Ultra-HD que l'on sait simple à mettre en œuvre. Pourquoi ? Mystère et

boule de gomme. On a l'impression que cette industrie n'apprendra jamais de ses erreurs et qu'elle vit complètement à côté d'une réalité qui s'appelle la dématérialisation, le streaming et le partage de contenu. Désormais, la Blu-ray Disc Association annonce donc l'Ultra-HD pour fin 2015 et on peut parier dès maintenant que cela laissera le consommateur indifférent.



Haier démocratise



Chez Haier, on ne fait pas les choses à moitié. Le constructeur annonce des téléviseurs Ultra-HD dès 500 euros. La série H6600 sera déclinée de 42 à 65 pouces et ce dernier culmine à 1 300 euros, un prix dérisoire si on pense à la diagonale de 1,65 mètre. Et surtout, ce n'est pas un écran au rabais pour autant avec un design attrayant, une belle finition et des spécificités techniques plus qu'honorables. Autre nouveauté, l'intégration d'Android. Sur la série M7000 Full-HD disponible en 40, 48 et 55 pouces. Le 40 pouces coûtera 450 euros contre 800 euros pour le modèle le plus grand. Il s'agira d'une plate-forme Android avec accès au Play Store

complet. Et le tout se pilote avec une télécommande retournable à clavier complet. Haier présentait également un concept de TV modulaire très intéressant. Pour faire évoluer le module à l'arrière. Ainsi, on pourra acquérir un modèle Full-HD en attendant de passer à l'Ultra-HD quand il y aura réellement du contenu. Reste à connaître les prix des modules pour conclure à la pertinence de cette offre. Enfin, un écran incurvé Ultra-HD arrivera chez Haier au premier trimestre 2015 pour 1 300 euros en 65 pouces !



Philips

Projeté de près

Le Français Sagemcom, qui commercialise ses projecteurs sous la marque Philips, faisait à Berlin la démonstration de la nouvelle version de son projecteur à courte focale Screeneo. Extérieurement rien ne change mais le système d'éclairage a été remplacé et offre désormais 40% de luminosité supplémentaire. La marque annonce aussi avoir revu la calibration des couleurs pour la rendre plus fidèles. Pour le reste on retrouve donc un des projecteurs à courte focale les plus avancés du marché, capable d'afficher une image de 2,5 mètres avec seulement 44 cm de recul. L'utilisation d'Android comme système d'exploitation



permet un accès facile aux différents contenus. L'utilisation sera d'ailleurs facilitée par le remplacement de la télécommande par un modèle gyroscopique doté d'un clavier complet. Cette nouvelle version sera disponible en novembre aux alentours de 1 500 euros.



Des montres et du smart home

C'est l'avenir du Hi-Tech, il n'y a aucun doute. Sauf que pour l'heure les ventes sont plutôt modestes, représentant une goutte d'eau dans l'économie du Hi-Tech. Cela s'explique tout simplement par une trop grande jeunesse et un manque de maturité. On fait ce qu'il est possible de faire techniquement et pas ce qui serait utile au consommateur. La montre connectée en est le meilleur exemple. Certes, il y a enfin des efforts qui sont faits pour qu'elle ressemble à quelque chose mais tapoter pour lire l'heure et recharger tous les jours est une régression ergonomique que les notifications et les autres

fonctions, surtout gadgets, sont loin de compenser. Et le tant attendu Android Wear ne semble pas y changer grand-chose pour l'instant. Certes, c'est un système adapté à l'écran d'une montre mais ce n'est pas lui qui invente les fonctions. Pourtant, il est possible de trouver un usage innovant qui change tout comme l'a démontré TomTom. Une montre de sport avec GPS qui mesure le rythme cardiaque sans ceinture et permet donc de se faire du bien en dosant son effort, cela change tout et d'ailleurs Epson emboîte le pas. Autre exemple, le bracelet d'activité qui certes est de mieux en mieux construit mais ne sert finalement à rien dans la

durée. C'est culturel aussi car « le Control Yourself » n'est pas très Français. En tous les cas, d'expérience, celles et ceux qui ont acheté un bracelet l'utilisent quelques temps avant de le ranger dans un tiroir. Il y a quand même un domaine où l'objet connecté fait tout la différence, c'est celui de la domotique qui peut enfin devenir accessible au plus grand nombre avec des usages qui améliorent vraiment le quotidien. Et surtout bonne surprise, il y a des constructeurs comme Devolo qui sont partis de l'usage et de l'ergonomie pour créer leur système, enfin une bonne approche. Il n'y a plus qu'à l'appliquer à l'ensemble des objets connectés.

Devolo La maison vraiment intelligente



Le spécialiste du courant porteur en ligne se lance logiquement dans la domotique avec un système complet et très bien pensé, le Home Control. Il n'arrivera en France qu'au courant de l'année 2015. Au cœur se trouve une centrale qui ressemble fortement à une prise CPL (ce qu'elle est aussi d'ailleurs). Il sera donc très aisé de la relier au routeur par ce biais. Si la centrale est à côté du routeur, on peut la relier en filaire aussi par une prise réseau. Cette centrale communique à son tour avec les différents modules au protocole domotique Z-Wave. L'alimentation des capteurs se fait par piles avec une autonomie de deux ans. Le tout est contrôlé par une application IOS et Android extrêmement bien faite car elle permet de créer très simplement des scénarios qui font tout l'intérêt du système. On sent surtout que les concepteurs sont partis de l'usage et ont réfléchi à l'ergonomie avant de se lancer, ce qui n'est pas toujours le cas pour les autres systèmes. Parmi les modules, il y a

une prise intelligente qui mesure et affiche directement la consommation (afin par exemple permet d'en programmer l'usage). Devolo propose ensuite un interrupteur mural à coller et à quatre positions qui pourra commander directement les prises, une riche idée. Car s'il s'agit juste d'allumer ou éteindre une lampe, sortir le smartphone est bien trop contraignant. Un capteur de porte et de fenêtre s'inscrit dans la même logique et pourra par exemple éteindre les lumières quand on quitte l'appartement. Un capteur de présence est disponible également et il a la particularité de pouvoir aussi réagir à la chaleur. Pour le chauffage, Devolo s'est associé à Danfoss pour créer une prise thermostatique connectée qui se place sur tous les radiateurs à eau. Ainsi, on pourra réguler et programmer

finement la température dans chaque pièce. Un thermostat connecté pour un contrôle de température à un point précis et qui pilote une ou plusieurs têtes est disponible aussi. Là encore, on pourra créer très simplement des scénarios comme « couper le chauffage quand une fenêtre est ouverte ». C'est donc le premier système réellement ergonomique et basé sur l'usage, tout en étant très grand public car installable très simplement. Malheureusement, la brique alarme n'est pas au programme pour l'instant.



Garmin Bracelet plus séduisant

Le premier bracelet d'activité de Garmin nous avait convaincus par son écran e-ink et son autonomie record de plus d'un an grâce à de simples piles. L'application nous avait beaucoup plu aussi, tout comme les objectifs automatiques en fonction de votre activité.

Malheureusement, il en résultait un bracelet encombrant et finalement difficile à porter au quotidien, surtout pour une femme et encore plus pour une fashion-victime peu importe le sexe. Garmin annonce donc le bracelet Vivo Smart bien plus petit et nettement plus design, d'autant qu'il est disponible en plusieurs combinaisons de couleur. Cette fois-ci, c'est un petit écran OLED qui est intégré et qui s'active en tapotant comme il se consulte en glissant le doigt. L'esthétique est donc réussie mais cela se fait au détriment de l'autonomie qui revient à du classique, même

si avec une semaine pleine, elle est toujours dans le haut du panier. Addition intelligente, le Vivo Smart ajoute les fonctions des montres connectées avec la notification d'appel, de SMS, de mails et la fonction de contrôle à

distance du lecteur musical. De plus, le bracelet vibre et peut servir de réveil. Etanche à 50 mètres, on peut toujours lui associer une ceinture de fréquence cardiaque (+30 euros). Seul, il est vendu en deux tailles à 170 euros.



Elgato Control your home

La petite société allemande, qui s'était déjà faite remarquer par le premier porte-clefs Bluetooth, présente toute une série d'objets connectés abordables pour la maison mais dont le crédo est plutôt la mesure que la domotique. La gamme porte le doux nom d'Eve. Ainsi, il y a une station météo pour l'extérieur qui mesure la température et l'humidité. Elle se nomme logiquement Weather et vaudra 40 euros. Le Room à 70 euros est un capteur de température, d'humidité et de qualité de l'air en intérieur. Il y aura aussi une prise intelligente nommée Energy car elle indique aussi la consommation électrique de l'appareil connecté. Ces appareils devraient voir le jour

avant la fin de l'année. Ils communiquent en Bluetooth Smart avec l'appareil mobile qui portera forcément le logo à la pomme car seul iOS est supporté. Plus tard arriveront le capteur Water qui se connecte par exemple à la douche et mesure le débit d'eau sans nécessiter de batterie car ce sera la pression qui alimentera le produit. Il y aura aussi un détecteur d'ouverture de porte et de fenêtre. L'application iOS permettra de créer des scénarios d'interaction en combinant les données. Par exemple si la prise commande un chauffage, on pourra décider de l'éteindre si la fenêtre est ouverte ou si la température dépasse les 21 degrés. Simple et malin !

Awox La lumière espion

La société française Awox est spécialiste de la lumière à valeur ajoutée. Après l'ampoule Bluetooth et WiFi en couleur, l'ampoule dotée d'une enceinte et celle qui diffuse du parfum, voici une combinaison plus sérieuse puisqu'il s'agit d'associer une caméra de surveillance. Si à première vue, cela peut paraître saugrenu, à la réflexion c'est intéressant. L'ampoule se présente sous la forme d'un gros bulbe et elle se connecte en WiFi bien sûr. La caméra intégrée est HD et surtout motorisée à 180 degrés dans tous les sens. Ainsi, si on peut placer l'ampoule stratégiquement soit sur un mur soit en pendant du plafond, on dispose d'une vision qui englobe toute une pièce tout en étant discrète. Il est d'ailleurs possible de mettre une carte SD directement dans l'ampoule pour enregistrer. Le tout se pilote et se visionne bien évidemment dans une application. La sortie n'est prévue qu'au début 2015 aux alentours de 200 euros.



iHealth Glucomètre connecté



Le BG5 est un glucomètre connecté permettant de suivre assez facilement sa glycémie grâce à une application iPhone ou Android. Ce n'est pas le premier mais il est utilisable seul car il affiche la valeur directement par un écran intégré. Un diabétique ne va pas utiliser son iPhone à chaque fois pour lire chaque mesure, c'est une régression ergonomique. En revanche par la transmission sans fil en Bluetooth, on peut suivre ses statistiques avec précision et vérifier à intervalles réguliers s'il faut modifier son traitement ou son régime alimentaire. L'appareil coûte 70 euros et doit être remboursé par la sécurité sociale. L'inconvénient réside dans l'utilisation de bandelettes uniquement compatibles avec la marque iHealth encore peu distribuée. On peut toutefois les commander sur le site et elles seront aussi remboursées. En revanche, pas de restriction sur l'auto-piqueur, le BG5 est compatible avec tous... Pour en revenir au BG5, astucieux, les paquets de bandelettes sont livrés avec un QR code permettant de suivre leur date de péremption via l'appli. Si le BG5 fonctionne en Bluetooth sur batterie avec une autonomie de 500 mesures, un modèle plus simple à connecter physiquement au téléphone devrait être mis sur le marché sous peu, mais sans écran, ce n'est pas vraiment pratique.

Asus Enfin une montre

La ZenWatch est l'une des rares montres connectées de grande marque qui mérite de ne pas être vendue au rayon machine à laver. Elle est le fruit d'un développement interne mais la marque ne se cache pas qu'elle est allée chercher quelques « ressources » du côté des fabricants de montres, comme en témoigne le bracelet interchangeable très fin et la finesse de la coque. Les matériaux sont aussi typiques de l'horlogerie, avec du cuir (du vrai) et de l'acier inoxydable. Côté technique, l'appareil fait tourner Android Wear et devrait donc fonctionner avec tout smartphone disposant d'Android en version 4.3 et supérieure. L'écran est un Amoled 320 x 320 pixels. On pourra aussi prendre son pouls avec cette montre, même si elle n'est a priori pas prévue pour la course intensive. La batterie est annoncée pour un peu plus d'une journée d'utilisation et c'est bien là que le bât blesse comme toujours. Elle pèse 75 grammes et sera commercialisée avant la fin de l'année pour 199 euros. On a tout de même appris que l'appareil dispose de deux fonctions encore exclusives aux smartphones de la marque, un calendrier intitulé What's Next et une étrange fonction Do it later qui permet donc de remettre à plus tard un truc que l'on était censé faire, de la procrastination wearable en quelque sorte...



