

JD Li

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs N°279 / 28 novembre 2014
www.jdli.com



UP[™] move[™]

by JAWBONE[®]

**BOUGE PLUS.
GARDE LA FORME.**



UP[™] move[™]

by JAWBONE[®]

BOUGE PLUS. GARDE LA FORME.

Entretiens ta forme et perds du poids tout en t'amusant. Choisis ta couleur, attache-le et lance-toi.

6 MOIS D'AUTONOMIE. TRANSMISSION SANS FIL EN BLUETHOOTH.

Avec son affichage LED et son Smart Coach pour te guider, le système de suivi UP MOVE[™] ne se contente pas de compter tes pas et de suivre ton sommeil : il te motive et t'aide à progresser vers une vie plus saine.

UP MOVE[™] est proposé dans toute une gamme de couleurs à mélanger et à assortir avec des accessoires. Pince-le et porte-le n'importe où.



SMART COACH

Smart Coach, la fonctionnalité intelligente de l'application UP® te donne des conseils personnalisés et des informations approfondies pour bouger plus chaque jour.



PAS EFFECTUÉS ET ACTIVITÉ

Des pas effectués en passant par l'exercice physique et les calories brûlées, accède à un récapitulatif complet de tes journées.



ANALYSE DU SOMMEIL

Apprends à connaître tes cycles de sommeil, couche-toi à l'heure la plus adaptée et améliore la qualité de tes journées.



ENREGISTREMENT DES REPAS ET DES BOISSONS

La première étape pour perdre du poids consiste à prendre conscience de ce que tu manges.

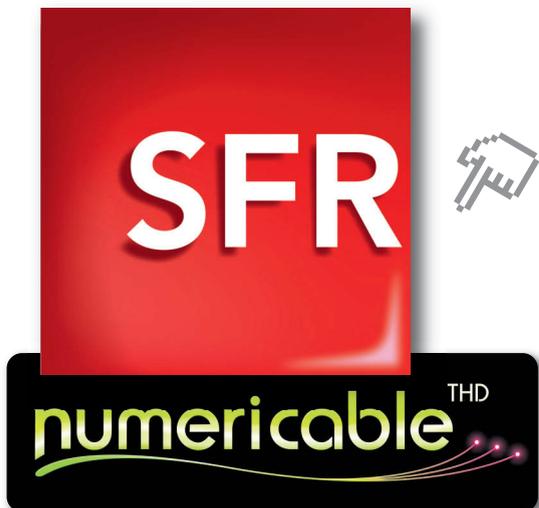
UP OBTENEZ
L'APPLICATION



Pour en savoir plus
www.jawbone.com



SFR définitivement chez Numericable



■ **L'acquisition de SFR par Numericable a été entérinée, pour 13,366 milliards d'euros.** Altice, maison mère de Numéricable détient 60% des parts, Vivendi en conserve 20%, les 20% restants sont « flottants ». L'ambition est claire : passer devant Orange pour devenir le leader du très haut débit, fixe et mobile. Numericable a réaffirmé « accélérer ses investissements dans la fibre » pour raccorder millions de foyers d'ici 2020. Côté mobile, le nouvel ensemble vise 70% du territoire couvert par la 4G. Parmi les conséquences de ce rapprochement, Canal Plus détient désormais une part minoritaire de son concurrent Numericable. Altice, qui vient également de racheter Portugal Telecom pour plus de sept milliards de dollars se dit intéressé par Bouygues Telecoms.

700 milliards la pomme

■ **Apple vient de franchir un cap historique qu'aucune autre firme américaine n'avait jamais approché.**

Mi-novembre, la valorisation en bourse d'Apple franchissait la barre symbolique des 700 milliards de dollars ! La deuxième place revient à Microsoft ou Exxon, selon les jours, autour des 410 milliards, autrement dit, loin derrière. L'action Microsoft a gagné 40% depuis le début de l'année 2014.



Sell Jean-Claude Ghinozzi élu Président

■ **Comme le prévoit le règlement du Sell, (Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisir), le poste de Président est soumis à un nouveau vote tous les deux ans.** Lors de

l'Assemblée générale du syndicat le 19 novembre, c'est donc Jean-Claude Ghinozzi, Directeur de la Division Retail et marketing de Microsoft France, qui a pris la succession de David Neichel, qui ne se représentait pas. « Je tiens à saluer le remarquable travail que David a effectué pendant son mandat. Sous sa présidence, notre association professionnelle s'est transformée et a plus que jamais participé à la reconnaissance du jeu vidéo comme secteur stratégique clef dans l'ère du tout digital et porteur d'avenir en France », a déclaré le nouveau Président. Les vice-présidents seront élus lors du prochain Conseil d'Administration du Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs. Avant d'officialiser chez Microsoft, Jean-Claude Ghinozzi a travaillé chez des acteurs mondiaux du jeu vidéo comme Activision Blizzard et Electronic Arts, mais aussi Canal Plus Vidéo ou Atari France.

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION DU SELL EST COMPOSÉ DE :

Patrick Bellaïche (Take-Two Interactive), **Stephan Bole** (Nintendo), **Jean-Pierre Bourdon** (Focus Home Interactive), **Philippe Cardon** (Sony Computer Entertainment Europe), **Dominique Cor** (Electronic Arts), **Jérôme Dauby** (505 Games), **Jean-Claude Ghinozzi** (Microsoft), **Jérôme Le Grand** (Disney Interactive), **Florent Moreau** (Square Enix), **Arnaud Muller** (Bandai Namco Games), **David Neichel** (Activision Blizzard), **John Parkes** (Ubisoft)



La domotique, futur du domicile



■ **Il ne fait quasiment plus de doute que la principale évolution du logis dans les prochaines années sera l'arrivée de la domotique.** L'heure n'est plus aux projets futuristes plus ou moins farfelus que l'on a pu connaître par le passé, mais à une vraie intégration de l'intelligence artificielle dans la gestion de la maison. GfK estime ce marché encore balbutiant à 150 millions d'euros par an. Cinq catégories semblent ressortir : la sécurité (alarmes, détecteurs...), la télésurveillance (visio-phones...), le contrôle à distance (programmateurs, box...) l'énergie (température, lumières) et la motorisation (portails, volets...). A l'heure actuelle, ce sont les grandes surfaces de bricolage qui remportent le marché.

msi[®]

MSI recommande Windows.

GS60 2QE GHOST PRO GOLD EDITION

À PARTIR DE 1899€TTC



PROCESSEUR INTEL® CORE™ I7
UNE NOUVELLE FAÇON D'APPRENDRE ET DE RESTER CONNECTÉ, AVEC INTEL INSIDE®.

NVIDIA GEFORCE GTX970M
STEELSERIES ENGINE

XPLIT GAMECASTER 2
DYNAUDIO

SUPER RAID
KILLER E2200

SHIFT
AUDIO BOOST

NO. 1 IN GAMING

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



MARCHÉ



News



Interview : GfK

Michaël Mathieu, Directeur de clientèle TV, photo, smartphone, Tristan Bruchet, Directeur de clientèle IT, Bastien Fontanel, Consultant audio



Focus : Paris Games Week 2014

L'année des records

SOFTWARE



News



Focus : Elgato Game Capture

Le boîtier de capture pour jeux vidéo



Focus : Ping Awards 2014

Le jeu français à l'honneur



Interview : Nintendo France

Philippe Lavoué, Directeur général adjoint

HARDWARE



News



Interview : Halterregio

Pascal Vivier, Directeur commercial

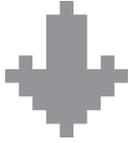
GUIDES



Hardware



jeux vidéo



GfK, les biens technologiques en 2014

Un premier bilan de l'année 2014 avec l'institut GfK sur les différents marchés de biens technologiques, via une interview de Michaël Mathieu, Directeur de clientèle TV, photo, smartphone, Tristan Bruchet, Directeur de clientèle IT et Bastien Fontanel, Consultant audio. Un point sur les dernières estimations pour la majorité des segments avec une analyse pour mieux comprendre les évolutions.



Paris Games Week 2014, l'année des records

Du 29 octobre au 2 novembre, se tenait à la Porte de Versailles à Paris la cinquième édition de la Paris Games Week, le salon grand public dédié au jeu vidéo. Une édition qui a rencontré un joli succès, avec un nouveau record établi de 272 000 visiteurs mais qui marquait aussi pour la première fois l'organisation en simultanée, à quelques pas, de la manifestation professionnelle de la Game Connection.



Nintendo, en force sur le ring

Face aux deux consoles de nouvelle génération concurrentes, Nintendo aligne méthodiquement les jeux maison à fort potentiel sur ses deux plateformes, Wii U et Nintendo 3DS. Avec en point d'orgue Super Smash Bros, titre fédérateur par excellence, qui synthétise le savoir-faire et toute la culture de la firme. Rencontre, à l'occasion de la Paris Games Week, avec Philippe Lavoué, Directeur général adjoint de Nintendo France, qui nous détaille la stratégie de la firme sur cette fin d'année.



JDLI

le Journal Des Loisirs Interactifs

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

Directeur de la publication
Laurent Guerder

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

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

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

Secrétaire de rédaction
Guy Pichard
guy@microcoop.com

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

Photographe
Guy Pichard

PUBLICITÉ

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

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

MAQUETTE
Rédacteurs graphistes
Benoît Maurice
Christophe Monfort

Consultant
David Adanero

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

Site Web : www.jdli.com

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

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



TURTLE BEACH



EAR FORCE
**STEALTH
400**

EAR FORCE
**STEALTH
400**

HAUT-PARLEURS ROTATIFS DE 50MM
BATTERIE RECHARGEABLE - DURÉE 15H
CASQUE ULTRA LÉGER
SENSIBILITÉ DU MICRO AJUSTABLE
VOLUMES DU JEU ET DU CHAT SÉPARÉS
MICRO AMOVIBLE

ÉGALEMENT DISPONIBLE

CASQUE SANS FIL PS4™ / PS3™ / MOBILE / TABLETTES

ÉGALEMENT DISPONIBLE

TURTLEBEACH.COM  

DISTRIBUTION EXCLUSIVE BIGBEN INTERACTIVE

 bigben
INTERACTIVE

EAR FORCE
P12

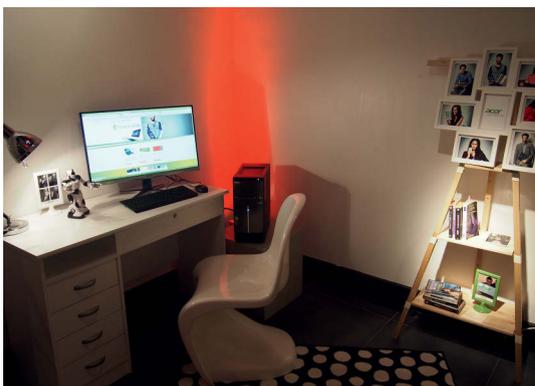
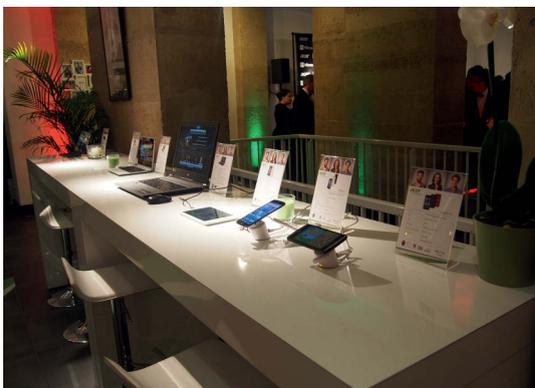
EAR FORCE
SCOP

Acer

ouvre sa première boutique éphémère



Acer a inauguré le 21 novembre son magasin éphémère sur 200 m², l'Acer PopUp Store, dans le quartier des Halles à Paris. Il sera ouvert au public jusqu'au 11 décembre. C'est une première pour la marque qui souhaite, via ce showroom, entrer en contact direct avec les consommateurs et leur montrer toutes ses gammes de produits. Ordinateurs, tablettes, smartphones, vidéo projecteurs... sont exposés et mis à disposition des visiteurs ; des démonstrateurs sont également présents pour les renseigner. En revanche, ils n'y sont pas vendus. Enfin, l'Acer organise des ateliers accessibles à tous sur inscription (Atelier mix avec DJ, atelier customisation Do It Yourself) et des soirées gamers, autour par exemple de PES 2015 (Konami) ou League of Legends de Riot Games.



L'homme qui joue



C'est une étude fort complète sur les pratiques de consommation des jeux vidéo des Français que le Centre National de la Cinématographie et de l'Image animée (CNC) vient de publier, avec le concours de TNS Sofrès. Réalisée entre les 13 et 25 septembre auprès d'un échantillon représentatif de 2 800 personnes entre six et 65 ans (2 000 entre 15 et 65, 800 entre six et 14). Premier constat, les 71,2% des Français jouent aux jeux vidéo, c'est-à-dire ont joué au cours des six derniers mois (76,7 des hommes et 65,9% des femmes). L'âge moyen est de 31,5 ans. Plus le public est jeune, plus son poids parmi les joueurs est supérieur à celui qu'il pèse dans la population globale. Ainsi quand les 6-14 ans ne pèsent que 14,6% de l'ensemble de la population ils représentent 21% de la population des joueurs. A l'autre bout de la chaîne, les 50-65 ans ne représentent que 16,7% des joueurs alors que leur poids dans la population dans la est de 27,3%.

A la maison

Presque la moitié (48,9% des joueurs) déclarent jouer quotidiennement. La durée moyenne d'une session de jeu se situe à 2h 15. Mais ce sont évidemment les jeunes adultes qui jouent le plus longtemps... et les enfants le moins, avec 1h35 pour une session. En termes de supports de jeu et d'équipement, on ne sera pas étonné d'apprendre que les familles qui jouent le plus sont des familles les mieux équipées, en téléviseurs, en smartphones, en consoles, etc. D'ailleurs le jeu vidéo est une pratique essentiellement sédentaire, chez soi pour 92,1% des personnes interrogées et chez des amis pour 35,6%. Seul un tiers des joueurs jouent en situation de mobilité. Selon qu'on soit un enfant ou un adulte, la situation n'est évidemment pas identique : les enfants jouent davantage sur consoles (salon et portables) et chez des amis ainsi que lors de longs trajets.

En ligne !

Si près de la moitié des personnes interrogées jouent on et off line, le jeu en ligne est pratiqué régulièrement, et d'abord sur ordinateur. En effet,

72,1% des joueurs en ligne déclarent jouer sur PC contre 27% sur console. Le jeu vidéo en ligne est par ailleurs une activité solitaire, contrairement au jeu non connecté. Et surtout, sur PC, seuls 28% des joueurs en ligne paient pour jouer, contre 72% sur console.

Joueur passionné, joueur dépensier

Si on prend à part les joueurs passionnés seulement, on constate que logiquement ceux-ci sont disposés à payer pour jouer. « Pour jouer en ligne, ils ont ainsi dépensé 63,3 euros en moyenne entre mars et août 2014, contre 39,6 euros pour les occasionnels et 44,1 euros pour les modéré », estime le CNC.