Epson Sport sous surveillance



Epson se lance dans le sport et le bien-être connecté. L'originalité des appareils est qu'une partie est équipée d'un capteur du rythme cardiaque directement au poignet et qui prend des mesures en permanent comme sur les montres TomTom Cardio. A l'essai, il semble que la mesure soit précise, pour autant que l'on puisse en juger sur un salon. Le bracelet d'activité PulsSense PS100 est un modèle simple sans écran mais qui intègre le capteur de fréquence cardiaque. Sinon, c'est un tracker standard qui mesure vos pas et votre sommeil. Il sera disponible sous peu à 150 euros. Le PS500 intègre un écran LCD et fait donc aussi office de montre connectée à 200 euros. Plus intéressant, une gamme de montres de running et de sport vraiment attractive voit aussi le jour. La RunSense 310 est un modèle simple avec GPS, elle vaut 180 euros, la 510 y ajoute d'avantage de fonctions pour 230 euros et la 710 en fait encore plus pour 250 euros. L'écran LCD monochrome basse consommation est très lisible et permet une grande autonomie. Enfin, le vaisseau amiral 810 est non seulement très réussi esthétiquement mais propose en plus l'intégration du moniteur de fréquence cardiaque pour 350 euros ce qui permet de se passer de la ceinture classique. Cette montre est très fine, idéale pour le jogging en restant dans une zone cardiaque. Elle affiche 20 heures d'autonomie avec le GPS et le cardio-fréquence-mètre activé ce qui est énorme. Nous avons hâte d'essayer ce qui semble être le premier concurrent sérieux de TomTom.



Epson L'autre réalité augmentée



Il n'y a pas que les Google Glass dans la vie. Epson le prouve ici avec une paire de lunettes connectées Moverio BT200. Découvertes en catimini au CES, elles font ici leur retour berlinois. Ces lunettes disposent d'un mini-projecteur LED d'une résolution de 960 x 540 pixels et d'un système de reconnaissance de mouvement permettant d'adapter le contenu aux déplacements de l'utilisateur. A l'essai, la démonstration était plus que pertinente. Les BT200 sont d'ores et déjà disponibles à 700 euros.

Terraillon se connecte aussi



Plutôt connu pour ses balances (corporelles et alimentaires), le Français Terraillon n'échappe pas à la mode des objets connectés avec en approche un nouveau modèle qui dispose de fonctions similaires à celles de la Web Coach Pop déjà au catalogue, à savoir un suivi avancé du poids avec une application pour smartphones et tablettes. L'originalité de ce nouveau modèle est qu'il offre un affichage déporté. On n'est pas tout à fait convaincu de l'utilité mais le design

est plutôt agréable et surtout la nouvelle version de l'application de suivi (commune à tous les produits connectés Terraillon) est particulièrement claire et bien pensée. L'interface est très sobre, toutes les informations sont faciles d'accès et Terraillon fait même un peu de « gamification » avec l'ajout de trophées débloqués lorsque les objectifs sont atteints. Sortie prévue au premier semestre de l'an prochain.



LG Second essai transformé

Quelques mois à peine après la G Watch, LG propose déjà un nouveau modèle ! Cette politique pose tout de même problème. On comprend la volonté de vouloir occuper rapidement le marché mais pas sûr que les acheteurs de la première génération de montres apprécient vraiment de voir leur achat rendu obsolète en quelques semaines. Ce fait mis à part, il faut reconnaître que cette G-Watch R (pour rond) représente un véritable progrès en termes de design. Les matériaux ne sont pas aussi nobles que chez Asus ou Motorola (le plastique est très présent) mais cela reste plus que respectable. L'écran OLED est de très bonne facture et on se demande bien comment LG a réussi à cacher l'électronique. Contrairement à Motorola, l'écran est en effet parfaitement rond. Pour le reste, c'est rien que du très classique avec Android Wear et toutes les fonctions associées. La présence de 4 Go de mémoire interne et du WiFi assure aussi un minimum de fonctionnalités, même lorsque l'on n'a pas son smartphone avec soi. Côté autonomie, LG annonce une journée et demi, soit beaucoup trop peu !

Samsung, La plus grosse

Les montres connectées se succèdent à un rythme effréné chez Samsung qui a donc présenté pas moins de quatre générations en un an. On a quelques doutes quant à la pérennité de cette pratique mais bon... La Gear S représente un pas en avant d'un point de vue design. En revanche, montre et bracelet sont vraiment massifs, certains aimeront, d'autres moins. Néanmoins entre l'écran OLED courbé et les lignes bien plus fines, les progrès sont indéniables. Toute n'est pas encore parfait ceci dit, on reste sur une construction en plastique et le bracelet est propriétaire. L'écran de deux pouces adopte une résolution élevée (480 x 360 pixels) et était tout à fait lisible sous les spots du salon. La vraie surprise est à trouver du côté du système d'exploitation, qui est une nouvelle fois Tizen. On aurait pu penser que Samsung se concentrerait sur Android Wear mais le Coréen semble déterminé à maintenir une alternative. Le fait que la montre puisse fonctionner de manière totalement indépendante avec sa propre puce 3G va aussi à contre-courant de la tendance actuelle. On évoque une sortie en octobre mais pas encore de prix.



XYZ Printing

Imprimer et scanner

Les fabricants d'imprimantes 3D sont de plus en plus nombreux et quelques-uns avaient fait le déplacement à l'IFA. Parmi eux, les Taiwanais de XYZ Printing avaient un modèle particulièrement intéressant dans leur gamme Da Vinci. La Da Vinci 1.0 AiO combine une imprimante 3D fermée (pratique pour réduire le bruit) et un scanner 3D. Il suffit donc de quelques minutes pour scanner un objet et lancer la reproduction dans la foulée. La résolution du scanner est encore un peu limitée (2mm) mais la précision devrait rapidement monter. L'imprimante est capable de produire des objets de 25 x 15 x 15 cm et dispose d'une résolution de 0,14 mm en plastique ABS. Un produit innovant qui est proposé à un tarif extrêmement agressif. Avec un prix de 799 euros, c'est le réplicateur le moins cher du moment.



Un son de qualité dans toute la maison

■ **Ecouter de la musique demeure une préoccupation majeure des consommateurs mais pour autant, l'audio ne se porte plus aussi bien ces derniers temps.**

Déjà sonoriser le téléviseur plat, pitoyable en la matière, ne fait plus recette en dehors de la barre de son. Le traditionnel ensemble home cinéma avec lecteur de Blu-ray disparaît progressivement des rayons. C'est logique car plus personne ne s'intéresse à la galette bleue. Signe des temps, le multi-room, qui diffuse la musique dématérialisée dans toutes les pièces, affiche lui une progression à deux chiffres et tous les constructeurs s'y mettent. Apparemment, les consommateurs en ont compris

l'intérêt désormais ; reste qu'il faut impérativement démontrer en magasin. En dehors du vinyle qui revient en force, la chaîne stéréo souffre aussi de la montée du numérique même si en haut de gamme, elle peut toujours compter sur les audiophiles pour acquérir un lecteur CD à des milliers d'euros alors qu'en dématérialisé, on fait désormais bien mieux. Certains audiophiles se rangent apparemment à l'évidence car les lecteurs réseaux Hi-Fi se multiplient aussi de leur côté, il était temps. Surtout il y a une nouvelle catégorie qui émerge, celui de l'amplificateur de casque audio. Car connecter un modèle à plusieurs centaines d'euros sur la sortie d'un smartphone ne

fait guère sens. Certains fabricants vont même jusqu'à intégrer le convertisseur dans le casque qui se branche sur la prise micro-USB du smartphone Android ou sur la prise Lightning de l'iPhone. Le marché du casque accuse aussi le coup, d'ailleurs les modèles fashion que l'on exhibait et qui se vendaient à prix d'or pour un son discutable ne faisant plus recette. On en revient au chic avec un bon son, peut-être une bonne chose. Du coup, il y a de l'espace pour l'intra-auriculaire qui lui est en croissance. Enfin, l'enceinte Bluetooth s'est tellement banalisée qu'il devient difficile de se faire remarquer, à moins de jouer la carte du design et de l'innovation comme Yamaha.

IFA
2014



Yamaha Son TV à budget variable

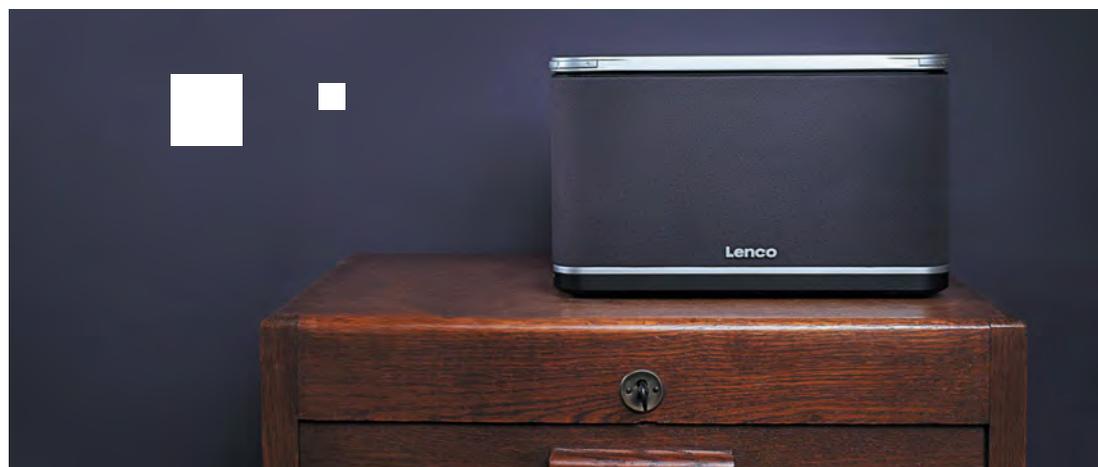
■ Yamaha lance un nouveau projecteur de son, composé d'une barre dotée de 16 haut-parleurs, qui par réflexion recrée une image sonore surround, et d'un caisson de basses sans fil. Particularité, la barre est vraiment fine et discrète au regard de la technologie. Cette YSP-2500 propose un son puissant et vraiment enveloppant d'une grande qualité. Elle est aussi dotée des dernières technologies de connexion comme le HDMI 2.0 et le Bluetooth aptX. La barre de son YAS-203 est plus classique et se contente d'un caisson sans fil et de deux haut-parleurs mais elle produit un son à la fois ample, dynamique et puissant pour 450 euros. Enfin, les enceintes NX-B150 constituent un ensemble 2.1 très esthétique en blanc ou noir laqué.

Le design est très réussi et les réglages se font sur le caisson que l'on laisse apparent. A 300 euros, c'est une solution simple et jolie pour améliorer grandement le son de la TV.



Lenco en multi-room aussi

Le fabricant prolifique, surtout dans le son, présente à son tour un système multi-room appelé Play Link. Il faut bien préciser en amont qu'en dehors de l'expertise historique en platines vinyles avec notamment la L-175 en verre à 400 euros, Lenco est plutôt coutumier de l'entrée de gamme. Pour le multi-room, les ambitions semblent toutes autres. Il y a déjà une enceinte PlayLink 6 à 300 euros dont le look ne fait pas frémir mais dont la fabrication semble sérieuse. La PlayLink 4 en est une version plus petite et dotée d'une batterie pour être autonome. Elle vaut 200 euros. Enfin, Le boîtier Connect se branche sur une chaîne audio pour la rendre compatible avec le système (150 euros). Tout ce beau monde se connecte en WiFi au réseau domestique et se pilote par une application disponible sur iOS et Android. Cette dernière semble ergonomique et permet d'accéder aux services de streaming comme à la musique stockée sur les appareils du réseau. A signaler que les enceintes et le boîtier peuvent recevoir et convertir des fichiers sans perte comme le FLAC jusqu'à 24 Bits / 192 KHz. Tout cela sonne très prometteur, sauf que la démonstration qui nous a été faite était peu convaincante avec un son qui manquait de rondeur, plutôt agressif et franchement brouillon. Espérons qu'il y aura encore du tuning !



Yamaha démocratise la Hi-Fi en réseau

Le lecteur CD et réseau CD-N500 très réussi voit arriver un petit frère plus accessible à 350 euros, le CD-N301. Très élégant en silver ou en noir, il dispose déjà d'un lecteur CD qui se base sur le CDS 300, un modèle entrée de gamme mais de qualité. La partie réseau se pilote par une application très bien faite. En plus du classique DLNA, Yamaha supporte désormais aussi Spotify directement. A signaler d'ailleurs que les différentes applications pour les appareils Yamaha sont dorénavant regroupées dans une seule ce qui facilite le pilotage, par exemple de ce lecteur en combinaison avec un amplificateur connecté de la marque.