CNC





Ubisoft corrige et compense

DriveClub et son jeu en réseau, Halo Master Chief Collection et ses mises à jour pour le jeu en réseau, généralisation des

« **patches day one** »... Les premiers mois de cette nouvelle génération de consoles a soulevé son lot de problématiques techniques et bon nombre d'éditeurs doivent passer par l'option « mise à jour » post-lancement pour que les joueurs puissent profiter pleinement des jeux. Ubisoft et son premier Assassin's Creed spécialement concocté pour cette génération de consoles n'y a pas échappé, le jeu présentant quelques ralentissements voire des bugs graphiques corrigés via les patches que publie régulièrement l'éditeur depuis la sortie du jeu.

Une offre commerciale mise en place

Yannis Mallat, CEO de Ubisoft Montreal et Toronto, fait amende honorable dans son communiqué et annonce un geste non négligeable en direction des joueurs. « *Pour remercier les fans d'Assassin's Creed Unity de leur soutien continu, nous rendons le contenu additionnel Dead Kings gratuit pour tout le monde. Pour les possesseurs du Season Pass, nous offrons également un jeu gratuit à choisir parmi six titres Ubisoft* », déclare-t-il. Et pas des moindres puisque les jeux en questions sont pas moins que Far Cry 4, The Crew, Watch Dogs, Assassin's Creed Black Flag, Rayman Legends et Just Dance 2015. Le Season Pass est pour sa part retiré de la vente.

La Fnac, livreur express



Dans la lutte fratricide que se livrent les boutiques en ligne, tous les moyens sont bons pour attirer le client ! C'est ainsi que la Fnac ajoute une nouvelle option à ses modes de livraison, soit la livraison en trois heures au domicile du client pour tout produit commandé sur le site (avec quelques restrictions cependant). Au niveau du tarif, il faudra compter 9,99 euros par commande, puis 1 euro de plus pour chaque produit en plus du premier. Les clients Fnac Express+ profiteront eux d'une



remise et ne devront payer que 4,99 euros. Autre avantage, il sera possible de définir un créneau horaire. Côté contraintes, les commandes devront être passées entre 9h30 et 18h30, du lundi au samedi, mais c'est surtout la limitation à Paris et une partie de sa banlieue (Neuilly-sur-Seine, Clichy-la-Garenne, Levallois-Perret). Il s'agit néanmoins pour l'heure de tester le processus en grandeur nature avant de l'étendre peut-être à l'ensemble du territoire.

Intel réunit tablette et PC

■ **Si le PC regagne des couleurs, tandis que les tablettes accusent un léger recul, ce n'est pas pour autant que l'un ou l'autre va reprendre l'avantage.** Bien au contraire ! Le marché est en pleine mutation et c'est sans doute entre les deux que s'établira l'avenir.

C'est ainsi qu'Intel, conscient que la frontière entre PC, tablettes et smartphones devient de plus en plus floue, vient d'annoncer son intention d'unir ses divisions Mobile et PC dès l'année

prochaine. Cette nouvelle entité, baptisée « Client Computing Group », sera marquée par l'arrivée massive de PC/tablette hybrides sous Windows. L'ambition affichée est claire : 40 millions de terminaux mobiles équipés d'Intel d'ici l'année prochaine.



Lenovo leader solide

■ **Lenovo boucle son trimestre sur une note positive avec des résultats très encourageants, en grande partie grâce à ses performances sur le marché des PC.** Lenovo achève son trimestre dans le vert, et enregistre des profits en hausse de 19% à 262,1 millions de dollars, pour un chiffre d'affaires en progression de 7% à 10,48 milliards de dollars. Dans le détail, c'est le secteur des PC qui sert de locomotive puisqu'il représente 81% des revenus de l'entreprise, pour un chiffre d'affaires à 8,5 milliards, avec 52,1% pour les PC portables et 28,7% pour les fixes. Désormais Lenovo détient 21% du marché PC portable mondial, et 18% sur les PC fixes, et conserve donc sa place de leader depuis six trimestres consécutifs !





Michaël Mathieu
Directeur de clientèle TV,
photo, smartphone



Tristan Bruchet
Directeur de clientèle IT



Bastien Fontanel
Consultant audio

GfK

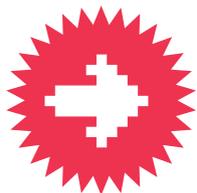
Les biens techn

Nous avons rencontré les équipes de GfK pour dresser un premier bilan de l'année 2014 sur les différents marchés de biens technologiques. Le JDLI et GfK vous dévoilent ainsi les dernières estimations pour la majorité des segments avec une analyse pour mieux comprendre les évolutions. En effet, selon les familles, les résultats sont très différents, passant même d'un extrême à l'autre. On note aussi que même au sein d'une famille, la redistribution des cartes suivant les segments change l'équilibre très rapidement en fonction de l'évolution des usages ou de la technologie. Dans son ensemble, le marché des biens technologiques est étal en 2014 par rapport à l'année précédente, ce qui représente un chiffre d'affaires d'environ 15,4 milliards d'euros. Certes, le niveau atteint est en-dessous de celui des années plus fastes mais il s'est stabilisé. *Par Stéphane Kauffmann*



Technologiques en

2014



Le smartphone

JDLI : Comment se comporte le smartphone cette année ?

En 2014, le smartphone progresse encore de 15% en volume pour atteindre 18,1 millions d'unités. La valeur (en sortie de caisse avec subvention) croît encore plus vite avec +17% et s'établit à 3,1 milliards d'euros. Cette progression correspond surtout à la migration du subventionné vers le retail. Si on s'en tenait à la valeur matérielle, la valeur serait négative mais il n'en demeure pas moins qu'avec la progression de l'offre terminal nu, les sorties de caisse sont en hausse. Au global, cette offre « SIM Free » représente désormais 44% en volume du marché global. En retail, ce chiffre monte à 75% soit trois smartphones sur quatre vendus. Si on soustrait du retail les spécialistes télécom, on s'approche des 95%. Il est probable que le smartphone demeure en croissance volumique sur 2015, autour de 10%. Il faut dire aussi que la migration du téléphone vers le smartphone est plus longue en France que dans d'autres pays européens. Cela s'explique sans doute par le bouleversement du marché en 2012 avec l'arrivée de Free. Cette année, le téléphone mobile simple représente encore 5,9 millions de pièces sur 24 millions au total.

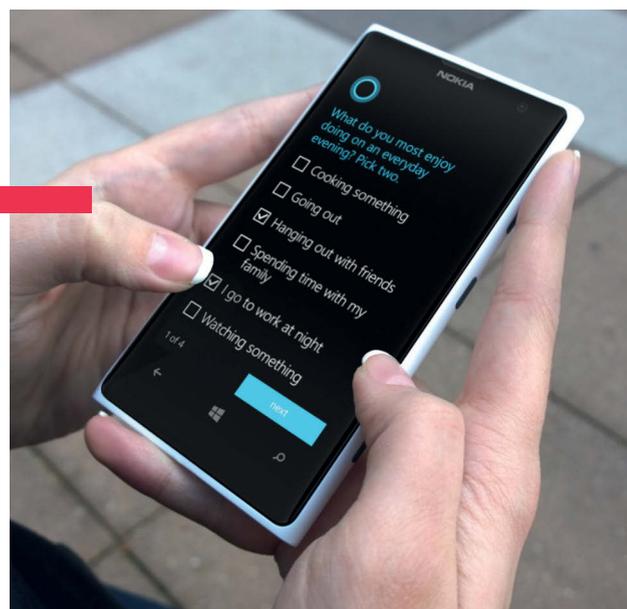
Comment évolue la segmentation ?

Le marché du smartphone se divise en deux entre l'entrée et le haut de gamme. En hypermarché, trois smartphones sur quatre se vendent à moins de

150 euros. Les multi-spécialistes préservent les ventes en haut de gamme mais sur ce segment premium, le consommateur cherche logiquement encore la subvention. Le très haut de gamme en terminal nu demeure très faible. Les smartphones à plus de 450 euros ne représentent que 8% des ventes, alors que le segment 150 à 200 passe de 15 à 23% en année glissante. Le moins de 100 euros demeure stable à 37%. Cela s'explique sans doute par l'effet taille d'écran mais qui s'estompe déjà car le segment 150 à 200 euros est en baisse, tout comme tous les segments supérieurs ensuite.

N'est-on pas arrivé au bout de ce que l'on peut faire technologiquement avec du coup un entrée de gamme qui s'approche de plus en plus du haut de gamme ?

Il ne s'est jamais vendu autant de smartphones cinq pouces, dotés de la 4G et du NFC. Il y a donc un phénomène naturel de descente en gamme ce qui effectivement complique la tâche pour maintenir le haut de gamme. Avec un écart de prix très fort entre 150 et 450 euros, il faut vraiment que le bénéfice consommateur soit évident. Les différenciations objectives possibles s'estompent et c'est surtout l'attachement à une marque et la valorisation sociale par le produit qui font la différence. Actuellement, 60% du marché se fait sous les

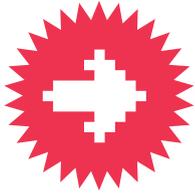


« En hypermarché, trois smartphones sur quatre se vendent à moins de 150 euros. »

150 euros et on peut légitimement se demander s'il y a un marché possible pour les terminaux nus en retail à 550 euros et plus.

« En 2014, le smartphone progresse de 15% en volume pour atteindre 18,1 millions d'unités. »





La tablette

« Au bout de seulement quatre années d'existence, le marché de la tablette stagne en valeur sur 2014. »

JDLI : Le marché de la tablette a-t-il atteint la décroissance en un temps record ?

En volume, la tablette est toujours en croissance cette année pour atteindre des ventes record de 6,9 millions d'unités par rapport aux 6,1 millions de l'année précédente, soit une progression de 13%, du moins si la fin d'année tient ses promesses. Le problème réside dans un prix moyen qui s'écroule passant sur les neuf premiers mois de l'année à 215 euros versus 250 sur la même période en 2013. Cela va aboutir à un marché qui n'est plus qu'en très légère croissance sur la valeur, d'environ 2% en 2014.

Comment se structure le marché de la tablette ?

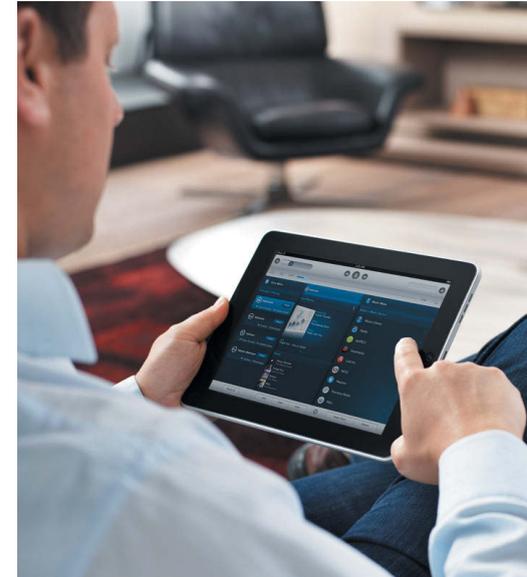
La tablette a servi de produit d'appel bon marché, particulièrement en hypermarché, avec une compétition à qui proposera le prix le plus bas. On a constaté des offres qui passent désormais sous les 60 euros ! Le marché est scindé en deux avec un haut de gamme défendu par de rares marques premium qui arrivent à capitaliser sur leur image. Sur le segment à plus de 300 euros, les parts de

marché sont en baisse de 38 à 21% sur les neuf premiers mois de l'année. Le segment à moins de 200 euros occupe désormais plus de la moitié du volume et les tablettes sous les 100 euros quasiment un tiers. On constate aussi que les marques traditionnelles de l'informatique ne parviennent pas à tirer leur épingle du jeu avec environ 8% de parts de marché seulement. L'entrée de gamme est dominée par de nombreuses marques souvent apparues récemment. Il est vrai que le marché de la tablette est vraiment très décevant en affichant une valeur étale dès la quatrième année d'existence. On a tué dans l'œuf la poule aux œufs d'or.

Que s'est-il passé, que faire ?

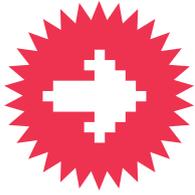
Ce résultat s'explique par un très grand nombre d'acteurs qui se sont engouffrés au regard de la croissance volumique et d'une forte pression de la distribution, en particulier les hypermarchés, pour faire de la tablette un produit d'appel qui attire le client. Il faut reconnaître aussi que la tablette manque de leviers pour la segmentation. Tous les modèles se ressemblent plus ou moins et le marché se définit par le seul prix. Nous allons entrer dans un cycle de décroissance désormais qu'il va falloir gérer et pour cela, la montée en gamme est la seule solution avec

peu de leviers possibles comme l'écran et les spécifications. Une tablette plus universelle et mieux adaptée à la productivité demeure sans doute la meilleure piste, comme en témoigne d'ailleurs le succès de la catégorie des 2-en-1.

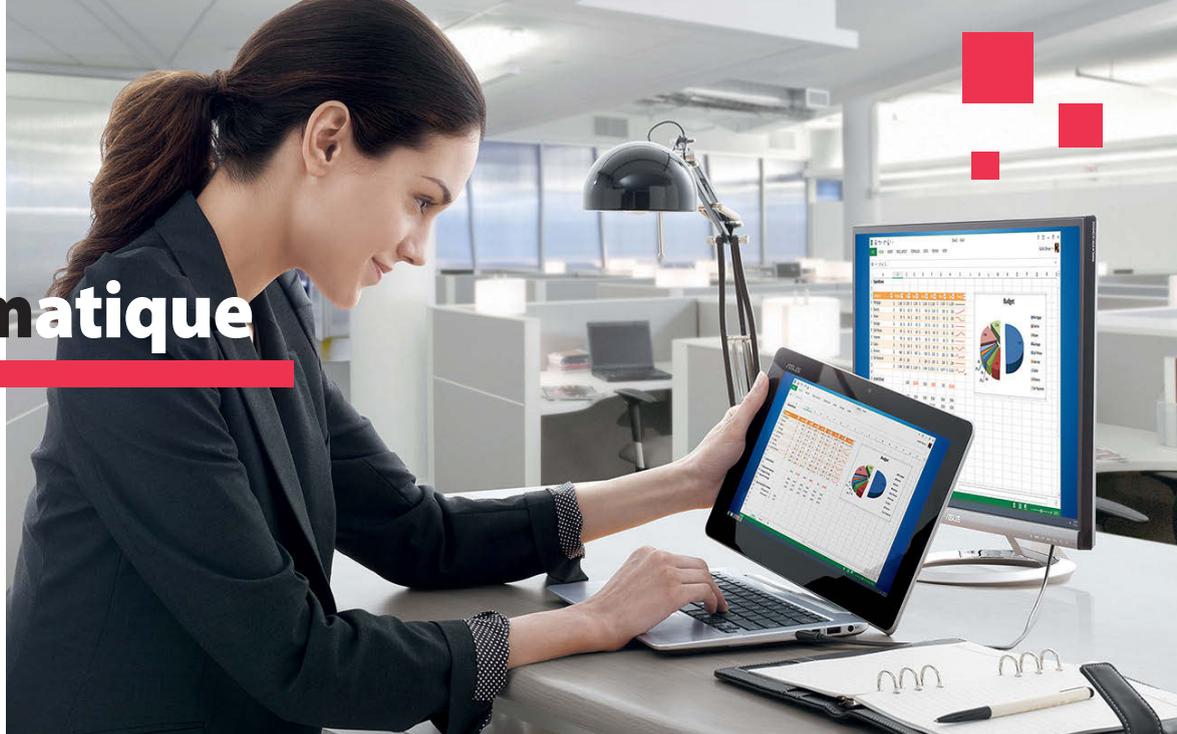


« Le segment des tablettes à moins de 200 euros représente désormais plus de la moitié du volume et les tablettes sous les 100 euros quasiment un tiers. »





L'informatique



« Les notebooks haut de gamme se maintiennent bien avec 23% de parts de marché au-dessus de 600 euros. »

JDLI : L'ordinateur portable semble se porter mieux, est-ce un effet de balancier avec la tablette ?