Yamaha associe le style au son

L'année dernière, Yamaha avait introduit une nouvelle gamme d'enceintes associées à des effets de lumière, la série Relit. Le premier modèle était une enceinte tour que Yamaha complète désormais par deux modèles absolument magnifiques. La LSX 170 est une enceinte sans fil (notamment Bluetooth aptX) ronde alimentée sur le secteur qui est entièrement entourée par une grille en métal. A l'intérieur, on aperçoit la construction sophistiquée avec des haut-parleurs à la verticale (un tweeter, un large-bande et un woofer de 13 cm), le tout rehaussé par des jeux de lumière en blanc cassé très chaud dont on peut régler l'intensité. C'est donc à la fois une enceinte et une lampe d'ambiance. Et surtout, c'est vraiment un très bel objet que l'on a envie de posséder. La LSX 70 est un modèle portable plus petit qui se contente de deux haut-parleurs et qui fonctionne sur batterie. Il est tout aussi élégant mais un peu moins spectaculaire en termes d'aspect. Le LSX 170 est prévu en novembre à 500 euros, le LSX 70 dès octobre à 350 euros.





Sony Plus ou moins Hi Res

Le son en haute résolution est à géométrie variable chez Sony et on commence à avoir l'impression que leur appellation High Resolution Audio va être utilisée à toute les sauces, et pas seulement audiophiles. Le nouveau baladeur NRW-A15 en est un exemple. Proposé au prix démocratique de 200 euros pour 16 Go de stockage, il est mignon et taille très réduite (66 grammes). Pour la partie amplification, on nous parle de S-Master HX Digital et d'une alimentation qui réduit la distorsion. Sony va même jusqu'à parler de composants Hi-Fi. Mais pas moyen de savoir quel convertisseur œuvre à l'intérieur et ce dont il est capable. Il faudra écouter mais peut-on espérer un miracle ? A l'opposé, Sony annonce des casques labellisés Hi Res bien plus ambitieux. Le MDR-27 est un casque de salon équipé de drivers qui affichent 70 mm de diamètre ! Il vaut 600 euros et c'est un des premiers qui dispose d'une entrée symétrique avec un câble optionnel à deux embouts mini-jack 2,5 mm. Il faudra idéalement l'associer à l'amplificateur PHA-3AC pour en tirer la quintessence. Ce dernier reçoit la musique en USB depuis un notebook ou même un smartphone et grâce à son convertisseur ultime convertit jusqu'à 384 KHz / 32 Bits des fichiers comme les FLAC. Il décode aussi en natif les DSD. Raffinement ultime, il dispose d'une sortie symétrique pour le casque MDR27. Le prix approchera sans doute les 1 000 euros. Nous avons écouté le couple sur le salon et le son nous a beaucoup plu comme cela de prime abord. Autre nouveauté intéressante, le casque MDR-1A DAC est certes un modèle moins ambitieux avec des drivers de 40 mm mais il intègre un convertisseur capable de convertir un fichier numérique 192 KHz / 24 Bits et même du DSD en 5,6 MHz. On alimentera le casque en fichiers audio haute définition par le port USB d'un notebook et ou d'un smartphone Android. Par un adaptateur, on pourra aussi recueillir les fichiers à partir d'un iPhone en Lightning, une riche idée pour contrer les sorties analogiques souvent déplorables des appareils nomades. Le MDR-1A DAC devrait coûter près de 400 euros.



Sennheiser s'ouvre aux d'jeuns

Devant le succès des casque Momentum qui allient un style chic rétro à un son fidèle mais chaud, Sennheiser lance un intra-auriculaire Momentum in-ear à 100 euros. C'est un bel objet mais qui a recours au plastique et dont l'esthétique n'est pas aussi remarquable que sur les aînés, rien d'anormal au regard de la taille d'un intra. Reste à voir si le son et le confort sont au niveau des autres casques de la famille. Sennheiser lance aussi une nouvelle série cette fois plus spécifiquement à l'intention d'une cible jeune mais fortunée, l'Urbansite. Comme pour les Momentum, il y a un modèle nomade supra auriculaire (180 euros) et un autre nommé XL (230 euros) qui entoure les oreilles. Le look est effectivement très sympa, avec notamment un bandeau de tête recouvert en tissu. Là encore, Sennheiser a soigné la construction avec des articulations en métal et des glissières en aluminium. C'est une très belle finition avec six coloris au choix. A l'écoute, le modèle plus nomade est certes orienté basse mais sans trop d'excès. Le modèle XL en revanche force vraiment sur le grave. C'est pour les d'jeuns, on vous dit !



LG Music Flow Multi-room audio-vidéo

LG lance un système multi-room appelé Music Flow Smart Hi-Fi Audio qui a la particularité d'associer le multi-room au son de la TV. Il y a trois enceintes autonomes alimentées : la H7 en 70 W à 350 euros, la H5 en 40 W à 250 euros et la H3 en 30 W à 180 euros. Mais la barre de son HS6 en 4.1 avec caisson de basses sans fil (600 euros) fait aussi partie du système. Tout ce beau monde se connecte en WiFi et se pilote par une application (iOS et Android). Chaque élément est aussi Bluetooth pour une connexion directe au smartphone. Autre particularité, les éléments sont capables de traiter des fichiers audio haute définition jusqu'à 24 Bits / 192 KHz. Un accès aux services de streaming comme Spotify et Deezer est aussi de la partie. Sortie prévue en octobre.





Moins d'attente...

+PLUS DE TEMPS POUR REGARDER DES FILMS

Avec les clés **USB 3.0**
SanDisk haute vitesse



Quand il s'agit de vitesse, **toutes les clés USB 3.0 ne sont pas les mêmes.**

Avec les clés USB 3.0 SanDisk haute vitesse, transférez tous vos fichiers ultra-rapidement pour vous offrir plus de temps et faire les choses que vous aimez.

Avec la clé USB 3.0 SanDisk Extreme PRO® haute vitesse :

- ✓ Copiez jusqu'à 60x plus rapidement qu'avec une clé USB 2.0¹
- ✓ Transférez un film en quelques secondes²
- ✓ Transférez 1000 photos en 35 secondes³

**VOUS N'OUBLIEZ
JAMAIS LES MOMENTS
IMPORTANTES DE VOTRE VIE**

Si vous les confiez à
SanDisk®

Philips Audio

Du son et des idées

■ Quel feuillet ! La partie audio-vidéo de Philips a été revendue à Woox qui a été racheté à son tour par Gibson déjà détenteur, au moins partiellement, d'Onkyo et de TEAC. Pour autant, les produits audio s'appellent toujours Philips et sont développés à Louvain chez nos amis belges. Dans la gamme audiophile Fidelio, il y a déjà un nouveau casque pliable et nomade NC1 doté d'une réduction de bruit active. Moins invasive que chez d'autres, Bose au hasard, elle est alimentée par batterie avec une autonomie de 30 heures. De plus, elle peut être désactivée sans changer la coloration du son, dicit Philips. Le prix se situera autour de 250 euros. Le casque haut de gamme ouvert audiophile X1 évolue pour devenir le X2 avec des drivers améliorés et un prix de 300 euros. Une première écoute sur le salon nous a convaincus. Philips travaille aussi sur un casque nomade qui se connecte à l'iPhone par la prise Lightning. Ainsi, c'est le casque qui convertit en analogique par un DAC Wolfson de bien meilleure qualité que celui intégré dans le smartphone, une bonne idée. L'enceinte BT7500 est alimentée par le secteur et reçoit la musique en Bluetooth aptX. Mais surtout, elle offre un rendu impressionnant et très musical pour seulement 150 euros. Elle intègre pour cela deux tweeter, deux woofer et deux radiateurs passifs à l'arrière. Détail pratique, un gros bouton rotatif sur le dessus contrôle directement le volume. Philips présente aussi un système multi-room composé de deux enceintes WiFi mais qui a l'originalité de ne fonctionner qu'avec Spotify en utilisant l'application Spotify Connect si ergonomique. L'enceinte SW 750 intègre deux tweeter et deux woofer pour 150 euros alors que la SW 700 se contente d'un de chaque à 100 euros.



Onkyo

Du petit au gros son

■ Les mini-chaînes stéréo plaisent toujours à une large audience mais à condition de les adapter à la modernité. La dernière-née d'Onkyo nommée CS265 Colibri est donc logiquement Bluetooth et NFC pour diffuser simplement la musique de son smartphone. Elle se distingue aussi par une bouille sympa et des couleurs vives, le tout à 250 euros. Le support sonore permet de poser son téléviseur dessus et améliore le son en évitant la perte de place. Le LST30 d'Onkyo à 450 euros est plutôt élégant et également compatible Bluetooth. Mais surtout, il dispense un son puissant, riche en graves et qui jouit d'une bonne spatialisation. Un bon moyen pour améliorer l'ordinaire sonore de son téléviseur. Pour les amateurs de home cinéma, Onkyo propose un ensemble amplificateur avec kit d'enceintes 5.1.2 compatible Dolby Atmos. Ce nouveau procédé issu du cinéma spatialise le son de manière plus précise et surtout en trois dimensions incluant le haut. Pour ce faire, l'ensemble HT-S7705 inclut des enceintes avant qui émettent également vers le haut par des haut-parleurs compartimentés et alimentés séparément par deux canaux distincts de l'amplificateur qui est par ailleurs compatible HDMI 2.0, WiFi et Bluetooth. Le prix annoncé est de 1 100 euros mais pour la disponibilité, il faudra patienter jusqu'à la fin de l'année. A l'écoute dans la salle de démonstrations sur l'IFA, Dolby Atmos impressionne effectivement par le placement du son. Onkyo lance aussi un amplificateur pour casque, le DAC-HA 200. Il fonctionne sur batterie et est doté d'un convertisseur performant pour convertir en analogique à partir de l'USB. Enfin, Onkyo présentait une platine vinyle vraiment jolie, plutôt haut de gamme et à entraînement direct asservi. Aucune date de commercialisation, ni aucun prix n'a été annoncé.



Pure Le Jongo en X

La gamme Jongo de Pure est un système multi-room complet et abordable. La société anglaise a complètement revu le design pour la nouvelle série X mais les composants matériels ne changent pas. Désormais, les enceintes amplifiées T2 à T6 adoptent un aspect plus discret et plus valorisant en combinaisons de gris, de noir et de blanc sans doute plus à même de plaire aux foyers français, souvent assez conservateurs sur le design intérieur. On pourra toujours choisir entre une enceinte sur batterie plus mobile, la T3, et des modèles secteur jusqu'au T6 plus résidentiels. Pure en a profité pour mettre à jour son application en profondeur ce qui profitera aussi à la série actuelle. L'installation a été simplifiée et se fait désormais entièrement dans l'application. Une seule enceinte sera reliée au routeur en WiFi et les autres communiqueront entre elles, ce qui devrait garantir une meilleure stabilité du signal sans fil. En modifiant les réglages électroniques avec l'ajout d'une égalisation, les enceintes offriront aussi une restitution plus dynamique et plus ample. A signaler qu'avec l'adoption du Bluetooth Cascade, les utilisateurs du système Jongo ont désormais accès aux services de streaming comme Spotify en plus de du service de Pure.



Klipsch démocratise le son U.S.



Si Klipsch est la marque incontournable des audiophiles aux Etats-Unis, en France le grand public connaît bien les intra-auriculaires mais sans doute moins la partie enceintes colonnes et home cinéma. Cette situation risque d'évoluer puisque la marque décline désormais ses enceintes très haut de gamme Référence avec des modèles accessibles aux communs des mortels. Ainsi, les R-28F sont des enceintes colonnes stéréo de grande taille équipées d'un tweeter à pavillon et de deux magnifiques haut-parleurs à membrane en métal pour 800 euros la paire. Pour le home cinéma, on peut leur adjoindre la centrale R-25C à 200 euros, le caisson de graves R-105W à 400 et les enceintes bibliothèque R-15M à 250 euros la paire, ce qui fait un ensemble à 1 650 euros. Klipsch promet un son dans la lignée des modèles bien plus dispendieux, nous jugeons à l'écoute. Klipsch présentait aussi une nouvelle barre de son R-10B. Elle est assez discrète mais promet pour autant du niveau. La barre est équipée de deux tweeters et de deux médiums de 7,6 cm. Un caisson de graves sans fil équipé d'un boomer de 20 cm est livré. Le tout totalise 250 W et un intègre un décodeur Dolby Digital. La barre est également compatible Bluetooth aptX. Du peu que l'on puisse en juger sur un salon, le niveau sonore était vraiment élevé pour un rendu dynamique et vivant qui ne manque pas de coffre. La R-10B vaut 600 euros.



Technics, le retour



La grosse surprise de ce salon coté audio, c'était l'annonce de la résurrection de la légendaire marque Technics par Panasonic après plus de 10 ans d'absence (à l'exception de quelques produits pour les DJ). Bien qu'annoncé en fanfare, ce retour ne commence que par deux produits. L'ensemble Technics Série C700, composé de quatre éléments, amplificateur, lecteur CD, lecteur réseau et enceintes bibliothèque, est le moins onéreux et sera proposé autour de 4 000 euros. L'ensemble Série R1 est lui nettement plus haut (très haut !) de gamme puisque le prix passe à 40 000 euros. Pour ce prix-là, on a le droit à deux belles enceintes de 76 kilos tout de même. Les deux séries sont esthétiquement très proches des produits classiques de la marque, avec par exemple les énormes vumètres et une finition parfaite. La sortie est prévue pour décembre et la gamme Technics devrait continuer à s'étoffer avec d'autres produits haut de gamme tandis que les produits plus abordables continueront à sortir sous la marque Panasonic. On est tout de même étonné que ne ressorte pas la mythique platine vinyle SL-1200 et on peut aussi se poser la question si les audiophiles extrêmes vont adhérer car la marque à l'époque n'était pas synonyme de high end.

Creative améliore le son du casque

■ C'est à la mode, on en a vu partout sur le salon ! Les amplificateurs / convertisseurs pour casques audio fleurissent et c'est logique car le son délivré par un smartphone via la sortie mini-jack est généralement assez pitoyable, autant en puissance qu'en qualité. Creative investit logiquement le segment car c'est un spécialiste de l'amélioration du signal sonore. Et bonne nouvelle, désormais distribué par Exertis Comtrade en France, on devrait voir réapparaitre la marque dans les rayons. L'E1 (50 euros) est un tout petit boîtier à brancher sur la sortie casque du smartphone. Il permet de connecter de l'autre côté deux casques et il amplifie la puissance à 106 dB. L'E3 à 130 euros y ajoute la Bluetooth aptX et le NFC. Il n'est donc pas nécessaire de le relier physiquement au smartphone. Il peut également se brancher en USB sur un ordinateur pour faire la conversion en analogique avec une meilleure qualité. Le niveau possible est de 112 dB. L'E5 est un peu plus encombrant mais plaira aux audiophiles qui ont un bon casque audio. Déjà il est équipé d'un processeur SBAXX1 capable de convertir des fichiers en 24 Bits / 192 KHz comme les FLAC par exemple. Ensuite, il améliore la dynamique des fichiers compressés, un domaine où Creative a sans doute une des meilleures expertises. Pour les entrées, il y a bien entendu de l'analogique et de l'optique mais plus intéressant on peut se connecter en USB au notebook et au smartphone pour que le E5 fasse la conversion. Il est ainsi possible de récupérer le son numérique d'un iPhone par la prise Lightning. Nous avons pu écouter sur un casque audiophile et il faut reconnaître que le résultat est bluffant. Le prix n'est pas encore déterminé.



IFA
2014

Bigben met l'accent sur le design

■ Un des importants changements chez Bigben cette année a été l'obtention de la licence Thomson pour l'audio. Résultat, une bonne partie des produits existants ont été rebrandés et quelques nouveaux sont arrivés. Parmi les plus intéressants, il y a la DS500, une enceinte/dock de 100 watts aux lignes séduisantes. On attendra de pouvoir juger le son dans des conditions meilleures que celles trouvées dans les allées d'un salon mais l'appareil semble prometteur. Le prix est un peu plus élevé que ce à quoi la marque française nous avait habitués puisqu'il faudra déboursier 300 euros pour cette enceinte. On a aussi pu voir une pléthore de nouveaux designs de housses et autres accessoires mais ce sont les produits Ora Ito qui ont retenu notre attention. Ces derniers font un large usage de matériaux nobles comme le tissu et le métal pour des coques, casques et autres câbles. Le design est séduisant et vraiment original.



Matrix 3D

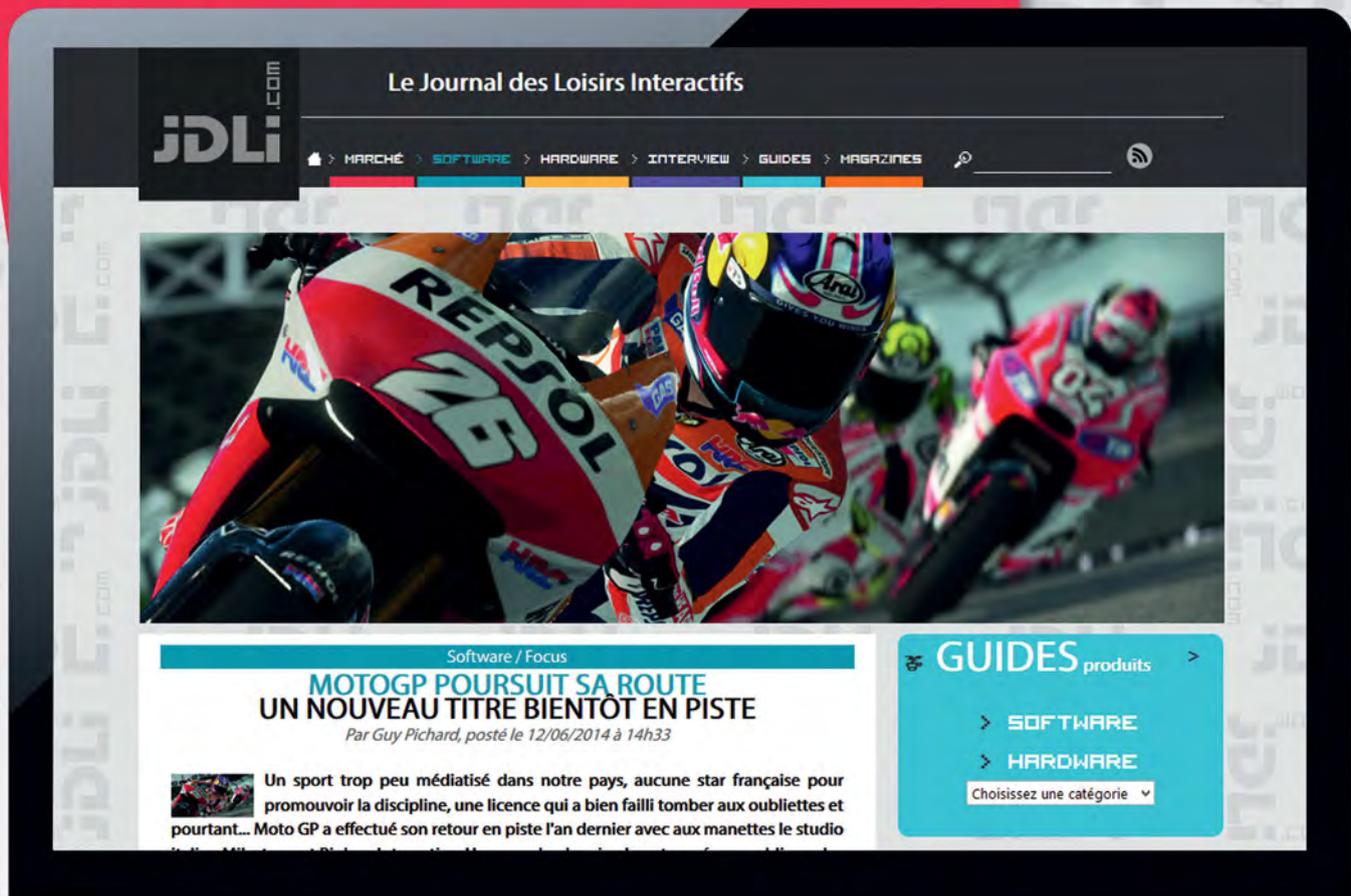
scanne de la tête aux pieds

Produisant à l'origine des vélos électriques, la société Hilltecks se diversifié en s'intéressant aux imprimantes 3D. Après un premier modèle relativement basique, Matrix 3D surprend en présentant un système de scan complet pour les personnes. Il suffit de se poser cinq minutes sur une plate-forme tournante pour obtenir un scan complet de soi-même. Le principe est simple (on peut le faire avec un scanner à main) mais il est très bien intégré. Les résultats sont bluffants au vu de la rapidité du scan. Malgré l'environnement hostile du salon avec des lumières très fortes et des personnes passant dans tous les sens, le scan était presque parfait. Les fichiers obtenus peuvent ensuite être imprimés sur n'importe quelle imprimante 3D. Les usages évoqués sont médicaux (suivi des postures, chirurgie esthétique, prothèses) mais touchent aussi aux métiers de la mode. Cette orientation très professionnelle se traduit par un prix très élevé de 9 500 euros pour le système complet 3D Body Scanner qui comprend toutefois une imprimante 3D et un PC.



JDLI.COM

fait peau neuve !



Etre au courant de tout IMMÉDIATEMENT !

De la cohabitation à la fusion

L'informatique est en pleine mutation et si tous les acteurs ont affirmé qu'il n'y aura pas de cannibalisation entre la tablette et l'ordinateur portable, la réalité serait plutôt qu'il y a eu fusion. On ne parle plus de l'un ou de l'autre mais d'une taille d'écran qui définit désormais le produit. En sept pouces, c'est une tablette car ajouter un clavier ne fait guère sens. Dès le huit pouces, on peut ajouter un clavier sous forme de couverture. A partir du 10 pouces, on peut aussi placer la tablette dans un dock / clavier et en faire un ordinateur 2 en 1. A partir du 11 pouces s'ajoute la possibilité d'un ordinateur qui se transforme en tablette. L'usage est aussi déterminé

par le système d'exploitation. Sous iOS et Android, c'est le tactile qui prime, la productivité sera au second plan. Sous Windows, c'est la productivité et la compatibilité qui priment sur un usage tactile moins évident. Logiquement, il y a plus d'Android en petite taille et plus de Windows en grande. Pour autant, on trouve désormais du Windows dès le sept pouces à 129 euros. Google joue les trouble-fêtes en 11 à 13 pouces avec les Chromebook qui rappellent le netbook d'antan. Le système détermine aussi de plus en plus le niveau de gamme. Les tablettes sous Android sont majoritairement entrée de gamme, voire carrément bradées alors que les tablettes Apple

demeurent élitistes et que Windows se situe entre les deux. Pour les notebooks traditionnels, le fait remarquable de cet IFA est qu'il est désormais possible d'avoir de l'ultra-portable fin, léger et bien fini dès les 350 euros. C'est donc la variété qui prime et c'est tant mieux. Pour les smartphones, on a atteint une limite et on sent les constructeurs désemparés. Plus grand devient difficile, tout comme plus fin. Une fois que l'on a donc réduit le smartphone à l'écran, que faire ? Ajouter un écran sur le bord comme Samsung avec le Note 4 Edge, pas sûr que cela suffise. La guerre fait donc rage sur l'entrée de gamme où tout semble permis, même la 4G à moins de 100 euros.

Acer donne envie d'IT

Le PC 2 en 1 Switch 10 nous avait convaincus car le système magnétique pour fixer la tablette au dock / clavier est vraiment bien pensé, sans doute même le meilleur convertible du marché à ce format. Logiquement, Acer décline ce concept avec un Switch 11 en 11,6 pouces toujours animé par un processeur Intel Atom à partir de 399 euros. Les portables de la gamme V Nitro renouent avec une tradition d'ordinateurs classiques en 15 et 17 pouces très bien finis et haut de gamme au niveau de l'équipement. Au programme des processeurs Intel Core i5 ou 7 et une carte graphique Nvidia jusqu'à la GTX 860. Pour autant, ces véritables notebooks multimédia sont élégants, fins et légers, 2,4 kilos en 15 pouces. Dans cette taille, une version Black Edition magnifique intègre même une dalle 4K Ultra-HD. Les prix s'échelonnent de 700 à 1700 euros. Le Chromebook 13 est également un très bel objet. Tout de blanc vêtu, ce 13 pouces est très élégant, fin et léger. Animé par un processeur Nvidia K1, il est performant et offre 13 heures d'autonomie. C'est donc une vraie alternative à Windows pour qui accepte les restrictions liées à Chrome, même si elles sont moindres que par le passé. Le modèle non tactile sera vendu 299 euros et le tactile 329 euros. De son côté, le notebook Aspire V13 sous Windows 8.1 met l'ultra-portabilité et l'aspect luxueux à la portée de toutes les bourses. Il pèse 1,5 kilo et il est magnifique tout de blanc vêtu alors que le prix en Intel Core i3 affiche le montant très démocratique de 449 euros avec un disque dur de 1 To. Enfin, le R13 revisite le concept du PC convertible à charnière évoluée. Ce 13 pouces tactile sous Windows 8.1 ne pèse que 1,5 kilo et affiche huit heures d'autonomie. Sa charnière qui enserre l'écran à mi-hauteur permet des utilisations pour le moins originales car l'écran pivote sur son axe. A part la position ordinateur classique, on peut avancer l'écran pour qu'il vienne devant le clavier en usage tactile ou encore le mettre à plat sur le clavier pour en faire une tablette. Le R13 peut aussi se placer en mode tente pour regarder une vidéo ou encore en position chevalet écran à l'envers pour un usage tactile agréable sur les genoux. C'est très astucieux. L'écran dépasse le Full-HD en 2560 x 1440 pixels, le processeur est au choix un Intel Core i5 ou 7 et les prix s'échelonnent entre 1 000 et 1 700 euros.