Déjà, la disparition du netbook l'an dernier a pesé sur les volumes avec des conséquences qui s'estompent cette année. Ensuite, il y a effectivement un mouvement de fond des déçus de la tablette et qui avaient reporté le renouvellement de l'ordinateur portable. Ils se tournent désormais vers un notebook ou un 2-en-1. Au global, le marché du PC portable devrait s'établir autour de 3,65 millions d'unités sur 2014, soit une légère décroissance à -7%. La valeur baisse dans les mêmes proportions avec donc un prix moyen qui demeure stable, une bonne chose. Il convient de souligner que les ventes ont beaucoup évolué au cours de l'année avec un premier semestre difficile mais une rentrée en meilleure forme. Cela s'explique partiellement par les offres de Microsoft avec Bing qui ont clairement dynamisé le marché en volume et plutôt sur l'entrée de gamme, soit les 15 pouces non tactiles. En revanche, on peut aussi craindre que ce soit un effet ponctuel. Pour autant, le haut de gamme se maintient bien avec 23% de parts de marché au-dessus de 600 euros, quasi égal par rapport à 2013. C'est particulièrement vrai sur le segment de l'ultra-mobilité.

En France, les diagonales 15 et 17 pouces sont toujours aussi fortes, pourquoi ? Comment évolue l'ultraportable ?

Le 17 pouces baisse à 28 % en volume, ce qui est toujours très important au vu de la tendance vers la mobilité dans les autres domaines et le 15 pouces demeure stable à 45%. Cela s'explique déjà par des ordinateurs 13 pouces et moins dont le prix demeure élevé en comparaison, le gros du marché reste donc sur du 15 pouces. L'arrivée de produits plus abordables en petite taille ne semble pas vraiment changer la donne. En revanche, le 2-en-1 progresse rapidement. Avec lui, le segment de moins de 15 pouces représente tout de même 27% de parts de marché en volume, versus 25% l'année précédente.

Comment expliquer le succès du 2-en-1, quels sont les chiffres pour 2014 et quelles prévisions pour 2015 ?

En 2014, le volume devrait s'établir autour de 350 000 pièces contre 130 000 en 2013 ce qui représente tout de même une croissance de 198% ! Il faut dire que la catégorie est née l'année dernière avec pour l'essentiel un produit volumique alors que cette année l'offre s'est étoffée. Pour autant, cette croissance est un peu moins

rapide que prévue, sans doute parce que la catégorie est en train de structurer avec des gammes complètes coiffées au sommet par une Surface de Microsoft qui montre jusqu'où il est possible d'aller. Il y a toutes les raisons d'être optimiste avec sans doute autour de 800 000 pièces l'année prochaine. Le succès s'explique en premier lieu par l'universalité d'usage qui combine l'agrément tactile de la consultation en mode tablette à une bonne ergonomie pour la productivité. Avec les progrès de l'intégration des composants, on assiste aussi à une montée en taille d'écran ce qui contribue à diversifier l'offre et à assoir l'usage informatique. La déception liée à l'usage tablette qui se limite plutôt aux loisirs et l'augmentation des diagonales d'écran pourrait conduire à deux appareils mobiles désormais, le smartphone suffisamment grand pour l'usage consultatif et les PC 2-en-1.

Les ordinateurs de bureau, les tout-en-un et les moniteurs, comment se comportent-ils ?

L'ordinateur de bureau continue sa décroissance en passant de 800 000 à 700 000 pièces en 2014. Il est clair que le renouvellement se fait plutôt vers le notebook. C'est surtout la tour classique qui souffre car le tout-en-un est toujours en croissance de 8% pour atteindre 270 000 pièces en 2014, soit plus d'un tiers du marché désormais. Le prix moyen baisse de manière très mesurée (-4%) pour atteindre 854 euros. Le moniteur

volume et son prix moyen baisse un peu mais demeure élevé dans l'absolu à 71 euros. Les casques gamer augmentent de 14% en volume avec un prix quasi stable à 70 euros.

L'impression se modernise-t-elle ?

Oui, il faut souligner une réelle dynamique d'un marché qui a su évoluer avec les usages. L'imprimante connectée WiFi est en progression avec désormais 84,3% de parts de marché en volume, soit +5% sur les neuf premiers mois de l'année. On imprime de plus en plus sans fil depuis son smartphone. L'impression jet d'encre se maintient donc admirablement avec le matériel qui baisse de 2% en volume comme en valeur sur la même période mais un marché de la cartouche qui progresse de 4% en volume et qui atteindra une valeur proche de 685 millions d'euros en 2014.

Est-ce que les besoins en stockage et en matière de réseau évoluent ?

C'est le disque dur externe qui est le principal pourvoyeur de chiffre sur le marché du stockage. Il baisse légèrement avec de janvier à septembre 2014 1,5 million de pièces soit -7% par rapport à la même période sur 2013. La taxe sur la copie privée influence fortement le segment car elle pose une grosse problématique au retail concurrencé par les places de marché. On constate cependant une dynamique

« En 2015, les PC 2-en-1 devraient représenter 800 000 pièces. »

poursuit également sa décroissance en grand public, avec un volume qui recule de 8% en 2014 mais avec un prix moyen qui augmente de 2%. Cela s'explique principalement par un agrandissement des tailles car le moniteur demeure pour l'essentiel un marché de prix.

Le segment du gaming PC est-il toujours aussi porteur ?

Le marché du gaming PC se porte très bien et c'est une catégorie à part entière qui croît en volume et représente beaucoup de valeur comparativement à sa taille. Le notebook gamer est en progression même si c'est difficile à quantifier avec précision. Sur les neuf premiers mois de l'année, la souris gamer est en croissance de 20% en volume pour atteindre 181 000 pièces alors que son prix moyen est stable à 54 euros. Le clavier pour joueurs progresse même de 48% en

positive sur le disque réseau NAS et sur le SSD. La carte mémoire demeure stable en volume mais progresse de 6,3 % en valeur, ce qui s'explique surtout par la migration vers de plus grosses capacités et vers la micro-SD. La clef USB est en croissance aussi de 2,5% en volume et 3,2 % en valeur toujours sur la période des neuf premiers mois. Il y a des relais de croissance avec l'apparition des modèles sans fil et pour appareils mobiles. Le CPL est en forte croissance sur le volume avec +15,7% sur les neuf premiers mois. La valeur demeure stable en revanche. Cela s'explique par la dynamique engendrée par l'augmentation des débits, une demande forte sur le CPL qui fait office d'extension WiFi mais aussi par des prix en baisse. Les répéteurs WiFi progressent eux de 25% en volume et 14% en valeur.



E-ZY PHONE



STATION DE RECHARGE SANS FIL

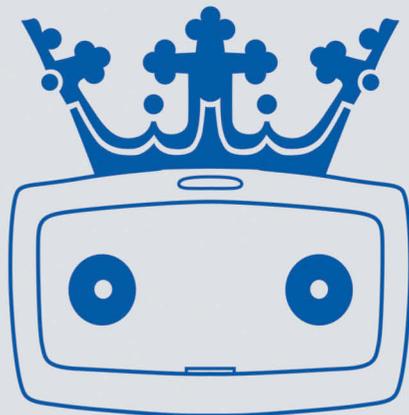
Placer simplement le téléphone dans la station d'accueil pour un rechargement sans brancher de fil. Retrouver facilement le téléphone dans la nuit grâce à la lumière bleue.



INTERFACE ET UTILISATION SIMPLIFIÉES

Appel en un click, larges icônes, fonctions de rappels, texte en grands caractères et stylet tactile.





KEEP IT SIMPLE AND SAFE*

*La simplicité en toute sécurité

TOUCHE SOS

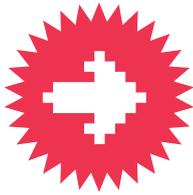
Active une alarme sonore et des flashes intermittents. Alerte vos principaux contacts en les appelant et en envoyant un message texte.

AIDE INTUITIVE

Secouer le téléphone pour écouter et voir la description des principales fonctions.

Haier

www.haier.fr



Les objets connectés

« Pour le bracelet d'activité, 2014 devrait se solder par environ 200 000 pièces vendues. »

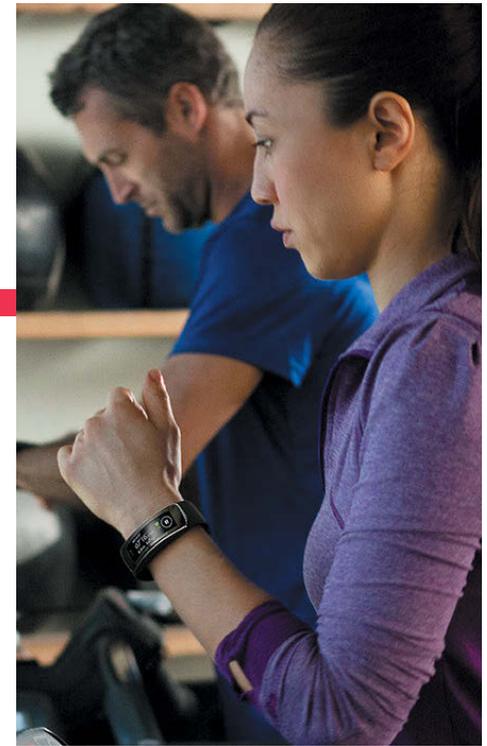
JDLI : Quelles sont les premières conclusions que l'on peut donner sur le marché des objets connectés ?

En dehors des catégories que nous suivons spécifiquement, il est difficile de se prononcer tant le marché est émergent. On constate que les montres de sport dotées d'un GPS progressent bien, mais quasi exclusivement dans les magasins de sport spécialisés. Si le succès se confirme et que le produit devient grand public, il y aura un transfert vers le retail général. La santé recèle sans doute un fort potentiel mais on est à moins de 1% par rapport à la taille du marché de référence. La maison intelligente devrait aussi se développer fortement mais ce ne sont que les prémices avec un marché encore essentiellement chez l'installateur. Pour le retail, il faut simplifier mais comme le bénéficiaire utilisateur est immédiat, surtout en

termes de sécurité et d'énergie, on peut être confiant. Il faut attendre que le marché se structure avec sans doute deux modèles ; l'un opérateur axé service et l'autre constructeur orienté solution matérielle.

Vous suivez les montres connectées et les bracelets d'activité ?

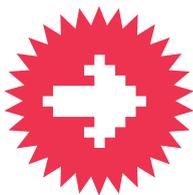
Sur les montres connectées, nous prévoyons 150 000 pièces en 2014. Si on compare au marché de référence de la montre, c'est très faible car il est de l'ordre de 13 millions. Maintenant si on ne retient que la tranche de prix concernée par les modèles connectés, on est autour de trois millions ce qui fait déjà une part plus significative. La montre connectée a pour elle d'être l'extension naturelle d'un smartphone plébiscité par le consommateur et de nombreux acteurs du hi-tech y viennent. C'est donc un marché prometteur par sa taille potentielle et l'année 2015 devrait être riche en enseignements sur le sujet. Pour le bracelet d'activité, l'année devrait se solder par environ 200 000 pièces mais là il s'agit d'un nouvel usage sans référence avec des acteurs complètement différents. Un usage a été créé et il reste à voir s'il peut convaincre le plus grand nombre. Pour cette fin d'année, on peut être optimiste car c'est un peu le cadeau type. Pour l'avenir, il faudra voir comment se fera



l'interconnexion avec la santé connectée dont on sait qu'elle va connaître une très forte croissance. Si le bracelet apporte un réel plus en termes de santé et s'interconnecte avec le médical plus traditionnel au sens large, il y aura sans doute un fort potentiel. Mais les Français sont réticents quant au recueil et à l'utilisation de leurs données personnelles.

Comment évolue le GPS ?

Le GPS autonome recule légèrement pour passer de 1,4 à 1,3 million de pièces, la valeur recule en relation de 180 à 170 millions d'euros avec un prix moyen qui demeure stable.



Le téléviseur

JDLI : Est-ce que le marché du téléviseur se redresse ?

Oui, on ne l'attendait pas à ce niveau en 2014 avec 5,7 millions de pièces et une légère hausse de 1%. Il faut dire que c'était une année riche en événements. Il est donc tout à fait envisageable que le marché s'équilibre autour de 5,5 millions de téléviseurs par an, avec des millésimes plus ou moins fastes. Chaque canal de distribution tire son épingle du jeu avec le volume en hypermarché et la valeur chez les multi-spécialistes. On s'attend à un fort renouvellement vers la grande taille pour cette fin d'année avec du 42, du 46 et même du 50 pouces. Cela permet de maintenir un prix moyen quasi stable à 425 euros mais il est clair que la valeur est difficile à tenir sur un marché mature.

L'Ultra-HD et l'incurvé apportent-ils de la valeur ?

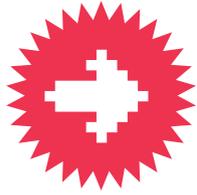
Même si on attend le contenu, l'Ultra-HD est une évolution naturelle dans l'ordre des choses qui se combine d'ailleurs à la grande taille. On attend 250 000 téléviseurs en Ultra-HD pour cette année et il faudra sans doute encore un à deux ans pour que la migration se fasse vers le marché de masse. L'incurvé est un phénomène intéressant avec un



bénéfice technologique qui n'est pas évident. En revanche, c'est un design en rupture qui interpelle le client et dont le bénéfice est immédiatement visible. Cela a l'air de bien fonctionner en magasins qui peuvent le vendre plus aisément sans explications. Il

est aussi intéressant de constater que le haut de gamme à plus de 1 000 euros est stable en volume avec 5% de parts de marché mais progresse légèrement en valeur pour atteindre 22% de parts de marché !

« Avec 5,7 millions de pièces prévues cette année, le marché du téléviseur est en hausse de 1%. »



L'audio



« Pour les enceintes nomades en Bluetooth, on peut parler d'un véritable raz-de-marée. »

JDLI : Comment se comporte l'audio au global ?