Côté tablette, la gamme s'enrichit d'une Tab 10 en 10 pouces comme son nom l'indique.

Equipée en Android 4.4 avec un processeur Mediatek quadruple cœur ainsi que d'une dalle Full-HD, elle affiche le

tarif raisonnable de 199 euros. Plus inattendue, la Tab 8W est une tablette de huit pouces sous Windows 8.1. Fine et bien finie, elle intègre un processeur Intel Atom quadruple cœur, le tout pour seulement 149 euros.



Thomson Computing Ambition française

La marque Thomson Computing a pour particularité marquante d'être française et de concevoir ses produits en région parisienne. Ces produits font partie de familles dans lesquelles on a plus l'habitude de trouver des géants coréens ou chinois, soit l'informatique et la tablette. Et les gammes proposées par Thomson sont d'une largeur et d'une diversité qui cherchent leur égal, même en Asie. En tablettes, deux gammes distinctes, Neo et Hero, couvrent tous les besoins. La gamme Neo offre de la qualité à un prix serré. Pour autant, le design comme la finition sont très soignés, avec notamment le recours à l'aluminium. Un processeur double cœur et surtout la version 4.4 d'Android garantissent des performances suffisantes. C'est surtout le modèle huit pouces avec son design angulaire atypique mais très réussi qui plaît d'emblée. Il est proposé au prix public de 99 euros. La gamme Hero monte en gamme avec deux spécificités remarquables, une finesse extrême et un haut niveau d'équipement, dont un écran IPS Full-HD et un processeur quadruple cœur. Avec 6,5 mm d'épaisseur seulement, le modèle huit pouces se paie même le luxe d'être le plus fin du marché. Le design est très soigné aussi alors que le prix ne s'envole pas à 149 euros. Nous vous avions déjà présenté la gamme d'ordinateurs 2 en 1 suite au MedPi, rappelons qu'elle a la particularité de proposer des modèles 10 pouces à couverture/clavier et à clavier coulissant qui sont « dual boot », soit fonctionnant au choix sous Windows 8.1 ou Android 4.2. Le nouveau modèle THBK2 qui sera disponible en 10 et 11,6 pouces sous Windows est une tablette qui s'enfiche dans un dock clavier, se transformant ainsi en ordinateur. Le dock peut être équipé d'un disque dur de 500 Go qui vient épauler en mode notebook la mémoire de la tablette, une riche idée. Ce modèle devrait coûter 499 euros. Thomson enrichit aussi ses gammes 2 en 1 avec des tout-en-uns à la fois tablette et ordinateur de bureau pouvant fonctionner sur batterie. Le premier modèle sera un 19 pouces là encore dual boot combinant Windows 8.1 et Android 4.4. A signaler aussi que Thomson propose une très large gamme d'accessoires pour tous ses modèles de tablettes et d'ordinateurs avec notamment des housses, des souris, des claviers, etc. C'est un bon moyen pour maximiser le panier lors de l'achat initial en rayon.



Devalo aussi rapide que par le fil

Aujourd'hui, un réseau filaire moderne propose un débit de 1 Gbit/s. Du moins en théorie car en pratique, c'est plutôt la moitié car il y a toujours des pertes par la distance et le partage. Devolo propose désormais des prises dLAN 1200+ qui offrent le même débit en passant par le courant électrique de la maison, voire un peu plus (débit maximal à 1,2 Gbit/s). Et comme elles sont dotées de la technologie Range+, qui utilise efficacement la prise terre, la stabilité du débit est tout aussi comparable au filaire. Cela permet de créer un réseau domestique ultra-performant juste avec des prises de courant. Et aujourd'hui

un tel débit est tout à fait d'actualité, par exemple si on est connecté à Internet en très haut débit. Cela permet aussi de copier des fichiers très lourds en un clin d'œil et de streamer plusieurs flux vidéos HD. C'est particulièrement utile pour échanger entre la TV et le PC ou entre ordinateurs. Le plus intéressant sera encore d'avoir un disque dur réseau (NAS) qui centralise toutes les données et les distribue aux appareils concernés. La prise dLAN 1200+ WiFi ac y ajoute en plus un point d'accès en WiFi AC égalent à la même vitesse. On profitera donc de débits similaires en se connectant en WiFi avec ses appareils mobiles, smartphone, tablette, notebook.

D-Link Multiroom recyclé

Vous disposez déjà d'une chaîne audio dans plusieurs pièces, vous avez des enceintes amplifiées sans fil ou non, vous avez une station d'accueil iPhone : pourquoi ne pas les recycler pour en faire un système multi-room ? C'est le postulat de départ de Music Everywhere. Il s'agit d'un petit boîtier WiFi à brancher sur une prise de courant. Il va se relier à votre réseau domestique et au passage amplifier le signal autour de lui. Reste à connecter votre enceinte ou chaîne audio existante sur la sortie audio mini-jack et c'est parti ! Compatible DLNA et AirPlay, il est possible d'envoyer de la musique à l'enceinte pourvu que l'appareil source soit relié au réseau. Ainsi à partir d'un iPhone, on peut streamer la musique du smartphone mais aussi celle de la bibliothèque iTunes des ordinateurs de la maison. Sous Android, cela se fera par le protocole DLNA et par Windows Media Player, un protocole dont le fonctionnement est moins évident qu'AirPlay. L'adaptateur multi-room mydlink Home Music Everywhere est annoncé à 59 euros.



Lenovo



Une tablette en attendant

De nombreuses nouveautés pour Lenovo lors de cet IFA. On passera malheureusement sur les smartphones Vibe qui ne seront pas disponibles en France car Lenovo attend la finalisation du rachat de Motorola pour se lancer dans l'Hexagone. Du côté tablette, c'est la Tab S8 qui attire l'attention. Extrêmement fine et légère avec un poids de 275 grammes, elle dispose aussi d'un écran huit pouces légèrement au-delà du Full-HD en 1900 x 1200 pixels. La finesse d'affichage est exceptionnelle et luminosité comme le contraste sont élevés. Autre particularité, la Tab S8 est alimentée par un processeur Intel Atom dernière génération quadruple cœur qui allie de bonnes performances à une consommation réduite. L'autonomie est de sept heures et il y a 16 Go d'espace pour le stockage. C'est la dernière version d'Android 4.4 qui est intégrée. La Tab S8 sera vendue 199 euros.

Table tactile ultrafine

Le Horizon 2s est un tout-en-un tactile de 19,5 pouces qui fonctionne sous Windows 8.1. En repliant son trépied, il se transforme en table tactile que l'on utilise à plat. Cette tablette géante est vraiment mobile car elle fonctionne sur batterie près de trois heures. Surtout, le Horizon 2s est incroyablement fin et ne pèse que 2,5 kilos, un exploit. En mode table tactile, l'interface Aura permet de partager à plusieurs vidéos et photos. Quatre-vingt jeux et applications sont préinstallés pour se divertir avec les accessoires comme les dés, les manettes et les palets. Pour envoyer une photo de son smartphone à la table tactile, il suffit de le secouer après avoir installé l'application.



Des ordinateurs modernes



Lenovo investit de plus en plus la catégorie des ordinateurs pour joueurs, avec notamment le Y70 Touch qui fait beaucoup évoluer le notebook gamer souvent associé à lourdeur et peu d'autonomie. Il dispose d'un écran Full-HD tactile, ce qui le destine aussi au multimédia de luxe. Côté graphique, la carte Nvidia GeForce GTX 860 assure suffisamment de

performances aux derniers titres 3D. Le processeur sera logiquement un Core i d'Intel jusqu'à l'i7. Malgré ces caractéristiques extrêmes, le poids n'est que de 2,4 kilos ce qui pour un 17 pouces est vraiment très léger. L'autonomie de cinq heures est tout aussi remarquable et le clavier est rétro-éclairé pour jouer dans la pénombre. Enfin cerise sur le gâteau, il est beau et bien fini. L'ordinateur multi-mode Flex 15 Pro est le premier modèle convertible en 15 pouces qui soit réellement fin et léger tout en intégrant des composants très performants. Tous ceux qui veulent plus d'espace pour l'affichage mais qui ne veulent pas renoncer à la mobilité et à l'usage tactile seront comblés. En effet, le Flex 15 Pro dispose d'un écran tactile Full-HD et permet un usage en mode chevalet sur les genoux pour plus de confort en tactile. Le

processeur Core i d'Intel est assisté par une carte graphique Nvidia et le stockage peut être au choix un disque dur hybride ou un SSD, selon que l'on privilégie l'espace ou la rapidité. Le Flex Pro est aussi un bel objet avec un châssis en aluminium mais surtout son poids demeure raisonnable à 2,5 kilos et l'autonomie est longue avec huit heures sur une charge.



Travail tactile

Le Thinkpad Helix est déjà une tablette Windows équipée en processeur Intel Core M, le dernier-né de la gamme pour l'ultramobile. La tablette ne pèse que 800 grammes pour un écran 11,6 pouces Full-HD. Une fois enfichée dans le dock / clavier, elle se transforme en notebook ultra-portable dernier cri. D'autres positions sont possibles comme le mode tente et un mode chevalet pour travailler en tactile, le Helix sur les genoux. C'est un Thinkpad et il s'adresse donc aux professionnels. Il présente tous les gages de sécurité et il est équipé en Windows 8.1 Pro.



IFA
2014

Asus y croit

■ Même si le marché des tablettes sept pouces est difficile suite à la déferlante de modèles no-name à prix plancher, Asus continue de croire au goût pour le luxe et l'exception de la part de certains consommateurs. Ainsi, Asus lance une Memo Pad 7 répondant au doux nom de ME572. Parlons un peu technique, la tablette intègre un processeur Atom 64 bits (Z3560), fonctionne sous Android 4.4 et intègre 2 Go de mémoire vive. Côté stockage, on aura droit à plusieurs versions, 16 ou 32 Go. La dalle est une version IPS 1920 x 1200 pixels, soit au-delà du Full-HD. La tablette ne pèse que 279 grammes. La finition est vraiment exceptionnelle, avec un dos métal, entre cuivre et champagne rosé. Le prix n'est pas outrancier pour autant puisque la tablette sera commercialisée à 200 euros.



Asus Netbook 2.0

■ Asus est quand même une marque qui a de la suite dans les idées. Après avoir inventé le concept de netbook il y a quelques années, elle nous refait le coup, avec un nouveau concept d'Eeebook. Le X205 ressemble à un netbook. Il est petit et léger et plutôt sympa à regarder, avec ses couleurs flashy dont un rouge particulièrement réussi. Il faut d'ailleurs reconnaître que la finition est exceptionnelle au regard du prix. A l'intérieur, c'est un processeur plutôt modeste qui officie, un Intel Atom qui suffit amplement à la productivité et au multimédia léger. Le stockage devrait être au choix en 32 ou 64 Go SSD. L'écran de 11,6 pouces est en HD et la batterie est censée tenir 12 heures. Il faut bien avouer que ce netbook 2.0 fait envie, surtout au prix de 200 euros en 32 Go.