Pour l'audio-vidéo, l'année 2014 devrait représenter 894 000 pièces soit une progression de 10% alors que la valeur ne croit que de 1,5% pour atteindre 273 millions. En 2015, on devrait passer la barre du million d'unités mais avec un chiffre en baisse autour de 261 millions. L'audio pur devrait représenter 3,39 millions de pièces en 2014, soit une croissance de 44% et un chiffre d'affaires qui s'établira à 464 millions, soit une progression de 23,6%. Au global, l'audio est donc en croissance mais la réalité est très différente selon les catégories car c'est un marché très hétérogène.

L'audio-vidéo serait en difficulté hormis la barre de son ?

La barre de son représente désormais 46% du volume de l'audio-vidéo et 36% de la valeur. Comme l'année dernière, la barre de son demeure en forte croissance et 2014 devrait se traduire par une croissance de 75% en volume pour 472 000 pièces et une valeur de 116 millions, soit une croissance de 51%. Cette tendance volumique devrait se confirmer en 2015 avec toujours une progression autour de 40% mais la valeur ne progressera plus que de 9%. Le prix moyen baisse assez fortement pour s'établir à 245 euros. Il y a désormais beaucoup d'offres conjointes avec des téléviseurs et aussi de nombreux nouveaux entrants en entrée de gamme car la barre de son n'est pas vraiment protégée par la technologie tant que l'on applique des recettes simples. Tout cela tire le marché vers le bas et si l'offre haut de gamme demeure, c'est

surtout dans les circuits spécialisés. Dans le segment de la barre de son, le support sonore sur lequel on pose le téléviseur représente désormais 14% en valeur mais il est probable que l'on n'ira pas au-delà des 20%. Les ensembles home cinéma avec lecteur sont en grande difficulté, ce qui est lié au recul très net du support physique. Ce segment baisse de 36% en volume et ne pèse plus que 46 millions d'euros. Le Blu-ray Ultra-HD ne pourra sans doute pas inverser la tendance en arrivant beaucoup trop tard. Le home cinéma à éléments séparés est mieux protégé avec sans doute pour 2014 une baisse en volume mesurée de 5% et de -10% en valeur.

Comment évolue le segment de l'enceinte sans fil, Bluetooth en particulier ?

La chaîne stéréo connectée, soit avec un élément central, au moins une source radio ou CD et deux enceintes, croît fortement avec 478 000 pièces en 2014 soit une progression de 168% et une valeur de 79 millions d'euros, +109%. On s'attend à une progression toujours forte sur 2015 avec +70% en volume. Les enceintes amplifiées progressent très fortement. Déjà, 83% sont équipés en Bluetooth et 80% sont nomades sur batterie ou piles ce qui donne la tendance. On peut même parler d'un raz-de-marée en 2014 avec 1,8 million de pièces, soit plus 93% mais seulement +49% en valeur pour un chiffre de 173 millions d'euros. Les prix sont largement tirés vers le bas avec un haut de gamme au-dessus de 200 euros qui devient très difficile et dont les parts de marché se sont divisés par deux en un an pour atteindre 25%. En revanche, les tranches sous les 200 euros progressent, celle de 150 à 200 euros passe ainsi de 13 à 34%. Pour 2015, nous

prévoyons encore 47% de croissance en volume mais 22% seulement en valeur. On peut donc être inquiet quant à l'orientation prix que prend ce marché.

Le marché du casque s'éloigne-t-il de l'esprit mode et les catégories changent de poids ?

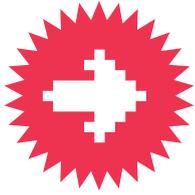
Déjà, le marché du casque baisse en 2014 de 8% en volume pour 9,23 millions de pièces alors que la valeur ne baisse que de 2%. C'est donc toujours un marché très volumique mais qui s'oriente vers la qualité. Il semble effectivement que l'on s'éloigne un peu du casque mode au bénéfice d'une plus grande discrétion et de la qualité audio. La technologie sans fil en Bluetooth se développe rapidement passant de 300 000 à 400 000 unités. De même l'intra-auriculaire progresse pour passer de 28,8 à 32,8 % de parts de marché alors que le casque à arceau suit la courbe inverse pour baisser à 32,6% versus 35,2% en 2013.

Le multi-room confirme-t-il sa percée ?

Absolument, avec une année qui devrait se solder par 202 000 pièces et un chiffre d'affaires de 54 millions d'euros en progression de 117%. Pour autant, c'est un segment encore émergent et 2015 devrait connaître une forte croissance. Déjà sur cette fin d'année, la plupart des acteurs du son devraient proposer leur solution, l'utilisation se simplifie et les prix deviennent plus agressifs. Il y a une meilleure compréhension de la part du consommateur avec aussi des produits qui incluent le Bluetooth et des partenariats avec les plates-formes de streaming en ligne. Les fabricants investissent en marketing comme en communication. Tous les indicateurs sont donc au vert pour cette catégorie.

« La barre de son demeure en forte croissance en 2014 avec plus 75% en volume pour atteindre 472 000 pièces. »





La photo

« Le marché de la photo devrait s'établir à 2,7 millions de pièces en 2014, soit une baisse de 26%. »

JDLI : Le marché de la photo semble en grande difficulté, comment voyez-vous son avenir ?

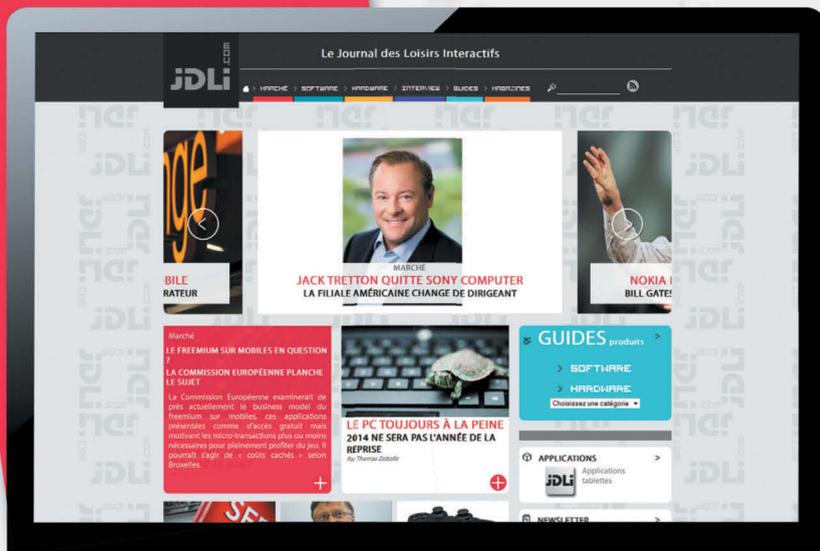
Il y a tout de même un aspect positif avec le connecté qui progresse fortement et concerne un appareil sur trois désormais. La taille globale du marché de la photo devrait s'établir à 2,7 millions de pièces en 2014, soit une baisse de 26%. Difficile de prévoir l'avenir mais il n'est pas certain que l'on se maintienne au-dessus de l'argentique en son temps, soit autour de 2,5 millions. Le compact souffre beaucoup, notamment face à la concurrence du smartphone et en 2014 on devrait passer sous les deux millions de pièces, versus 2,8 millions l'année d'avant. Le reflex connaît aussi une année difficile avec moins 20% en volume ce qui s'explique sans doute plus ponctuellement par des arbitrages budgétaires et peu de nouveaux



modèles car ce type d'appareil est protégé par son aspect unique. L'hybride ne représente certes que 120 000 pièces mais il est en progression de 13%. Au global, le segment de l'objectif interchangeable

devrait pouvoir se maintenir sur des tailles de marché sans grandes variations car il correspond à ceux pour qui la photo est une passion.

JDLI.COM
fait peau neuve !



Être au courant de tout.
Immédiatement.

“ Pour ma préparation **MARATHON**,
mon **CHOIX** est fait ”



Forerunner® 620
- Running -



ÉCRAN COULEUR TACTILE



MONTRE CONNECTÉE



VO2 MAX



ANALYSE DE LA FOULÉE
(Running Dynamics)



fēnix® 2
- Trail Running -

Forerunner® 920XT
- Triathlon -

Que vous soyez coureur, traileur ou triathlète, optez pour la simplicité et la performance. Quelle que soit votre discipline, votre niveau et votre objectif, il existe une montre GPS Garmin pour vous accompagner dans tous vos exploits.

Garmin, 25 ans d'innovation au service de votre pratique sportive.

GARMIN®

save > plan > share* **connect**
powered by Garmin

*enregistrer > planifier > partager
©2014 Garmin France. RCS Nanterre 349 096 384.

www.garmin.com/fr

PARIS GAMES WEEK

L'année

Du 29 octobre au 2 novembre, se tenait à la Porte de Versailles à Paris la cinquième édition de la Paris Games Week, le salon grand public dédié au jeu vidéo. Une édition qui a rencontré un joli succès, avec un nouveau record établi de 272 000 visiteurs enregistrés sur la période. Pour la première fois cette année, la rencontre professionnelle Game Connection se tenait simultanément à quelques encablures de l'événement grand public.

Par Patrick Hellio - Photos : Guy Pichard

« Nous sommes en présence d'une cinquième édition historique », se félicite Emmanuel Martin, Délégué général du Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs. Alors que la superficie du salon, organisé par le Syndicat et Comexposium, augmentait cette année de 50% pour recevoir les visiteurs dans des conditions plus confortables, le public a largement répondu à l'appel, dépassant même les objectifs annoncés par les organisateurs. 272 000 visiteurs ont été enregistrés cette année, contre 245 000 l'année précédente.

« Cette cinquième édition démontre que nous sommes parvenus à inscrire cet événement dans le Top 5 mondial des salons dédiés au jeu vidéo », confirme David Neichel, Président du Sell (Jean-Claude Ghinozzi a depuis pris en charge la présidence du syndicat, ndlr). « Nos fortes ambitions pour les années à venir sont claires : faire de la Paris Games Week un événement toujours plus international pour le secteur ».

Rappelons qu'outre une augmentation de la superficie d'exposition, cette édition 2014 de la



Just Dance 2015, Assassin's Creed Unity, Far Cry 4 : le line-up musical et « open world » d'Ubisoft cette année



Fleur Pellerin et Guillaume de Fondoumière, Président du SNJV

e des records



Halo Master Chief Collection, un des poids lourds de Microsoft sur Xbox One. Le stand accueillait aussi les productions indépendantes du programme id@xbox



Pro Evolution Soccer 2015, année décisive pour Konami avec l'arrivée sur nouvelle génération

PGW était marquée par la tenue en simultanée de la Game Connection, le salon professionnel où développeurs et éditeurs se rencontrent. « *L'édition 2014 de la Game Connection Europe à Paris est un succès indéniable, rendu possible par les forts partenariats noués avec Capital Games et le SELL* », estime pour sa part Pierre Mirlit, Directeur général de la Game Connection.

Les politiques au rendez-vous

A l'occasion de la soirée d'avant-première de la Paris Games Week, on a pu voir Fleur Pellerin, Ministre de la Culture et de la Communication, visiter le salon et s'arrêter notamment dans l'espace Made In France, organisé par Capital Games et dédié aux jeux produits dans l'Hexagone (25 studios représentés cette année, 35 jeux différents sur 400 m²). La Ministre est une fidèle de la Paris Games Week puisqu'on l'avait croisée déjà l'année dernière, en tant que Ministre déléguée en charge des Petites et Moyennes Entreprises, de l'innovation et de l'économie numérique. Autre politique sensible au média interactif, Axelle Lemaire, Secrétaire d'Etat chargée du Numérique auprès du Ministre de l'Economie, du Redressement productif et du Numérique, a également fait le déplacement sur le salon. Si la soirée d'avant-première le mardi, réservée aux professionnels et à la presse, permettait de visiter confortablement les stands, la très importante fréquentation de l'endroit rendait la visite bien plus physique dans les jours qui ont suivi. Comme chaque année, les exposants redoublaient en effet

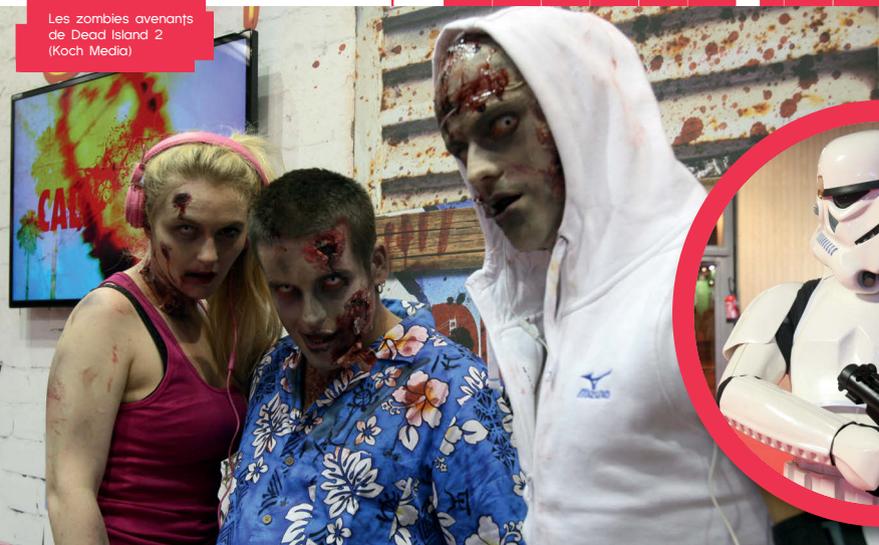
cette année d'efforts pour mettre en scène leurs grands jeux de fin d'année ou de début 2015. A ce jeu, les trois constructeurs consoles se sont bien sûr particulièrement démarqués, avec des stands de taille conséquente rivalisant d'effets et théâtralisations pour mettre en valeur leurs jeux maison mais aussi les productions d'éditeurs tiers ou indépendants hébergées. Du côté des éditeurs tiers, Ubisoft profitait de son emplacement près d'une des entrées pour faire feu de tous bois avec les morceaux de Just Dance, véritable attraction tant visuelle qu'auditive, qu'un Assassin's Creed Unity qui mobilisait les foules cette année. Konami, qui mettait en avant la version PS4 de Pro Evolution Soccer 2015 en cette année d'apparition de la franchise sur machines de nouvelle génération, avait réservé un stand judicieusement placé à côté de celui de Sony Computer pour amplifier l'effet « nouvelle génération » de cette nouvelle itération. Koch Media, qui consacrait un stand au très attendu Dead Island 2 (2015), a su créer l'événement autour du jeu avec ses acteurs zombies arpentant les allées du salon. A noter enfin un stand Oculus, pour la première fois sur le salon, qui a tout simplement constitué l'un des événements de la Paris Games Week millésime 2014. Du retrogaming (stand de l'association MO5) aux technologies de demain, le Paris Games Week n'entend visiblement pas se cantonner à la promotion, sur le court terme, des jeux de la fin d'année mais à davantage refléter la culture vidéoludique dans ce qu'elle a de plus large et protéiforme.



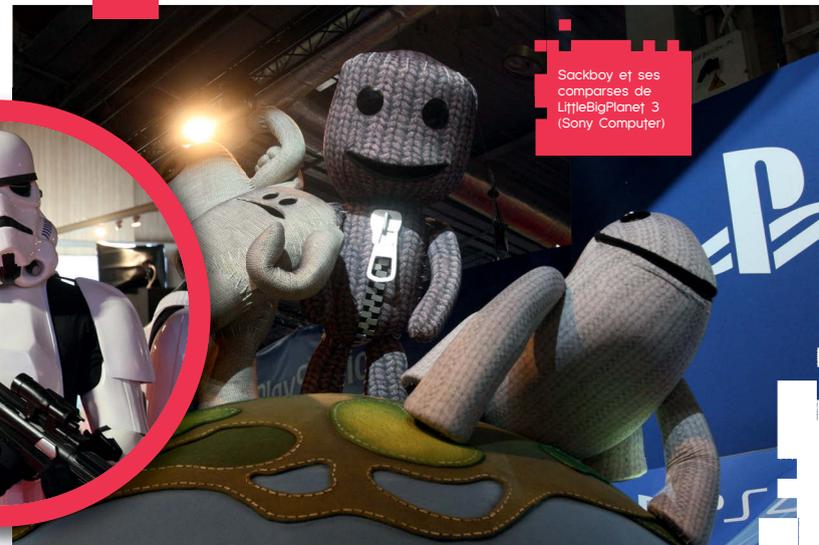
Avec Disney Infinity (mais aussi les Skylanders d'Activision), le « jouet vidéo » est l'une des vedettes de la section PGW Junior, dédiée aux plus jeunes



Les zombies avenants de Dead Island 2 (Koch Media)



Sackboy et ses comparses de LittleBigPlanet 3 (Sony Computer)



Les zombies avenants de Dead Island 2 (Koch Media)

Mario Kart s'enrichit



Alors que le jeu de Kart de Nintendo s'apprête à accueillir les figurines Amiibo qui permettront notamment aux joueurs de personnaliser leurs personnages Mii dans le jeu, Nintendo publie des contenus additionnels à télécharger pour le fameux best seller de la Wii U. Le premier pack, d'ores et déjà disponible sur la boutique eShop, propose quatre nouveaux personnages (dont Link, le héros de la saga Zelda !), quatre véhicules supplémentaires ainsi que huit nouveaux circuits. L'occasion de se replonger dans l'univers de F-Zero par exemple ! Un deuxième pack est d'ores et déjà annoncé pour mai 2015, qui comprendra le même nombre de pistes et véhicules supplémentaires, ainsi que de nouveaux pilotes dont des personnages issus de Animal Crossing. Chaque pack additionnel est vendu huit euros, une offre permet de d'acquérir le premier et réserver le second pour 12 euros. Avec ce contenu supplémentaire conséquent, Nintendo entretient l'intérêt et la durée de vie du titre vedette de la Wii U.



Rugby 15 : nouvelle essai de Bigben



Après notamment des jeux chez Electronic Arts, Codemasters ou encore plus récemment Tagmae, c'est au tour de Bigben Interactive de se frotter au monde de l'ovale ! Rugby 15 nous vient des Canadiens de HB Studios, studio qui était notamment à l'origine de Rugby 08 et de Rugby World Cup 2011 d'EA Sports. Le programme s'annonce riche avec les licences officielles des deux championnats de France (Top 14 et Pro D2), du championnat anglais (Aviva Premiership Rugby) et de la ligue celtique (PRO 12). De plus, 20 équipes nationales et 15 formations de l'hémisphère sud sont aussi jouables mais sans les licences. Outre des conditions climatiques variables et impactantes sur le jeu, l'intelligence artificielle est annoncée comme pouvant s'adapter au style de jeu du joueur qui pourra user de toutes les tactiques de ce sport pour tenter de triompher. Les voix françaises sont assurées par Éric Bayle et Thomas Lombard, commentateurs officiels du Top 14 sur Canal+. Dimitri Yachvili, ancien rugbymen de l'Équipe de France, est l'ambassadeur du jeu et s'est déclaré « honoré d'être ambassadeur de Rugby 15, qui, pour sa première édition, me donne l'impression de remettre les crampons et de retrouver de bonnes

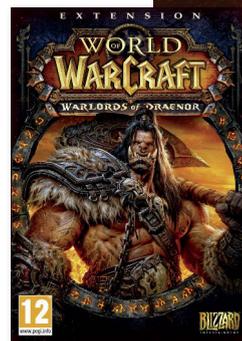
sensations ». Premier jeu de rugby sur les consoles de nouvelle génération (Xbox One et PlayStation 4), Rugby 15 est aussi disponible sur Xbox 360, PS3, PS Vita et PC.



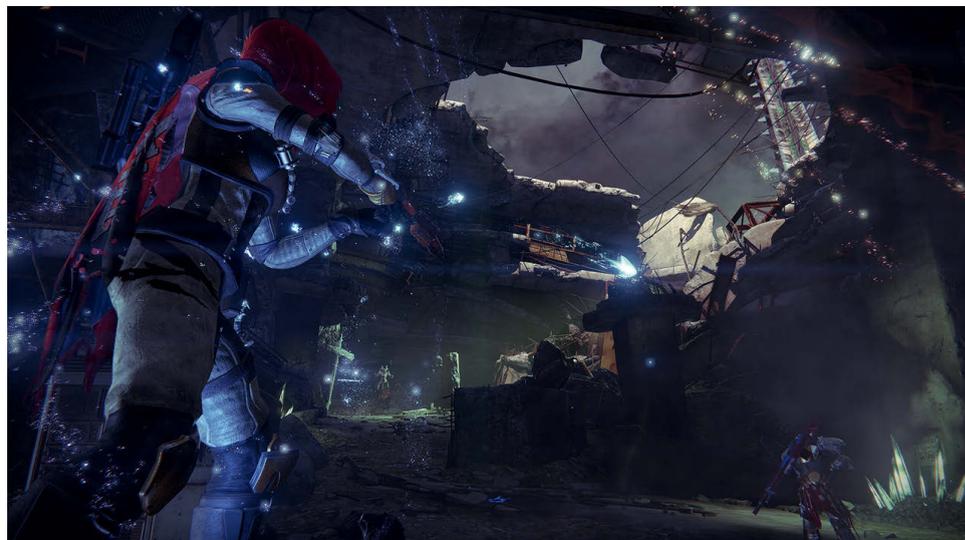
Dimitri Yachvili jouant à Rugby 15 lors de la Paris Games Week.

World of Warcraft Dix ans, toujours en forme

Le 13 novembre, Activision Blizzard publiait la cinquième extension destinée à World of Warcraft, Warlords of Draenor, sur PC et Mac. Un lancement réussi si l'on en croit Blizzard, qui annonce avoir vendu 3,3 millions d'exemplaires de l'extension le jour même de sa sortie ! De quoi prouver combien le jeu de rôle massivement multijoueurs qui fête ses 10 ans cette année a toujours du répondant. L'éditeur a par ailleurs profité de la bonne nouvelle pour communiquer sur



le chiffre de 10 millions de joueurs abonnés à World of Warcraft dans le monde à l'heure actuelle. L'extension Warlords of Draenor, qui propose nouveau système de quêtes mais aussi lifting des personnages, est commercialisé sous forme physique ou dématérialisée.



Destiny, le combat continue

Destiny du studio Bungie (Halo), était l'un des grands événements de cette rentrée lorsque le jeu est paru sur consoles d'ancienne et nouvelle génération le 9 septembre dernier. Un mois après le lancement tonitruant du jeu, l'éditeur Activision Blizzard annonçait une moyenne de 3,2 millions de joueurs connectés par jour, avec une durée de jeu moyenne de trois heures. Jeu

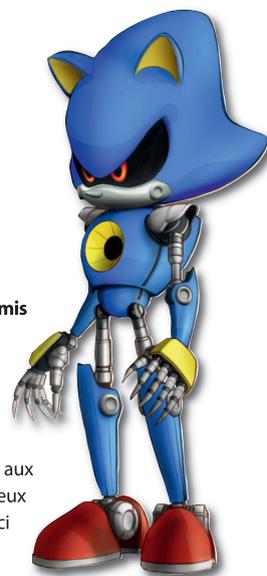


d'action en vue subjective assez addictif, Destiny offre une belle courbe de progression (l'esprit Diablo n'est pas si loin) et ne manque pas d'ambitions, l'éditeur Activision Blizzard et le studio de développement annonçant avoir des projets sur une dizaine d'années autour de la franchise. Trois mois après le lancement, une première extension sera publiée en ligne le 9 décembre. Dans Destiny : Les Ténèbres Souterraines, les joueurs vont partir à l'attaque d'un mal ancien, évidemment enfoui sous terre. Nouvelles missions scénarisées, nouvelles arènes multijoueurs, nouveau raid à plusieurs, armes et armures inédites sont au programme de l'extension, commercialisée à 19,99 euros, qui permettra également d'atteindre des niveaux supérieurs pour les personnages. Pour 2015, une prochaine extension est déjà attendue, La Maison des Loups.



Sonic fidèle à Nintendo

Nintendo et Sega, les frères ennemis des années 80 et 90, marchent décidément main dans la main dorénavant puisque après les jeux Mario et Sonic aux Jeux Olympiques, la nouvelle aventure du fameux hérisson bleu est exclusivement dédiée aux consoles de Nintendo. Ce sont plutôt deux aventures que Sega propose cette fois-ci avec Sonic Boom L'Ascension de Lyric sur Wii U et Sonic Boom Le Cristal Brisé sur Nintendo 3DS. Publiés par Sega et distribués par Nintendo, ces titres d'action/plate-forme s'inscrivent dans l'univers Sonic Boom qui comprend également une prochaine série animée d'animation (produite par une société française, Ouido ! Productions) et des produits dérivés. Ces deux jeux, développés par des studios californiens (Big Red Button Entertainment et Sanzaru Games) collaborant avec la Sonic Team, entendent remettre en avant la vitesse bien sûr, mais aussi la coopération dans les jeux Sonic. Dans les deux titres, Sonic et ses amis doivent faire face à la menace de Lyric, un ennemi aux allures de serpent. Sur le jeu Wii U, jusqu'à quatre joueurs peuvent s'affronter dans des modes « team challenges ».



Elgato Game Capture

Le jeu en vidéo

Longtemps, la capture et le partage vidéo d'une phase de jeu ont constitué une vraie difficulté. Des sites comme Twitch ou Ustream permettent de diffuser, mais pour obtenir une bonne qualité, faire du montage ou insérer des commentaires, le joueur a besoin de plus que sa simple console. S'il existe de nombreux sites Internet pour diffuser de la vidéo, la captation a toujours été le point noir. Elgato propose non seulement d'enregistrer des sources provenant des nouvelles consoles de jeu simplement mais également de les diffuser en direct sur Internet, un atout pour les professionnels comme les particuliers. Par Roland Marianna



Caractéristiques

Type : Boîtier de capture pour jeux vidéo
Entrée : HDMI pour PS4, Xbox One, Xbox 360 non HDCP **Sortie :** HDMI
Résolution prises en charge : 1080p60, 1080p30, 1080i, 720p60, 720p30, 576p, 576i, 480p
Dimensions : 112 x 75 x 19 mm
Poids : 106 grammes
Prix : 180 euros

Elgato s'est spécialisé dans l'accessoire informatique et mobile. Le constructeur allemand avait déjà lancé un périphérique de capture vidéo nommé Game Capture HD, la version HD60 vient compléter la gamme en prenant en charge les consoles de nouvelle génération comme la PlayStation 4 et la Xbox One. Il permet ainsi d'enregistrer des séquences en 1080p et à 60 images par seconde, donc la meilleure qualité possible. Le boîtier est compact et se connecte à l'ordinateur (PC ou Mac) via un port USB 2.0. Il dispose d'une entrée HDMI pour brancher une console et d'une sortie HDMI pour le retour vers le téléviseur. Enfin, pour commenter les vidéos, le constructeur a ajouté une entrée audio. L'installation du HD60 est très rapide. Ains, une fois le logiciel installé, la reconnaissance du boîtier est quasi instantanée.

Du playback dans le jeu
 L'interface de gestion du Game Capture HD60 est complète. Une large place est réservée aux images provenant de la console. Une colonne à

droite est consacrée aux paramètres de capture et de partage. Enfin, la partie basse regroupe les fonctions de magnéscope et de montage. Dès que le logiciel détecte un signal vidéo, il enregistre automatiquement. A la manière des box ou des enregistreurs numériques, il dispose de la fonction Time Shifting, appelée ici Playback. Ainsi le joueur ne sera pas obligé de lancer l'enregistrement dès le début de sa partie. Et s'il souhaite revenir sur une action passée, il suffira de cliquer sur le bouton retour arrière. Il pourra alors la sauvegarder définitivement. Cela permet de préserver un espace de stockage précieux. Ensuite pour partager, le joueur accède directement à des modules de réseau sociaux pour le partage en quelques clics sur YouTube, Facebook ou Twitter. Les vidéos pourront également être enregistrées en local, sur Apple TV, iPad ou iPhone. Le format d'enregistrement en local est le MP4 pour un maximum de compatibilité, notamment avec les logiciels de montage vidéo. Il faudra tout de même disposer d'un ordinateur puissant pour la diffusion en direct, avec notamment un

processeur Intel Core i7 de deuxième génération et bien entendu une connexion Internet à haut débit, voire très haut débit.

Un boîtier pour tous

Le Game Capture HD60 est destiné à un large public. Grâce à sa simplicité de mise en œuvre, il pourra être utilisé aussi bien par des particuliers qui souhaitent partager leur expérience de jeu au quotidien, que par des utilisateurs plus professionnels, comme les community manager qui souhaitent montrer par exemple des séquences en avant-première. Le Game Capture HD60 est un outil dans l'air du temps. Il y a une forte poussée du « Game streaming », c'est-à-dire de la diffusion en direct de séance de jeu vidéo avec commentaires et explications. Très répandu dans le monde du PC, il devient maintenant plus accessible pour les joueurs sur console. Les enjeux sont croissants avec des chaînes de streaming avec abonnements payants et un revenu publicitaire également en hausse sur ce secteur.

Pas besoin d'attendre pendant la période des fêtes !



avec les clés USB 3.0 SanDisk haute vitesse

Jusqu'à 60x plus rapide que l'USB 2.0**

© 2014 SanDisk Corporation. tous droits réservés.

SanDisk, SanDisk Ultra, SanDisk Extreme et SanDisk Extreme PRO sont des marques déposées de SanDisk Corporation, enregistrées aux Etats-Unis et dans d'autres pays.

* Basé sur le transfert d'un fichier vidéo MPEG-4 (1.2 Go) d'un appareil hôte disposant d'un port USB 3.0 vers la clé USB. La prise en charge de la vidéo peut varier en fonction de l'appareil hôte, les caractéristiques du fichier et d'autres facteurs.

Clés USB 2.0 standards (4 Mo/s). ** Jusqu'à 240 Mo/s en vitesse d'écriture sur la clé USB 3.0 SanDisk Extreme PRO; écriture jusqu'à 60 fois plus rapide que les clés USB 2.0 standards (4 Mo/s); jusqu'à 260 Mo/s en vitesse de lecture. Port USB 3.0 requis.