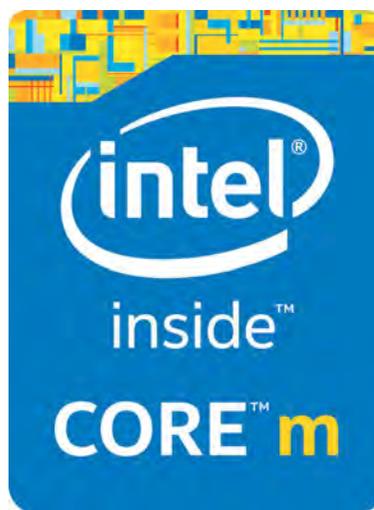


Asus Du solide pour jouer

■ Evidemment, le PC est devenu désormais mobile à plus d'un titre mais il reste un village d'irréductibles gamers, apparemment réunis en république à en croire la ligne de produits Asus ROG (Republic of Gamers), qui pense à juste titre d'ailleurs que le jeu vidéo doit bénéficier des avantages d'une solution desktop. Et pour eux, Asus présentait à l'IFA 2014 une série de PC fixes assez luxueux et surtout peu encombrants qui permettent de jouer dans de très bonnes conditions. Les spécifications sont d'ailleurs à l'avenant. Si on extrait le ROG G20AJ du catalogue, il proposera un processeur Intel Core i7, une carte graphique Nvidia GTX 780 (ah oui, tout de même), 16 Go de mémoire vive, 1 To de disque en plus d'un SSD 128 Go, le tout pour 800 euros environ. Interrogé sur le sujet, Asus nous confie qu'il se pourrait bien qu'une Steambox basée sur une plate-forme Asus voit le jour d'ici peu.



Intel Core m Musclé mais peu gourmand



■ Lors de l'IFA, Intel a lancé le nouveau processeur Core m. Il se destine principalement à la catégorie émergente des ordinateurs 2 en 1 et autres tablettes sous Windows. Une majorité de constructeurs ont déjà annoncé son intégration, dont Acer, Asus, Dell, HP, Lenovo et Toshiba. Le Core m est donc conçu pour offrir un maximum de performances au sein d'équipements ultra-mobiles et ultra-fins qui pourront se passer de ventilateur. Les performances devraient être nettement supérieures à celles d'un Core i5 basse consommation (10 à 50%) mais en réduisant de 20% la consommation électrique. La partie graphique HD5300 devrait être plus performante aussi de son côté. Cette évolution est surtout rendue possible par la gravure qui se fait désormais en 14 nm. La taille du processeur sur sa carte est réduite de 50% et avec 4,5 W l'enveloppe thermique est réduite de 60%, toujours par rapport à la génération Core i précédente. Tout cela va permettre aux fabricants d'intégrer le Core m dans des appareils très fins, soit environ neuf millimètres. Le Core m sera donc l'arme privilégiée pour équiper une tablette, un ordinateur 2 en 1 ou un netbook ultra-portable qui disposera de toute la performance nécessaire pour faire fonctionner Windows 8.1 et ses logiciels tout en assurant une autonomie de plus de 10 heures et une finesse comme un poids des plus réduits. Vingt appareils à base de Core m ont déjà été annoncés.

Doro Seniors exigeants

L'entreprise suédoise a profité de ce salon pour présenter son dernier téléphone dédié aux seniors. Contrairement à une bonne partie des téléphones de ce type, le Liberto 820 n'est pas particulièrement castré tant d'un point de vue logiciel que matériel. On trouve donc un appareil doté d'un écran de 4,5 pouces, d'un capteur photo 8 Mpixels et surtout fonctionnant sous un Android certifié. On retrouvera donc toutes les applications Google mais aussi le Play Store, une chose assez rare pour être mentionnée.

Téléphone pour seniors oblige, l'appareil dispose de grosses touches physiques (et un gros bouton d'alerte) ainsi que d'une surcouche simplifiant l'usage de l'appareil. Outre une interface plus basique, le téléphone embarque quantité de tutoriaux interactifs pour chaque usage. Si cela ne suffit pas, il est possible pour un proche ou même le SAV Doro d'en prendre le contrôle à distance.

Le Liberto 820 se démarque en ciblant des personnes souhaitant utiliser un smartphone performant mais doté d'une prise en main aisée. Le Liberto 820 sera disponible mi-octobre pour 260 euros.



Acer Luxe pour tous

Après une annonce en mai, cet IFA aura été l'occasion pour Acer de nous faire prendre en main son nouveau modèle phare, le Liquid Jade. La stratégie d'Acer est de proposer un smartphone haut de gamme à un prix abordable de 229 euros. Certes nous ne sommes pas fans de la finition glossy du plastique mais en contrepartie, le Jade est extrêmement compact et léger. On n'a vraiment pas l'impression de manipuler un smartphone doté d'un écran de cinq pouces. L'écran 720p était tout à fait lisible sous les projecteurs du salon et le système Android 4.4 est parfaitement fluide. Le processeur Mediatek quadruple cœur est alimenté par une batterie de 2000 mAh ce qui ne devrait permettre de passer une journée d'utilisation.

Acer a aussi dévoilé le Liquid Z500 dont les composants sont quasi identiques au Jade mais pour un prix de 149 euros seulement. Pour arriver à un tarif aussi bas, il fallait faire des compromis. Le design est moins soigné et les matériaux sont un peu moins qualitatifs. Le capteur photo est lui aussi rétrogradé, passant de 13 à 8 Mpixels. Pour finir, on en sait un peu plus sur le bracelet connecté de la marque. Ce dernier arrivera dans le courant du mois de septembre en exclusivité chez Amazon pour 99 euros. Côté fonctions, rien que du très classique avec la mesure de l'activité et les notifications. Il est compatible avec tous les smartphones Android et affiche une autonomie respectable de cinq à sept jours.



IFA
2014



Philips MMD Du bel affichage

Peu de moniteurs étaient présentés sur le salon. Nous avons cependant trouvé quelques nouveautés intéressantes chez Philips MMD qui mise à l'évidence sur le haut de gamme pour retrouver un peu de marge sur un marché en pleine déliquescence. On commence fort avec un moniteur 21:9ème de luxe, affichant une résolution de 3840 x 1440. Cette résolution offre un espace de travail confortable et une hauteur plus intéressante que celle des précédents 21:9ème que nous avons rencontrés. Comme toujours chez Philips, la finition est vraiment soignée. Il devrait nous arriver en novembre pour un prix de 899 euros. On continue avec le 272P4, un moniteur à destination des professionnels de l'image avec des baffles anti reflets, une résolution WQHD et une compatibilité Adobe RGB, pour des couleurs plus fidèles à l'impression. Pas de prix ni de disponibilités pour l'instant sur ce modèle. En revanche, plus proche de nous, le modèle 272G5 devrait nous arriver prochainement pour 650 euros. C'est un 27 pouces à destination des joueurs offrant une résolution Full-HD mais un taux de rafraîchissement de 144 Hz. Surtout, il est compatible Nvidia G-Sync, ce qui ferait un troisième modèle sur le marché, après l'AOC et l'Asus.



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



**LES ENFANTS
FONT AUSSI
LEUR SHOW !**



**LA COUPE DU MONDE
DES JEUX VIDÉO**



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

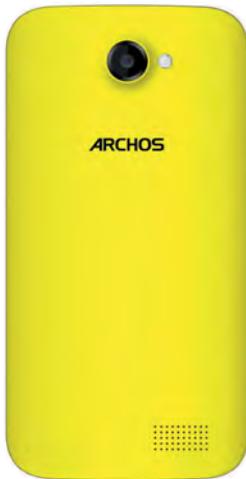
Equipe Communication

Emmanuelle GONIDEC

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

Vivien TRAPENARD

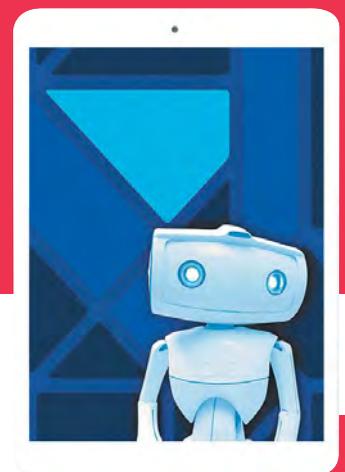
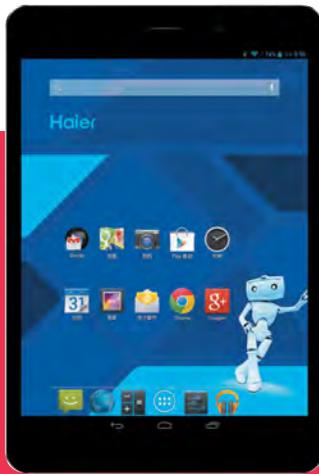
Assistant E-communication
+ 33 (0)1 76 77 13 92
vivien.trapenard@comexposium.com



Archos De la 4G à prix cassé

■ Au milieu d'un IFA un peu morose, l'ambiance était un peu plus joyeuse sur le stand Archos. La marque française déclare avoir plutôt bien réussi son entrée sur le marché des smartphones il y a maintenant un an. Chez Archos, on était aussi particulièrement fier de proposer pour la première fois un smartphone 4G sous la barre des 100 euros. Pour arriver à ce prix, il a fallu faire des choix et c'est principalement l'écran qui en a fait les frais avec une résolution assez basse de 854 x 480 pixels pour un 4,5 pouces. Il n'empêche que le 4S Helium est sinon plutôt réussi. Au rayon des « vraies »

nouveautés, il y avait surtout un Windows Phone. Un pari osé au vu de la domination sans partage de Nokia/Microsoft sur le petit marché que représente cet OS. Le Cesium 40 intègre une dalle de quatre pouces et il est propulsé par un processeur Qualcomm Snapdragon 200. Pour le design, c'est du basique mais on aura droit à du bleu et du jaune en plus du traditionnel noir. Le prix est une nouvelle fois très agressif puisqu'il sera vendu dès septembre pour 79 euros. Si le fait que Windows Phone soit relativement normé garanti des performances correctes, on se demande tout de même si Archos va pouvoir se faire entendre. Un nouveau modèle Android, le 50B Platinum est aussi de la partie. Très classique du point de vue configuration, il se démarque par un prix agressif et une série de faces arrière en couleur ainsi qu'une housse livrée avec le téléphone pour seulement 129 euros. Archos nous réservait une petite surprise sur son stand, un bonnet musical, le Music Beany. Il fonctionne en Bluetooth et à notre grande surprise offre un son tout à fait acceptable et une bonne isolation, tout en faisant office de mains-libres. Pour 29 euros, c'est un accessoire tout à fait sympathique.



Haier Sexy mais abordable

■ La tablette HaierPad W81 est une huit pouces tournant sous Windows 8.1. Les caractéristiques sont similaires à celles de la concurrence avec un processeur Intel Atom quadruple cœur et un écran HD. En revanche, le design est très soigné pour ce niveau de prix, avec une coque en aluminium plutôt jolie. Autre bonne surprise, un clavier et une housse sont fournis avec la tablette, ce qui est inhabituel pour un modèle

vendu 200 euros. Dans la série des produits très attractifs, on note également la HaierPad 782, une 7,8 pouces très bien finie en aluminium et dotée d'un processeur octuple cœur. L'écran se paie même le luxe de dépasser le Full-HD avec une résolution de 2048 x 1536 pixels. Et pour toute cette débauche de technologie, il ne faudra déboursier que 199 euros. La 971 est dans la même veine avec un écran de 9,7 pouces à la

même résolution, une finesse extrême de 7,6 mm et un processeur quadruple cœur cadencé à 1,8 GHz, le tout pour 249 euros cette fois. Du côté des smartphones, c'est le HaierPhone W861 qui retient l'attention avec son design coloré plutôt sympathique. Bien fini et très fin, ce smartphone de cinq pouces propose un écran HD et un processeur Qualcomm quad-cœur pour seulement 149 euros.

Polaroid Windows me voilà !

Après des tablettes Android l'an passé, Polaroid se met aux modèles Windows. Les Computab 8 et 10,1 seront équipés de l'inévitable processeur Intel Atom et disposeront d'écrans HD. La 10 pouces sera vendue moins de 200 euros, un bon placement tarifaire. Polaroid semble vouloir titiller le quasi-monopole de fait que Nokia a sur le marché des Windows Phone avec le WinPro 5. Comme son nom l'indique, on est en présence d'un modèle de cinq pouces doté d'un écran HD. L'appareil est particulièrement fin (7,2 mm) et plutôt joli avec sa coque colorée. Arrivée prévue pour octobre à 200 euros. Au passage, on aura aussi droit à une paire de smartphones Android 4G avec les Cristal 4.5 et Cristal 5. La particularité essentielle est le prix du premier modèle qui passe à son tour sous la barre des 100 euros. Pour le cinq pouces, ce sera 119 euros, plus que raisonnable donc pour de smartphones basiques mais attrayants.