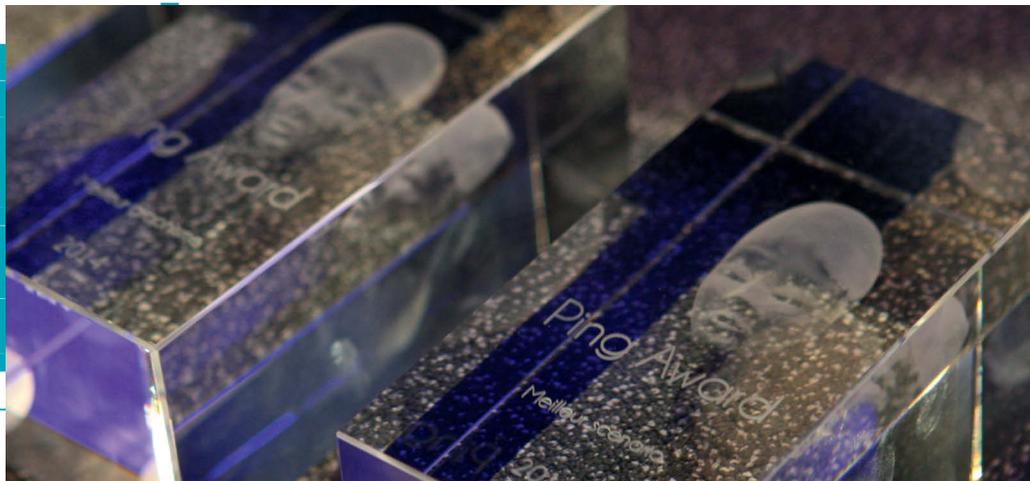
Basé sur des tests internes; la performance peut varier en fonction de l'appareil hôte. 1 Mo = 1 000 000 d'octets.

**VOUS N'OUBLIEREZ JAMAIS
LES MOMENTS IMPORTANTS
DE VOTRE VIE**

Si vous les confiez à
SanDisk®

Ping Awards 2014

L'illustratrice Lou Lubie « croquait » en temps réel les moments forts de la soirée de remise des Ping Awards



Le jeudi 30 octobre, se tenait à la **Cité des Sciences et de l'Industrie** à Paris la remise de la dizaine de prix **Ping Awards 2014**, récompensant les jeux vidéo produits en France. Organisé par **Capital Games** et l'**AFJV** (et soutenu notamment par le **CNC**), l'événement a vu le titre d'Ubisoft **Soldats Inconnus** être salué par les membres du jury avec **deux prix à la clef**. Par Patrick Helliou - Photos : Guy Pichard

Le jeu français à l'honneur

Salle pleine ce 30 octobre dans l'auditorium de la Cité des Sciences de la Villette à Paris pour assister à la remise des prix Ping Awards millésime 2014.

L'événement consacre les meilleures productions françaises de la saison passée, appréciées par un jury composé de représentants d'institutions (CNC, SACEM, Cité des Sciences), d'artistes, de journalistes et emmené par l'acteur Tom Novembre, Président. Comme l'année passée, Bertrand Amar et Emmanuel Forsans (AFJV) ont présenté l'événement, retransmis en direct sur le site **Jeuxvideo.com**. Des Ping Awards 2014 qui ont notamment récompensé cette année l'excellent **Soldats Inconnus : Mémoires de la Grande Guerre** d'Ubisoft Montpellier, ce jeu d'action/aventure mettant en scène la Première Guerre mondiale, qui a reçu les prix de Meilleur Scénario et du Grand Prix du jury. L'éditeur Focus Home Interactive, qui supporte depuis des années les studios hexagonaux, avait un record de 10 nominations via ses différents titres, et a été salué via les productions d'Eugen Systems (**Wargame Red Dragon**) et Cyanide (**Styx Master of Shadows**). Cette année encore, les productions en lice pour le prix du meilleur jeu signé par des étudiants ont impressionné par la qualité des projets (et la folie de certains concepts !) et c'est **Anarcute**, signé par

Rubika Supinfogame qui a remporté le prix. **Frédéric Raynal** (créateur de **Alone in the Dark**, **Little Big Adventure**, **Toy Commander**), qui était Président du jury l'année dernière, est venu présenter son nouveau projet marquant son retour au jeu horrifique (**2Dark** qui vient de réussir son financement **Ulule**)... mais aussi recevoir un prix surprise, celui du Ping d'Honneur, inauguré cette année.



David Neichel, alors Président du SELL, est venu dire tout son intérêt pour les Ping Awards



Benoît Sokal, venu remettre un des prix, a également présenté en avant-première des images inédites de **Syberia 3**



Les auteurs de **Soldats Inconnus : Mémoires de la Grande Guerre** chez Ubisoft Montpellier ont vu le titre récompensé par deux fois, dont le Grand Prix du Jury



Si l'édition 2013 des Ping Awards comptait davantage de jeux AAA sortis en version physique (Beyond Two Souls de Quantic Dream, Dishonored d'Arkane Studios, Rayman Legends d'Ubisoft, Remember Me de DontNod...), c'est nettement du côté des

productions dématérialisées que les nominés se recrutent cette année. Une direction logique pour un marché qui tend de plus en plus vers la dématérialisation... et offre l'occasion de récompenser des productions plus imaginatives que jamais.

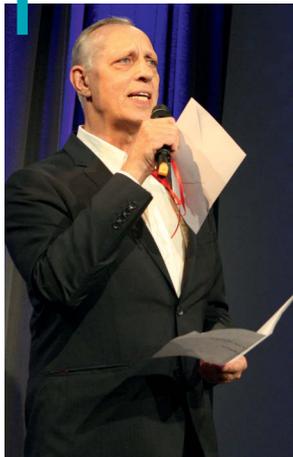
Frédéric Raynal (Alone in the Dark, Little Big Adventure...) a reçu le Grand Ping 2014



Anthony Roux « Tot » d'Ankama, reçoit le prix de l'artiste numérique 2014



L'acteur Tom Novembre présidait le jury de cette édition 2014 des Ping Awards



L'équipe de Celsius Online (March of History) et son Ping du meilleur jeu Web et réseaux sociaux



L'équipe de Rubika Supinfogame qui signe Anarcute, un jeu d'action/stratégie mettant en scène des émeutes, élu meilleur jeu étudiant. Sortie en vue sur Xbox One



Le studio Cyanide (Blood Bowl, Tour de France...), récompensé pour le jeu d'infiltration Styx Master of Shadows sur PS4



Les lauréats 2014

- **Prix du meilleur scénario, Grand prix du Jury :**
Soldats Inconnus : Mémoires de la Grande Guerre - Ubisoft Montpellier - PS4
- **Prix du meilleur jeu sur console de salon :**
Styx : Master of Shadows - Cyanide - PS4
- **Prix du meilleur jeu PC / Mac :**
Deadcore - 5Bits Games - PC
- **Prix des meilleurs graphismes :**
Wargame : Red Dragon - Eugen Systems - PC
- **Prix du meilleur jeu étudiant :**
Anarcute - Rubika Supinfogame - PC
- **Prix de la meilleure bande son :**
Endless Legend - Amplitude Studios - PC
- **Prix du meilleur jeu web et réseaux sociaux :**
March of History - Celsius Online - Web
- **Prix du meilleur jeu mobile :**
Mucho Party - Globz - iOS / Android
- **Prix de l'artiste numérique 2014 :**
Anthony ROUX "TOT" - Ankama
- **Grand Ping 2014 :**
Frédéric Raynal - Gloomwood

Face aux deux consoles de nouvelle génération concurrentes, le Japonais aligne méthodiquement les jeux maison à fort potentiel sur ses deux plates-formes, dont une Wii U qui reste la console de salon numéro deux du marché en termes de volumes. Avec en point d'orgue Super Smash Bros, titre fédérateur par excellence, qui synthétise le savoir-faire et toute la culture de la firme. A l'occasion de la Paris Games Week, le JDLI s'est entretenu avec Philippe Lavoué, Directeur général adjoint de Nintendo France. Par Patrick Hellio



Ninter force su

JDLI : Où en sont les parcs installés de consoles Nintendo en France ?

Philippe Lavoué : Nous venons de passer le cap des trois millions de Nintendo 3DS vendues en France. C'est donc à l'heure actuelle la console dite « de nouvelle génération » la plus vendue dans l'Hexagone. Du côté de la Wii U, le parc installé s'établit actuellement à 410 000 consoles vendues en France. Nous comptons vendre entre 150 000 et 200 000 Wii U d'ici la fin de l'année, et donc dépasser une base de 600 000 machines vendues à fin 2014.

Comment quantifiez-vous l'« effet Mario Kart » sur les ventes de Wii U ?

Depuis la sortie de Mario Kart 8, la Wii U se vend deux fois plus. Il y a donc clairement eu, comme on s'y attendait, un avant et un après le lancement du titre pour les ventes de la console. A l'heure actuelle, Mario Kart 8 s'est vendu à 200 000 exemplaires en France et il a encore une longue vie devant lui, avec un très gros potentiel pour Noël notamment en tant que jeu vidéo familial par excellence. On identifie aujourd'hui plusieurs agents motivant l'achat de la Wii U, qu'il s'agisse de Mario Kart 8 bien sûr, mais aussi de Super Smash Bros, Hyrule Warriors, Bayonetta 2 ou encore des jeux attendus pour 2015 que nous présentons sur cette Paris Games Week, comme Captain Toad Treasure Tracker ou Splatoon.

Que représente aujourd'hui le phénomène Super Smash Bros ?

La version Nintendo 3DS, sortie début octobre, rencontre un joli succès partout dans le monde et a déjà passé le cap des trois millions d'exemplaires vendus. Il s'agissait de la première version pour console portable de cette célèbre franchise Nintendo, qui a prouvé que le concept fonctionnait également très bien sur ce support. Cela a permis à la franchise d'élargir encore son audience et de toucher de nouveaux publics. Des passerelles vont être mises en place avec la version Wii U qui sort fin novembre. Un titre bien sûr très important dans le line-up de la console de salon.

On sait cette saga très populaire aux Etats-Unis et au Japon. Quel est son statut en France ?

Elle prend de plus en plus auprès du public français ! Super Smash Bros sur 3DS a fait un très bon



démarrage à sa sortie et nous ne sommes pas encore dans le pic de ventes ; cette version devrait atteindre les 300 000 ventes d'ici la fin d'année en France. La franchise Super Smash Bros gagne en popularité en France et c'est la raison pour laquelle nous avons, pour la première fois cette année, organisé les championnats de France de Super Smash Bros sur Wii U dans le cadre de la Paris Games Week. Via un système que nous avons testé sur Japan Expo, avec des phases qualificatives qui se jouent sur Nintendo 3DS et une finale qui prend place sur la version Wii U du jeu. Nous mettons aussi en place ici des dispositifs un peu particuliers comme « Kick the king », qui consiste à inviter les visiteurs du PGW à affronter le gagnant du tournoi de Japan Expo.

Parallèlement à ces titres « system sellers », Nintendo publie également des titres plus ciblés comme Bayonetta 2 ou Hyrule Warriors. Quelles sont vos ambitions sur ces jeux ?

Bayonetta 2 est un titre exclusif à la Wii U, développé par Platinum Games, qui est en effet classé PEGI 16 et s'adresse, de par son genre, à une certaine partie du public de la console. Son lancement s'est



Entretien avec

Philippe Lavoué,
Directeur général adjoint
de Nintendo France

ndo en r le ring



« Depuis la sortie de Mario Kart 8, la Wii U se vend deux fois plus. »



bien passé, nous avons même été surpris d'être aussi rapidement en rupture de l'édition collector limitée du titre. C'est un jeu dont nous espérons vendre entre 40 et 50 000 exemplaires en lifetime. Hyrule Warriors est un cas de figure différent car il s'adresse à un public plus large. Il y a toujours eu, chez Nintendo, ce souci de proposer un équilibre entre propositions de jeux familiaux et plus niches.

Qu'attendez-vous des éditeurs tiers sur Wii U ?

Sur Wii U, un gros levier est arrivé sur le marché fin octobre avec Just Dance

2015 d'Ubisoft. Jusqu'ici, c'est la version Wii qui est toujours la plus populaire en France, six millions de consoles de base installée oblige, mais nous allons suivre de près les performances de la version Wii U

cette année, qui devrait logiquement connaître une nouvelle dynamique. Également chez Ubisoft, Watch Dogs arrive enfin sur la console de salon ce mois-ci et la console accueille toujours des titres comme Skylanders qui fonctionne très bien. Sonic Boom de Sega est également attendu sur Wii U comme une belle exclusivité.

Fin novembre, les figurines Amiibo sortent. Comment allez-vous les positionner face aux concurrents Skylanders et Disney Infinity ?

Le positionnement des Amiibo est différent de ce que l'on trouve aujourd'hui sur le marché. Tout d'abord, chaque figurine Amiibo va évoluer au fil de la pratique par le joueur, qui va pouvoir jouer



Super Smash Bros, célébration de Nintendo

Dans la foulée de la version 3DS sortie début octobre, Nintendo lance Super Smash Bros en version Wii U, jeu somme pour l'éditeur réunissant ses figures emblématiques dans un jeu de combat tant accessible que technique, bardé de clin d'oeils aux fans. Si la version 3DS a réussi le pari transposer la saga en déclinaison mobile, cette édition de salon propose de multiples atouts dont une résolution graphique bien supérieure. « C'est un titre très très important pour la console », situe Philippe Lavoué. « Avec de nombreux arguments pour lui comme 50 personnages disponibles, la possibilité pour la première fois dans la série de s'affronter à huit simultanément, la capacité pour les joueurs de créer leurs propres niveaux... Nous pensons que Super Smash Bros a la capacité d'impacter fortement sur les ventes de consoles ». Pour réunir jusqu'à huit joueurs sur le jeu, celui-ci est compatible avec de nombreuses configurations de contrôleurs, du GamePad bien sûr aux wiimotes et manettes classiques, en passant par les manettes GameCube (via un adaptateur dédié voire deux pour atteindre huit joueurs) mais aussi les consoles 3DS qui peuvent faire office de manettes, à condition de posséder un exemplaire du jeu en cartouche.



Captain Toad Treasure Tracker



en coopération ou contre sa figurine dans le jeu. On peut, dans une certaine mesure, comparer les figurines Amiibo aux Pokémon, avec cette capacité à les faire évoluer, à pourquoi pas les échanger, à jouer en coopération avec ses amis... Ensuite, les développeurs de Nintendo ont tenu à se différencier en rendant les figurines transversales, compatibles avec plusieurs jeux dont Super Smash Bros, puis Mario Kart 8, Captain Toad Treasure Tracker, Hyrule Warriors, Yoshi Woolly World... et ce n'est qu'un début. Les Amiibo étant agnostiques par rapport aux jeux compatibles, cela devrait assurer une belle durée de vie à ces figurines pour les joueurs. Nous ne nous positionnons pas sur la même utilisation ou le même cycle de vie que les autres produits du genre, qui sont tributaires d'un jeu en particulier.

Comment allez-vous soutenir le lancement des figurines ?

Le lancement de la première vague de figurines Amiibo (voir encadré) va, dans un premier temps,

être associé à la sortie de Super Smash Bros sur Wii U puisqu'il sera le tout premier jeu compatible avec leur utilisation. C'est le titre qui va nous permettre de matérialiser l'expérience Amiibo et la campagne marketing est articulée de concert. La communication Amiibo sera par la suite étendue aux autres titres du line-up compatibles. Au lancement, des dispositifs sont proposés aux revendeurs dont des box, kakémonos dédiés à la gamme Amiibo...

Pensez-vous qu'il y a encore de la place à prendre sur ce créneau déjà bien occupé ?

Oui, il y a toujours de la place lorsque l'on vient avec les bonnes propositions ! C'est, je pense, le cas ici et si la demande des consommateurs est bien là, je ne doute pas que les revendeurs sauront accorder une place aux Amiibo.

Quelle cible avez-vous identifiée pour ce lancement ?

Nous allons dans un premier temps nous adresser aux fans de la franchise Super Smash Bros puisque la sortie des premiers Amiibo est fortement associée à l'arrivée du jeu sur Wii U le 28 novembre. Cela représente un public assez large aujourd'hui, d'autant plus dans la foulée de la version Nintendo 3DS qui a contribué à rendre la franchise encore plus populaire et à conquérir de nouveaux publics.

Amiibo, collectionniste aigüe

Le 28 novembre est la date de sortie du très attendu Super Smash Bros sur Wii U, mais aussi de la première vague de figurines Amiibo avec une douzaine de modèles (Mario, Peach, Link, Fox, Samus, Kirby, Pikachu, Donkey Kong...) au programme. Le principe est simple : en passant l'une de ces figurines dotées d'une puce NFC sur le Gamepad de la Wii U, le personnage en question interagit avec le jeu sous différentes formes possibles. Dans le cas de Super Smash Bros, l'Amiibo va voir ses caractéristiques évoluer au fil des parties du joueur et pourra être utilisé par celui-ci comme un allié ou un adversaire. D'autres types d'interactions sont annoncés comme l'usage des Amiibo pour modifier l'apparence de son pilote Mii dans Mario Kart 8 ou le déblocage d'armes supplémentaires dans Hyrule Warriors. La Nintendo 3DS sera rendue compatible avec les Amiibo début 2015 via la sortie d'un adaptateur mais aussi de la New Nintendo 3DS, modèle embarquant le capteur NFC de série. Une seconde vague de six figurines est déjà prévue pour le 19 décembre (Luigi, Zelda, Diddy Kong...) en attendant le programme pour 2015. Les revendeurs en ligne annoncent un prix de 13 euros environ par figurine. Avec ces personnages emblématiques, Nintendo devrait motiver le phénomène de collection aussi bien pour les interactions avec les jeux que les figurines en elles-mêmes.



« Le lancement de la première vague de figurines Amiibo va être associé à la sortie de Super Smash Bros sur Wii U. »

Les Amiibo vont-ils vous permettre de toucher des points de vente additionnels, type magasins de jouets ?

Nintendo est déjà présent dans ce type de magasins, où les jeux de la série Pokémon par exemple rencontrent de beaux succès. Il est clair que les figurines Amiibo sont attendues par les magasins de jouets ; cette gamme devrait leur permettre de réaliser un peu plus de chiffre d'affaires via Nintendo. Via une allocation de place qui doit, évidemment, être justifiée par les ventes.

Quel niveau d'implantation visez-vous pour le lancement des Amiibo ?

Nous allons tout faire pour que nos mises en place soient en phase avec la consommation. Cela nous a été désigné comme une exigence absolue par les distributeurs. Sans donner de chiffres précis, nous

serons raisonnables sur la phase de lancement... et espérons être surpris favorablement.

Quelles sont les ambitions de Nintendo sur ce segment qu'on dit très porteur pour les prochaines années ?

Notre ambition première est de faire en sorte que les premiers acheteurs soient satisfaits par les figurines et leurs interactions avec les jeux compatibles. En aucun cas, notre idée est de venir concurrencer les produits qui existent déjà mais plutôt de proposer une expérience complémentaire, qui ne soit pas restrictive par rapport aux jeux Nintendo. On n'aura pas besoin d'une figurine pour faire fonctionner un jeu et on peut tout à fait profiter à 100% de Super Smash Bros sans posséder d'Amiibo. Les figurines viennent vraiment en plus des jeux vidéo, elles facilitent le transport de personnage, apportent un plaisir supplémentaire en multijoueurs, dans le gameplay... et contribuent à renforcer le lien entre les joueurs et la franchise.



Que pouvez-vous nous dire sur le futur lancement en Europe de la New Nintendo 3DS ?

Nous n'avons pas encore de date pour le lancement en Europe et n'avons pas commencé à travailler sur le sujet. La New Nintendo 3DS ne sera pas disponible avant 2015 en Europe et ce n'est clairement pas notre focus à l'heure actuelle : avec un parc installé de trois millions de consoles en France, la Nintendo 3DS est toujours très dynamique et elle a de fortes chances d'être à nouveau la console de nouvelle génération la plus vendue en France de l'année, après les 950 000 machines écoulées sur 2013. Ce sont toujours les jeux qui priment et, en cette fin d'année, c'est sur Nintendo 3DS qu'il faut jouer pour pouvoir profiter de Super Smash Bros, d'un Tomodachi Life qui devrait atteindre les 400 000 ventes en France en fin d'année ou encore de Pokemon Rubis Omega et Saphir Alpha, deux nouveaux titres qui vont s'adresser autant aux fans qui ont connu les versions originales il y a 10 ans sur GBA qu'une toute nouvelle génération de joueurs.

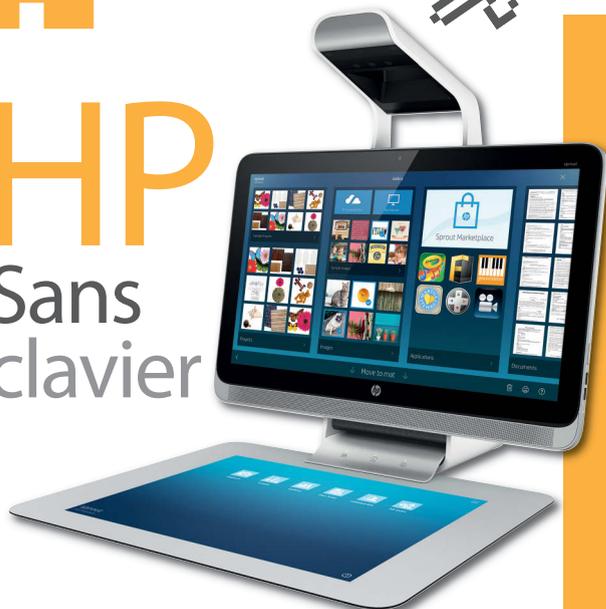
Nintendo au Paris Games Week





HP

Sans clavier



■ Le constructeur américain tente un pari étonnant avec le **Sprout**, celui de se passer du clavier et de la souris. Ce tout-en-un est doté de deux affichages : un écran classique de 23 pouces et un projecteur qui envoie une image sur la table devant lui. Ce dernier est couplé à trois caméras qui sont capables de suivre les mouvements des mains et de scanner des objets. On pourra ensuite les manipuler grâce à la surface tactile qui remplace le clavier. Un concept audacieux qui est lancé aux Etats-Unis dans un premier temps. Reste à voir si cet ordinateur original rencontrera assez de succès pour traverser l'Atlantique.

Asus

Le retour du netbook



■ Après quelques années d'abandon, **Asus** relance sa ligne **Eee PC** avec l'**EeeBook X205T**. Vendu seulement **799 euros**, cet ordinateur portable veut relancer la catégorie des netbooks. Pour cela Asus se base sur un processeur Intel Atom et 32 Go de stockage. Le design est extrêmement soigné pour une machine aussi abordable et l'autonomie annoncée de 12 heures devraient ravir les amateurs d'ordinateurs nomades. A noter que ce modèle fait partie des premiers à bénéficier de Windows 8.1 avec Bing. Cette variante conçue par Microsoft pour contrer Chrome OS bénéficie d'un an d'Office 365 gratuit. Sortie prévue en novembre dans trois coloris.

LG

Des photos en très haute définition

■ Si l'Ultra-HD se généralise surtout dans le domaine des téléviseurs, les moniteurs informatiques l'adoptent aussi peu à peu. C'est le cas notamment chez **LG** avec le **31MU97**. Cet écran d'une diagonale de 31 pouces intègre une dalle IPS capable d'afficher une résolution de 4096 x 2160 pixels. Il répond par ailleurs à la norme DCI qui promet des images les plus nettes possibles ce qui le destine tout particulièrement aux professionnels de l'image comme les photographes, les monteurs vidéo et les graphistes. De surcroît, il est compatible avec l'espace de couleurs Adobe RVB. Ce moniteur dispose par ailleurs d'une fonction Dual Color qui permet d'afficher deux modes de couleurs en même temps pour comparer le rendu d'une création dans deux espaces colorimétriques différents. Le **LG 31MU97** est disponible au prix de **1499 euros**.



Logitech

La mécanique du joueur



■ **Logitech** complète sa gamme de périphériques destinés aux joueurs avec un tout nouveau clavier, le **G910 Orion Spark RGB**. Comme tout clavier gamer qui se respecte, le G910 s'appuie sur des touches mécaniques mais à la différence d'autres constructeurs qui utilisent des interrupteurs (switches) d'origine Cherry MX, Logitech suit le chemin emprunté par Razer en développant ses propres modèles baptisés Logitech Romer G. Ainsi, le constructeur annonce pouvoir mieux répondre à la demande des joueurs pour des interrupteurs plus précis, plus rapides et plus résistants. En outre, Logitech propose une fonctionnalité originale basée sur son application Arx Control. Elle permet d'afficher sur son smartphone diverses informations concernant la partie de jeu en cours comme les statistiques de performance du joueur, le niveau de vie ou encore les paramètres d'affichage ou audio. Dans cette optique, le G910 dispose d'un support dédié pour poser les appareils mobiles fonctionnant sous iOS et Android. Logitech propose également un kit de développement qui permettra aux développeurs de créer des microprogrammes pour enrichir l'expérience du joueur. Valve devrait d'ailleurs intégrer cette fonctionnalité sur sa plateforme Steam. Le clavier est bardé de LED capables d'afficher différentes couleurs ce qui permet de personnaliser certaines touches ou groupes de touches en fonction du type de jeu pour les repérer rapidement. Le **Logitech G910 Orion Spark RGB** est disponible au prix de **179,99 euros**.



Jawbone

Au-delà du bracelet



Jawbone est devenu le spécialiste du bracelet d'activité et il faut reconnaître que l'application et l'interaction avec l'utilisateur représentent ce qui se fait de mieux dans le domaine. Pour rendre tout cela plus accessible, Jawbone lance le Move à **49 euros**, un traqueur clip ceinture qui peut se doter d'un bracelet optionnel. Il indique son état par des LED et surtout affiche une autonomie de six mois grâce à une simple pile de montre. Toutefois, on en reste toujours à l'habituel avec les pas et le sommeil. Jawbone a donc décidé d'ajouter un capteur à bio-impédance sur son nouveau bracelet Up 3 qui sera disponible à **169 euros** avant la fin de l'année. Ce capteur mesure la fréquence cardiaque, la température ambiante et de la peau. Il est même



capable d'analyser la respiration. Ces informations ne seront pas utilisées que pour indiquer ces paramètres de manière ponctuelle ce qui n'a pas grand intérêt mais permettront une analyse complète de votre état de santé. Ainsi, le bracelet est en mesure de distinguer avec précisions les quatre phases du sommeil, comme il indiquera tous les matins la fréquence cardiaque au réveil, un précieux indicateur de sa santé cardiovasculaire. Tout cela se combinera pour une analyse pertinente et un smart coach donnera des conseils de vie en fonction. Une évolution plus que réjouissante du traqueur d'activité qui va finir par réellement se justifier pour tous. De plus, le bracelet Up 3 garde une autonomie longue d'une semaine et il est encore plus fin que le précédent.



Thomson

Petit PC

Thomson lance un nouvel hybride Windows 2-en-1, le THBK1-9.32. Cette tablette adopte un format original avec son écran de 8,9 pouces et elle est livrée avec un clavier rigide. En interne, on retrouve un processeur Intel Atom accompagné par 32 Go de stockage. Un espace assez réduit que l'utilisateur devra augmenter en utilisant le lecteur micro-SD intégré. Comme sur la plupart des 2-en-1 ces derniers temps une licence Office 365 d'un an est offerte avec l'appareil. Le THBK1-9.32 sera disponible mi-décembre pour **199 euros**.

Toshiba

En grand



Toshiba met à jour sa série Qosmio X70 de PC multimédia **17 pouces**. On conserve une esthétique très soignée, avec un châssis qui fait la part belle à l'aluminium. Le grand clavier chiclet est rétro-éclairé et la partie son a été confiée aux bons soins d'Harman Kardon. Côté configuration, c'est plutôt musclé, avec un processeur Intel Core i7, un disque dur hybride et une carte graphique ATI Radeon M265X. Cette dernière ne devrait toutefois pas suffire à faire tourner les jeux les plus gourmands du moment dans la résolution Full-HD de l'écran. Le X70 n'a pas encore de date de sortie ni de prix.

Wiko



L'arc en ciel 4G



Le constructeur franco-chinois met à jour l'un de ses modèles phares, le **Rainbow**. Sorti au printemps, ce dernier a désormais droit à une compatibilité 4G mais aussi à 8 Go de stockage interne (contre 4 auparavant) ainsi qu'à une batterie plus conséquente. De quoi corriger tous les défauts de la première version et surtout pour la marque l'occasion de se relancer sur le secteur très disputé des smartphones 4G à petit prix. Le Rainbow 4G est disponible pour **159 euros**.

Asus

Le smartphone détendu

Aperçu à l'IFA le **Zenfone 5** a été a été officialisé par Asus. Ce modèle de milieu de gamme adopte un design séduisant et un écran HD de cinq pouces. Le reste des caractéristiques techniques est à la hauteur avec un processeur quadri-cœur signé Qualcomm, 2 Go de mémoire vive et un capteur photo de 8 Mpx. Le support de la 4G est aussi de la partie. Une proposition solide donc qui devrait être sur les étals fin novembre pour **249 euros**.



Cambridge Audio

Le son anglais à la campagne

La marque anglaise spécialisée dans l'audio haute-fidélité complète sa gamme d'enceintes nomades avec un nouveau

modèle baptisé G2. Cette enceinte compatible Bluetooth et NFC arbore un design allongé avec un châssis en aluminium de couleur champagne ou noir. Avec son faible encombrement, la G2 peut être transportée aisément dans un sac. Elle dispose par ailleurs de commandes rétroéclairées donnant un accès direct aux fonctions principales. La G2 intègre deux haut-parleurs pour les médiums et les aigus et deux pour les graves. En outre, il est possible de jumeler deux enceintes à un seul appareil mobile pour un rendu plus ample ou une diffusion à deux endroits distincts. A noter que la G2 peut mémoriser jusqu'à quatre appareils mobiles et les recharger via son port

USB. Cambridge Audio annonce une autonomie d'environ 10 heures. La G2 est commercialisée au prix de **129,99 euros**.