Samsung Moins grand, plus luxueux

Le Galaxy Alpha se contente d'un écran de 4,7 pouces comme un certain iPhone 6. L'accent a été mis sur l'apparence et la qualité perçue en visant sans doute le même public que son concurrent. Le design est nettement plus réussi que sur les précédents modèles avec notamment un beau cadre en aluminium et des plastiques plus nobles. En France ne verront le jour que la version or et argent avec un dos très brillant dont on peut craindre qu'il soit un peu trop bling-bling pour le public français. Si très curieusement l'écran AMOLED n'est que HD, le reste des composants est à la hauteur du S5 avec un processeur rapide, le capteur de fréquence cardiaque, etc. L'appareil photo perd en pixels et se contente de 12 Mpixels, de même on cherchera en vain en emplacement pour carte SD. Cette politique d'amaigrissement est un peu curieuse sur un produit ultra haut de gamme à 600 euros où la concurrence propose des matériaux plus nobles et un équipement plus performant.



Western Digital Passeport sans fil

Sur le stand Western Digital, une seule nouveauté cette année : le My Passport Wireless. Derrière ce nom ne se cache pas une pièce d'identité connectée mais un disque dur capable de partager son contenu en WiFi. Il pourra fournir du contenu à huit utilisateurs en même temps. Un lecteur de cartes SD permet de sauvegarder facilement ses photos et l'autonomie annoncée est de six heures de lecture continue. La présence des logiciels de backups de Western Digital est toujours intéressante. Trois versions seront proposées : 500 Go, 1 To et 2 To.



ZAGG rend l'iPad productif

Connu pour ses protections d'écran Invisibleshield, l'Américain Zagg dévoilait sur son stand le Folio, une housse clavier pour iPad Air. Jusqu'ici rien de bien original mais ce modèle se distingue par une très grande finesse, un espace de clavier très étendu et surtout une charnière efficace permettant d'utiliser facilement son iPad en mode paysage. Le rétro-éclairage des touches est aussi bien pratique pour ceux qui aiment travailler dans le noir. Le design est un peu industriel mais la finition s'avère très satisfaisante. Le prix devrait avoisiner les 100 euros.

Samsung

Du Note dans les coins

■ L'introduction d'un cadre en aluminium est le premier changement majeur pour le Note 4 par rapport au prédécesseur. Réclamé depuis longtemps par les utilisateurs, Samsung utilise enfin des matériaux plus nobles. Pour le moment, il faudra se contenter du cadre. C'est très joli et bien fini mais on aurait bien aimé que le dos ait droit au même traitement. Techniquement, le Note 4 est on ne peut plus au goût du jour avec une dalle super AMOLED 2560 x 1440 pixels de 5,7 pouces et un processeur Qualcomm Snapdragon 805. Côté photo, c'est un capteur de 16 Mpx qui a été choisi. Caractéristiques mises à part, le Note 4 représente pour nous un beau pas en avant de la part de Samsung, en particulier pour la finition. Le Note 4 Edge est techniquement quasi identique au Note 4 à l'exception de son écran qui est incurvé sur le bord droit. Techniquement, la performance est admirable et d'un point de vue esthétique le résultat est superbe. Reste que nous ne sommes pas tout à fait convaincus de l'utilité. D'une part, cette courbe ne se traduit pas par un meilleur confort, les bords mordant dans la main. D'autre part, l'espace supplémentaire n'est pas utilisé de manière particulièrement intéressante. On gagne une barre d'icônes et de notification mais guère plus..



Samsung

Oculus Galaxy

■ Nous avons pu essayer le Galaxy VR, un casque de réalité virtuelle conçu en collaboration avec Oculus. L'originalité réside dans l'association au smartphone Note 4 ce qui évite de faire payer pour tout ce qui est cher. Il suffit de clipser le téléphone à l'armature et de brancher le câble USB. Un petit pavé tactile accompagné d'un bouton a été ajouté sur un côté du casque. Une fois sur le crâne, le casque est confortable et se fait vite oublier. Les angles de vue sont un peu réduits (96° contre 100 sur l'Oculus DK2) mais la qualité d'affichage est bien meilleure grâce à la dalle au-delà du Full-HD. Lors des démonstrations, on remarquait quelques problèmes de réactivité avec des couleurs qui débordaient lors de mouvements rapides. Le point le plus intéressant de cette collaboration est probablement la boutique d'applications et de contenus mise en place avec Oculus. Comme nous le pensions, cette dernière fait la part belle aux films, avec un lecteur officiel et la collaboration de plusieurs gros studios comme Marvel ou Legendary. Pour le jeu, cela reste pour le moment assez limité, on a pu voir par exemple un Temple Run à la première personne. Divertissant mais pas renversant. La date de sortie française est encore inconnue, il faut en effet aux équipes locale le temps de négocier au cas par cas des contenus avec les ayants-droits.



Toshiba

La mobilité abordable

Le Japonais présentait un ChromeBook 2 très réussi. Toshiba a définitivement mis les petits plats dans les grands pour cette nouvelle génération avec un châssis très fin, une belle finition et le choix entre une dalle Full-HD ou HD. La sortie est prévue pour le premier trimestre de l'an prochain. On remarquait aussi le CL10-B Cloudbook, une sorte de netbook luxueux doté d'une version de Windows 8 modifiée par Microsoft pour faire la part belle à Bing et donc concurrencer les ChromeBook qui rencontrent un grand succès aux Etats-Unis. Beau et bien fini, cet ultraportable de 11,6 pouces met l'ultra-mobilité à la portée de tous en étant vendu 249 euros avec 32 Go de stockage et 100 Go dans le Cloud offerts. Le Satellite Radius 11 est un convertible 11,6 pouces façon Yoga de Lenovo avec une charnière qui permet de replier l'écran à 180 degrés derrière le clavier pour une transformation en tablette. Avec un poids contenu de 1,3 kilo et une finesse impressionnante de 22 mm, le Radius a aussi pour particularité d'être très abordable (à partir de 349 euros). En revanche, il faudra se contenter de processeurs modestes, des Intel Celeron ou Pentium. Toshiba se lance aussi dans la tablette Windows abordable, se payant même le luxe d'être la moins chère du salon à 129 euros. L'Encore Mini est une sept pouces équipée d'un processeur Intel Atom quadruple cœur. Reste à voir la pertinence de Windows dans ce format.



Sony

Trois Z3

La politique de Sony de renouveler son haut de gamme smartphone tous les six mois continue avec l'annonce officielle du Xperia Z3 lors du salon. Comme d'habitude, l'évolution se fait à petits pas. On remarque tout de même que le design s'est arrondi, ce qui a pour résultat de rendre la prise en main un

peu plus confortable. La finition est toujours aussi bonne et on conserve la certification IP68. Les choix de composants surprennent cependant un peu. En effet, pas de Qualcomm Snapdragon 805 au menu mais une révision du 801 cadencée un peu plus rapidement. Un choix étonnant pour un téléphone censé être toujours doté des technologies les plus récentes. Même constat au niveau de l'écran, où l'on doit se contenter du Full-HD en lieu et place du WQHD qui se généralise dans le haut de gamme. En revanche, l'autonomie est censée avoir été fortement améliorée et atteindrait sans problème les deux jours, ce qui compense largement la résolution. Fidèle aux habitudes prises depuis quelques générations, Sony décline le concept Z3 sur plusieurs appareils. Ainsi le Xperia Z3 Compact reprend tous les composants mais avec un écran de 4,6 pouces. Il est très confortable à utiliser et ne devrait pas faire face à beaucoup de concurrence en dehors du Samsung Alpha moins bien équipé mais 100 euros plus cher. Effectivement, le Z3 et le Z3 compact seront disponibles en octobre pour respectivement 679 et 499 euros. Sony décline aussi ses tablettes haut de gamme avec la Xperia Z3 Tablet Compact. Ce modèle de sept pouces conserve le très beau design des téléphones et elle s'avère particulièrement fine (6,4 mm). Très belle et très puissante, cette tablette arrivera aussi en octobre et sera logiquement assez chère à 379 euros. Comme sa grande sœur, elle devrait s'imposer comme la référence haut de gamme dans sa diagonale. Ces trois modèles sont capables d'effectuer du Remote Play en WiFi avec la console PS4 ! Le flux vidéo est envoyé sur l'écran de la tablette/smartphone qui peut être fixé sur une manette de PlayStation 4 pour jouer. C'est plutôt bien pensé, avec des fonctions amusantes comme la possibilité d'utiliser le micro de l'appareil pour jouer à Singstar.



Gag

Et voici le self...fish !

L'objet le plus insolite de ce salon est sans nul doute la canne à pêche équipée d'une caméra au bout de l'hameçon pour voir le poisson se faire ferrer. Nemo pourra aussi faire de selfies !



Le Hi-Tech incontournable en cuisine

IFA
2014

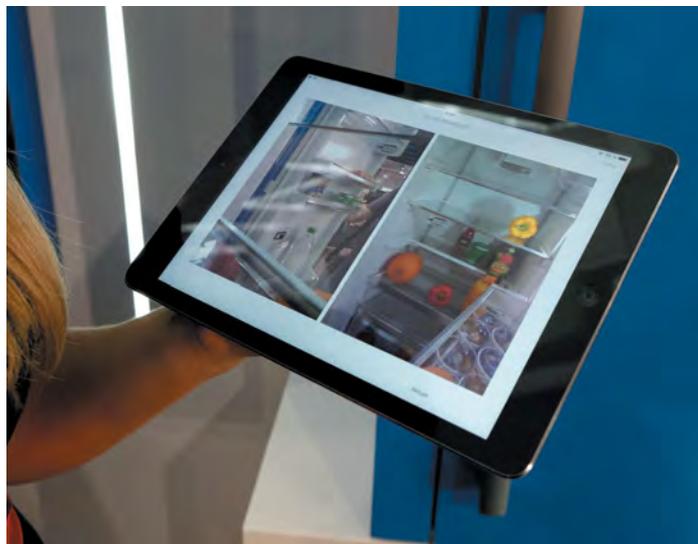
Ce que l'on appelle le blanc dans le jargon des constructeurs ne peut plus faire abstraction de la technologie, et plus particulièrement de la connexion. Après des décennies sans évolution d'usage majeure, les lave-linges, réfrigérateurs et autres plaques de cuisson se mettent au diapason des appareils électroniques. Il est vrai que remplacer les boutons innombrables à combiner pour obtenir le bon programme sur une machine à laver par un écran tactile avec des icônes évidentes à comprendre semble être une concession minimale à la modernité. Surtout que c'est une simplification qui permet plus de personnalisation car ensuite chaque programme

peut se modifier finement, voire il est possible d'en créer d'autres sur son smartphone pour les transférer sur la machine. Par ailleurs, on se dit que finalement, quel intérêt d'avoir un écran sur chaque appareil de la cuisine alors qu'une seule tablette ferait l'affaire et permettrait de baisser les coûts de chaque machine individuellement ? Pour autant, il ne faut pas partir dans le délire du tout connecté. Le réfrigérateur qui commande ce qui manque tout seul est plutôt une régression ergonomique car il faut scanner chaque produit en amont. A moins que dans un futur proche le frigo soit capable d'identifier par lui-même ce que l'on met dedans. La caméra qui permet de voir ce qu'il y a dans le réfrigérateur sans l'ouvrir

représente en revanche une réelle avancée pour la consommation et le bien-être des aliments. C'est d'ailleurs au niveau de l'économie d'énergie que la haute technologie peut aussi avoir un effet bénéfique sur l'électroménager. De son côté, l'aspirateur robot fait des progrès également. Samsung a trouvé une solution pour qu'il soit à la fois silencieux et puissant, pouvant enfin remplacer le modèle traditionnel plutôt que de le compléter. Enfin, la domotique semble vouloir s'immiscer dans la cuisine ou plutôt intégrer l'électroménager au reste de ce qui est pilotable par un smartphone. Ces concepts de maisons entièrement pilotables fleurissent sur le salon, notamment chez Samsung et Sony.

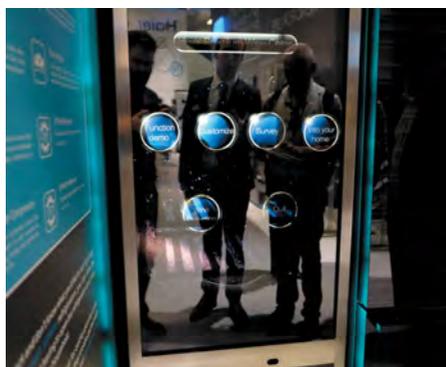
Haier œnologue

En électroménager connecté, on peut toujours compter sur Haier pour présenter des concepts innovants. Cette fois-ci, il s'agit d'une cave à vin dont la porte est un panneau LCD transparent. Cette technologie permet de voir ce qu'il y a dans la cave ou d'afficher des informations. Il est même possible d'adresser le panneau localement, soit de le laisser transparent par endroits et d'afficher des informations à d'autres. Cela permet par exemple de montrer une bouteille et d'afficher les informations comme l'étiquette, la température de conservation à cet endroit précis, la durée de présence de la bouteille dans la cave, etc. Avec une application, la cave permet de gérer avec beaucoup de précision sa collection de grands crus. Et si on en boit un, ce qui est quand même l'idée, la cave peut chercher sur le Web le même au meilleur prix. Toujours dans la logique de l'affichage sur toutes les surfaces, Haier démontre aussi qu'il pouvait afficher en surimpression sur quasiment toutes les matières. Ainsi, sur le réfrigérateur, il suffit de tapoter du doigt et les informations apparaissent. Ensuite, on peut modifier les réglages en tactile puis au bout de quelques secondes on retrouve la surface d'origine. Plus proche de nous et de notre quotidien, Haier montrait un lave-linge déjà en vente en Chine. Celui-ci se pilote par un grand écran tactile couleur. Il permet de choisir aisément un des nombreux programmes mais aussi d'en modifier tous les paramètres plus facilement. Ensuite, il est même possible de créer de nouveaux programmes par une application et de les transmettre à la machine pour les ajouter.



Bosch La vraie bonne idée

Sur le stand de Bosch, on a trouvé tout simplement la meilleure idée toute simple pour réaliser des économies d'énergie. Dans le réfrigérateur, deux caméras sont installées. Quand vous fermez la porte, juste avant que la lumière ne s'éteigne, une photo du contenu du frigo est envoyée à une application sur tablette. Comme ça, si plus tard vous voulez savoir ce qu'il y a dans votre frigo, vous n'avez pas besoin de l'ouvrir. Simple et astucieux. Accessoirement, cela devrait aussi permettre d'identifier qui a bien pu prendre la dernière bière...



Panasonic Cuisine magique

■ Sur le stand de Panasonic, on pouvait voir une cuisine qui tenait plus de la magie qu'autre chose. Déjà, la cuisine dispose d'un placard réfrigéré. Ensuite, la plaque de cuisson intelligente à induction est capable de peser toute seule les aliments et de les maintenir à une température voulue. On peut aussi y connecter tout un tas d'accessoires comme un grill à steak. Et c'est là qu'arrive la magie, la plaque à induction est capable de touiller automatiquement. C'est assez impressionnant. Pas de quoi mettre les fées au chômage mais elles devraient envisager sérieusement une reconversion.



Whirlpool La tablette de cuisson

■ Chez Whirlpool/Bauknecht, la table de cuisson se mue en centre de commande numérique. Elle permet de centraliser les informations issues des autres appareils connectés de la maison, comme la durée restante sur le sèche-linge. A terme, si elle est connectée au réfrigérateur, la table de cuisson peut aussi suggérer des recettes basées sur les ingrédients en stock. Elle permet aussi de gérer ses réseaux sociaux pendant que l'on fait cuire les pâtes : Facebook, Twitter, Pinterest. C'est une innovation certaine, maintenant il n'est pas certain que cela ne fasse pas double emploi avec une tablette toute simple



Dyson L'aspirateur à chenilles

■ Il existe des aspirateurs robots tellement ridicules qu'ils servent surtout de moyen de transport pour votre chat un peu fainéant. Et puis il y a le tank de chez Dyson. L'approche est radicalement différente de celle des autres constructeurs, comme toujours. L'engin est ici monté sur chenille, pour ne pas s'embourber dans la moquette. On retrouve le système d'aspiration cyclonique de Dyson, évidemment. Mais surtout, là où les concurrents font appels à de multiples capteurs, le robot exploite une caméra 360 degrés montée sur le dessus. Elle permet de cartographier l'environnement, tout simplement en se basant sur les changements de perspective liés au déplacement du robot. C'est une solution intelligente car l'appareil n'a pas besoin de cartographie. Il peut voir à chaque démarrage si les meubles ont changé de place, par exemple. Un capteur est toujours présent sur le bas pour éviter de tomber dans les escaliers. Le Dyson 360 Eye devrait être disponible chez nous début 2015.





NBA 2K15

■ Simulation sportive

■ Le 10 octobre

Après un NBA 2K14 qui se serait écoulé à plus de sept millions d'exemplaires, la simulation de basket continue de s'enrichir avec cette édition 2K15. Développé par le studio Visual Concepts, le titre avait vu l'an dernier l'apparition de quelques équipes de l'Euroleague et cette tendance se confirme avec pour ce volet l'intégralité de la compétition européenne et donc le JSF Nanterre et Strasbourg. Côté gameplay, une jauge de tir fait notamment son apparition mais aussi des nouveaux modes de jeu.

■ **MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Visual Concepts

■ **EDITEUR** 2K Games

■ **DISTRIBUTEUR** Take Two Interactive

■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

Entre **34,99€** et **59,99€**



Super Smash Bros

■ Combat

■ Le 3 octobre (3DS)

■ Hiver 2014 (Wii U)

Quand les grandes figures de l'univers Nintendo comme Mario, Donkey Kong, Link, Pikachu, Little Mac de Punch-out, Fox de StarFox, Samus de Metroid, ou même l'entraîneuse de Wii Fit... mais aussi des invités de marque comme Mega Man (Capcom) ou Sonic (Sega) se donnent rendez-vous dans un jeu de combat, cela ne peut pas passer inaperçu ! Très accessible, Super Smash Bros sait aussi se rendre technique entre joueurs confirmés et s'adresse donc à un très large public. C'est l'un des titres forts de Nintendo pour ses deux consoles en fin d'année, la version Wii U étant prévue « pour l'hiver 2014 », probablement avant la fin d'année.

■ **MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Sora

■ **EDITEUR** Nintendo

■ **DISTRIBUTEUR** Nintendo

■ **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 4

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

45€ environ (3DS)



Forza Horizon 2

■ Simulation

■ Le 3 octobre

Monde complètement ouvert et vivant à explorer librement, 200 bolides fidèlement reproduits (du 4x4 à la bête de course inabordable), jeu solo et multijoueurs imbriqués pour une expérience totale comptent parmi les points forts de Forza Horizon. Sans oublier une touche permettant de rembobiner le temps et de revenir quelques secondes avant un choc violent ! Après un premier volet fin 2012 sur Xbox 360, Microsoft propose un nouveau volet sur la même console mais aussi la Xbox One. Une version qui permet, via le système Drivatar, de peupler l'univers du joueur de pilotes amis même lorsqu'ils ne sont pas en ligne au même moment.

■ **MARKETING**

Non communiqué. Une démo jouable du titre est téléchargeable sur Xbox Live.

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Microsoft Game Studios

■ **EDITEUR** Microsoft Game Studios

■ **DISTRIBUTEUR** Microsoft Game Studios

■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

70€ environ (Xbox One)

55€ (Xbox 360)



NHL 15

■ Simulation sportive

■ Disponible

Pour la première fois, la franchise de hockey sur glace d'EA Sports sort sur next-gen ! Ces versions bénéficient de contenus supplémentaires avec notamment le NHL 15 Content Update qui met à jour le jeu dans le temps, comme par exemple des actualisations du gameplay basées sur les commentaires des joueurs. Le titre est annoncé comme « l'expérience la plus réaliste et la plus détaillée à ce jour », avec un moteur de collision qui concerne les 12 joueurs sur la glace et un effort tout particulier sur le rendu des spectateurs et des patinoires. Deux nouveaux commentateurs prêtent leur voix et un nouveau partenariat avec NBC Sports a été signé.

■ **MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** EA Canada

■ **EDITEUR** Electronic Arts

■ **DISTRIBUTEUR** Electronic Arts

■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

NC



Fifa 15

■ Simulation sportive

■ Le 25 septembre

Qui dit nouvelle saison, dit nouveau Fifa ! Cette année, la référence de la simulation footballistique voit ses gardiens de but améliorés, les stades embellis, le contrôle des joueurs amélioré, une intelligence artificielle plus affûtée, accord avec la Premier League, apparition du championnat turc... Le titre s'annonce donc toujours plus réaliste et immersif. A noter que la version Xbox One bénéficie que joueurs « de légende » en exclusivité.

- **MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** EA Canada
- **EDITEUR** Electronic Arts
- **DISTRIBUTEUR** Electronic Arts
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

NC



Alien Isolation

■ Action/aventure

■ Le 7 octobre

Renouer avec l'atmosphère angoissante et le huis-clos terrifiant du film original de Ridley Scott : voilà l'objectif que s'est donné le studio The Creative Assembly en développant un nouveau jeu basé sur la licence Alien. Dans Alien Isolation, le joueur incarne la fille du lieutenant Ripley, quelques années après la fin du film original, qui se retrouve face à face avec un xénomorphe dans une station spatiale. Un monstre terrifiant, des moyens de défense limités, des courses lugubres : l'inoubliable Alien Le Huitième Passager pourrait bien enfin profiter d'un pendant jeu vidéo digne de ce nom.

■ PLAN MARKETING

Koch Media va communiquer sur Internet en sites spécialisés et grand public (Allocine, Le Monde...) avec un objectif de plus de 15 millions d'impressions. Une campagne TV, visant les 10 millions de contacts, est prévue sur chaînes câblées, TNT (DB, D17, Game One, W9...). Un partenariat conséquent avec le groupe NRJ va concerner les différents supports (radio, TV, Internet). En Presse, le jeu va être mis en avant dans des titres spécialisés jeux vidéo mais aussi cinéma.

- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** The Creative Assembly
- **EDITEUR** Sega
- **DISTRIBUTEUR** Koch Media France
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

Entre 50€ et 70€ environ



DriveClub

■ Simulation automobile

■ Le 8 octobre

Evolution Studios, les créateurs de la série Motostorm, persistent dans le domaine de la course automobile mais explorent une thématique plus réaliste avec DriveClub. Pensé exclusivement pour la PlayStation 4, le titre exploite les capacités techniques de la console mais aussi sa dimension très connectée puisqu'il encourage la création de groupes de pilotes entre amis ou le fait de rejoindre une formation existante. Concourir directement avec ou contre ses amis, lancer ou recevoir des défis, partager ses performances : voilà de quoi l'expérience de jeu sera faite pour cette simulation très réaliste de course entre bolides surpuissants fidèlement recréés.

■ PLAN MARKETING

Driveclub va profiter d'un puissant dispositif marketing, avec une importante campagne en TV (13 millions de contacts en chaînes hertziennes et câblées) et sur Internet (20 millions de contacts en sites spécialisés jeux vidéo, sport automobile, portails grand public...). Sony Computer a signé différents partenariats avec RMC, Canal +, L'Equipe, jeuxvideo.com, YouTube. Des outils de PLV sont également au programme (arches, standees...)

- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Evolution Studios
- **EDITEUR** Sony Computer
- **DISTRIBUTEUR** Sony Computer
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

70€ environ



Sherlock Holmes Crimes and Punishments

■ Aventure

■ Le 30 septembre

Frogwares, le studio spécialiste des adaptations de Sherlock Holmes en jeux d'aventure depuis une décennie propose un nouveau titre, cette fois publié simultanément sur PC et consoles. L'occasion de toujours aller plus loin dans la manière de mettre le joueur dans la peau du célèbre détective via de nouveaux mécanismes de jeu exploitant la capacité du personnage à détecter les moindres indices au cours d'une discussion, de reconstituer mentalement une scène passée ou encore cette aisance à se déguiser. Le jeu repose sur six enquêtes

différentes, avec pour chacune plusieurs fins possibles.

■ PLAN MARKETING

L'éditeur va communiquer en TV (15 jours sur plusieurs chaînes TNT), sur Internet, réseaux sociaux ainsi qu'en presse écrite.

- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Frogwares
- **EDITEUR** Focus Home Interactive
- **DISTRIBUTEUR** Focus Home Interactive
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

Entre 40€ environ (PC) et 55€ environ (PS4, Xbox One)



Haier



Téléviseurs LED HD/FHD
B7000 32" et 40"



HAIER vous présente ses nouveaux téléviseurs B7000

Avec la collection d'écrans **TV LED HD/FHD Haier B7000**, la technologie s'expose et s'installe dans votre chambre ou le salon. Dès le premier regard, vous êtes séduit par la pureté des lignes, la finesse ultime du cadre laqué noir et les courbes en aluminium brossé de ces modèles résolument design. Vous allumez l'écran et l'image vous enveloppe et vous envoûte avec ses noirs profonds et ses couleurs éclatantes. Non seulement vous plongez dans un univers visuel spectaculaire mais vous en profitez encore et encore en enregistrant vos programmes TNT sur une simple clé USB : l'écran LED vous fait économiser de 30 à 50% d'énergie en moins (classe A+). Laissez-vous transporter dans un moment de détente. Garantie constructeur de 2 ans (pièces et main d'œuvre)



Plus d'informations sur :

www.haier.fr