Plutôt connu pour ses notebooks de bonne taille destinés aux joueurs, MSI impressionne avec son **GS60 Ghost Pro 4K**. Cet ordinateur de 15 pouces réussit le tour de force d'être fin (20 mm) et léger (1,96 kg) tout en embarquant une configuration surpuissante. On trouve ainsi un processeur Intel Core i7 épaulé par une carte graphique GeForce GTX 970M. Mais c'est l'écran qui surprend le plus puisque la dalle de 15,6 pouces adopte une résolution 4K ou Ultra-HD. Reste à voir si en résolution native les jeux seront parfaitement fluides. En tous les cas, cet ordinateur portable est le premier à proposer sous les

MSI

Un portable sur-vitaminé



deux kilos une configuration aussi musclée et la très haute définition en 15 pouces. Il devrait être disponible dans les semaines qui viennent pour un tarif encore inconnu.



Mad Catz Clavier nomade

Le spécialiste des périphériques pour joueurs lance un nouveau clavier, le **S.T.R.I.K.E M**. La particularité de ce modèle est d'être destiné principalement aux tablettes et smartphones. Il s'adresse certes aux joueurs mais améliore tout autant la navigation sur Internet et la productivité. Compatible Bluetooth, il peut être couplé à quatre appareils avec un basculement de l'un à l'autre par une touche dédiée. Le S.T.R.I.K.E M est alimenté grâce à une batterie rechargeable en

USB qui permet une autonomie d'environ 30 heures. En outre, le clavier est rétroéclairé et dispose d'une zone tactile spécifique qui permet de simuler une souris avec les boutons gauche et droit. On trouve également des raccourcis multimédia et une molette pour le réglage du volume. Le S.T.R.I.K.E M est fourni avec une housse de protection et un support pour tablettes et smartphones. Il est disponible dans différentes coloris (noir, rouge et blanc) au prix de **99,99 euros**.

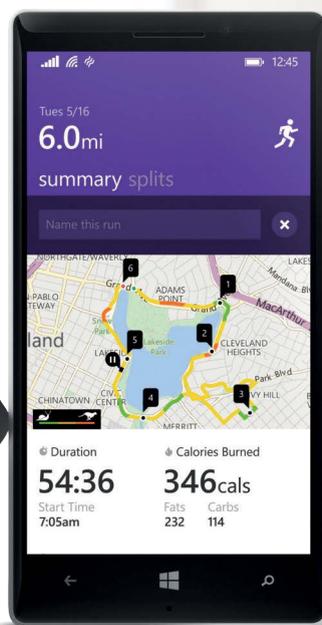
D-Link Partager la musique



Le spécialiste du réseau propose un petit boîtier 2-en-1 qui sert à apporter une fonction WiFi aux appareils audio qui n'en sont pas équipés et à étendre le réseau WiFi domestique. Le Music Everywhere se présente sous la forme d'un adaptateur qui se branche sur une prise électrique. Il se relie à tout diffuseur audio, comme une chaîne HI-FI, par une simple prise mini-jack. De plus, il se reconnecte au réseau WiFi de la maison. Ainsi, il sera possible de transmettre la musique à partir de son smartphone, tablette ou ordinateur vers l'appareil connecté au Music Everywhere. Il est vendu au prix de **59 euros**.

Microsoft Un bracelet et un téléphone

Surprise de la part de Microsoft qui a présenté son premier accessoire connecté. Le Band, c'est son petit nom, est un bracelet connecté dédié au suivi sportif. Doté d'un écran couleur, il est capable de capter la fréquence cardiaque, les UV mais aussi d'assurer un suivi GPS. L'autonomie annoncée est de deux heures et l'appareil sera vendu **200 dollars**. Choix étonnamment éclectique mais compréhensible, le Band fonctionnera sous Windows Phone, Android et iOS. Reste à voir si cet appareil un peu encombrant séduira dans un univers déjà riche en bracelets d'activité. La firme de Redmond a aussi dévoilé son premier smartphone au nom de Microsoft, le Lumia 535. Il est doté d'un écran de cinq pouces et fonctionne bien évidemment sous Windows Phone. Le prix est extrêmement agressif au vu des performances et de la finition puisque le Lumia 535 sera disponible fin novembre pour **130 euros**.





Entretien avec

Pascal Vivier,
Directeur commercial

Halterreggo

Modernité et vintage



Halterreggo est une marque de **casques sans fil Bluetooth** au **design très contemporain** et **épuré**. La société importe aussi exclusivement **Crosley, un fabricant américain d'électrophones vintage**. Une association qui joue la différence. Par Stéphane Kauffmann

JDLI : Quel est l'historique d'Halterreggo

Pascal Vivier : La société a été créée en 2009 pour importer des produits de marques en France. Certaines n'avaient pas de volonté pour établir la leur dans l'Hexagone et Halterreggo s'est substitué en tant que marque. A partir de là, nous avons commencé à développer nos propres produits dans le domaine des casques Bluetooth et c'est devenu notre principale activité. Nous continuons également à distribuer des marques de manière exclusive, principalement Crosley, le spécialiste de l'électrophone vintage. Nous avons aussi une marque d'accessoires propres, Heden.

Pourquoi avoir choisi de se limiter aux casques sans fil ?

Nous voulons être légitimes sur un segment, Halterreggo est reconnu sur les casques Bluetooth. Nous avons par exemple été les premiers à vendre un casque de ce type à 49 euros en juin 2011. Notre différenciation se fait déjà par le design, premier critère d'achat avant même la spécificité du sans fil. Actuellement, nous commercialisons six casques de 39 à 79 euros.

Quelle est votre stratégie produit en matière de casques ?

Nous disposons d'une usine qui travaille en exclusivité pour nous à partir de nos propres moules. Le design et



le développement sont faits en France, tous comme les réglages sonores. Il nous faut à peu près six mois entre le dessin et la finalisation du produit. Nous voulons créer une marque qui offre déjà une continuité dans le design. Ensuite, le maître mot est accessibilité, à la fois par le prix, la liberté du sans fil et un aspect qui s'adresse à tout le monde sans être stigmatisant.

Que regroupez-vous sous la marque Heden ?

Il s'agit d'accessoires et de périphériques qui répondent à une demande promotionnelle ou un besoin ponctuel. Nous sommes sur un positionnement prix plus agressif. Il s'agit notamment de casques mais tous Bluetooth et NFC.

Cela nous évite d'entrer en concurrence avec Halterreggo.

Sinon, il s'agit d'accessoires de mobilité, informatiques ou pour la maison. Nous répondons essentiellement à des demandes du marché.

Qu'en est-il de la marque Crosley, spécialiste de l'électrophone, que vous distribuez ?

Le point commun avec Halterreggo est qu'il s'agit de produits très différenciant qui combinent modernité et

vintage. Il y a déjà les électrophones, soit des platines vinyles avec amplificateur et enceinte. La qualité perçue et la qualité sonore sont tout simplement impressionnantes pour des prix qui vont de 99 à 179 euros. Le vinyle bénéficie d'un buzz énorme et les produits sont très bien finis, faisant largement appel au registre émotionnel du consommateur. Crosley commercialise aussi des enceintes amplifiées sans fil désormais, les Soundbox avec un premier modèle Soundbomb qui combine look rétro et gros son à 249 euros. Pour avoir du niveau et de la qualité audio, il faut de la surface et c'est le cas avec la taille d'un petit amplificateur. Il est d'ailleurs possible d'y connecter un micro ou une guitare.

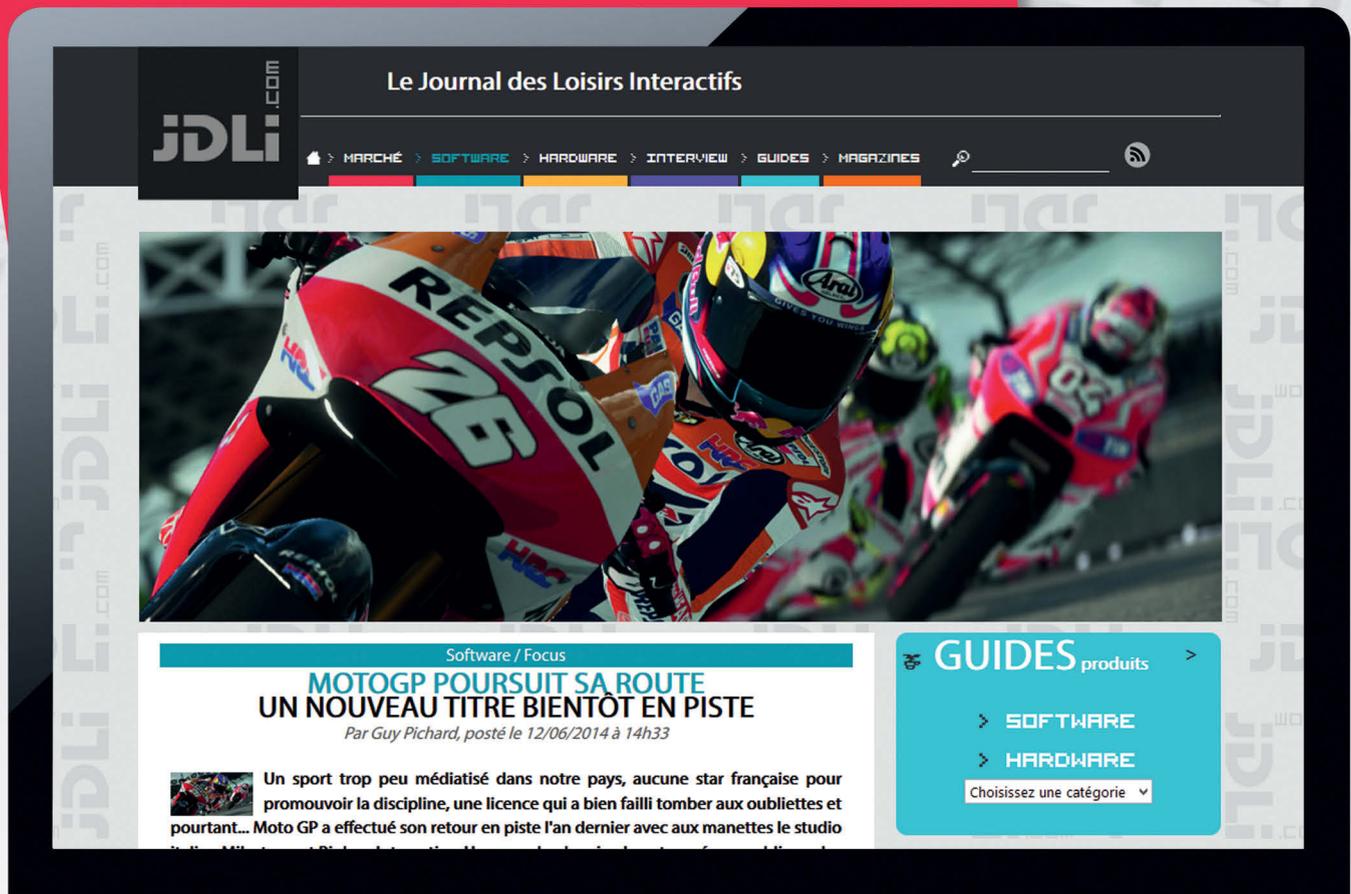
Quels sont les canaux de distribution où vous êtes principalement présents ? Quelles sont vos ambitions ? Comment faire connaître vos marques à valeur ajoutée ?

Notre ambition est de développer Halterreggo et Crosley en tant que marques fortes. Halterreggo est déjà très largement présente dans tous les canaux de distribution, hypermarchés comme multi-spécialistes. Nous voulons faire connaître la marque auprès du grand public et pour cela nous menons notamment des actions radio, avec Oï FM et FG, nous sommes partenaires avec des associations de Street Art et nous équipons gracieusement en casques sans fil des personnes immobilisés dans des hôpitaux. Crosley est pour l'heure plutôt implanté dans les concept-stores et dans les magasins avant-gardistes mais l'intérêt pour ces produits est vraiment très grand, cela va s'étendre rapidement.



JDLI.COM

fait peau neuve !



Etre au courant de tout IMMÉDIATEMENT !



Mad Catz CTRL Micro

Manette de jeu

Les jeux mobiles sur tablette et smartphone sont de plus en plus sophistiqués mais pas forcément adaptés à la commande tactile. Android et iOS supportent désormais les manettes de jeu Bluetooth et les titres peuvent donc les exploiter. Le support est plus important sous Android mais de plus en plus de jeux iOS sont compatibles aussi, comme par exemple Real Racing 3. Ce dernier commute directement sur la manette qui peut même commander les menus. Cette manette de Mad Catz est compacte pour pouvoir s'emporter facilement mais offre néanmoins assez d'espace pour une bonne ergonomie. Comme sur ses grandes sœurs pour console de salon, elle comporte des gâchettes analogiques et deux joysticks progressifs. Leur précision est vraiment bonne. L'alimentation se fait par deux piles ce qui garantit une autonomie de plus de 30 heures, simplifie l'usage et réduit les coûts de production. Sur des jeux de course ou d'action à la première personne, ou encore de sport comme d'arcade, le bénéfice est immédiat par rapport au tactile et justifie largement l'investissement. Pour jouer en situation de mobilité, un support permet de fixer le smartphone au-dessus de la manette et cela fonctionne bien. A la maison, il suffit de relier la tablette au téléviseur par l'HDMI et l'ensemble se transforme en console de salon. Mad Catz propose deux versions, la R à 39 euros pour Android et la I à 49 euros pour iOS depuis la version 7.

CARACTÉRISTIQUES

Manette de jeu mobile, pour Android et iOS, Bluetooth, deux piles fournies, deux mini-sticks, deux gâchettes analogiques, croix directionnelle

- CATÉGORIE Milieu de Gamme
- CONTACT www.madcatz.com
- PRIX 39€ (version Android)



LG GWatch R

Montre connectée

Les premiers pas de LG dans l'univers de la montre connectée n'ont pas été exactement brillants. Bien que faisant partie de la première vague de montres dotées d'Android Wear, la GWatch manquait singulièrement de caractère. LG en était d'ailleurs conscient puisqu'elle est remplacée quelques mois plus tard par cette GWatch R. Le changement le plus évident est l'utilisation d'un écran rond en lieu et place du carré auparavant. Combiné au design un peu plus soigné, il rend ce modèle nettement plus attractif. La montre est agréable à porter mais le bracelet par défaut est un peu rigide. Comme il est standard, on peut le changer. On est cependant un peu déçu par la finition tout plastique, certes propre mais un bon cran en dessous de celle d'une Moto 360 par exemple. C'est d'autant plus dommage que l'écran OLED est un modèle de lisibilité. Côté fonctions, on reste sur de l'Android Wear très classique avec toutefois un capteur cardiaque en plus. Pas de miracle pour l'autonomie, il faut se contenter d'une bonne journée d'utilisation. Le problème et obstacle principal à la vente reste donc une fonction montre trop contraignante par la recharge et l'affichage à la demande au regard des bénéfices de la connexion. La GWatch R n'est donc pas une révolution mais c'est une belle démonstration technique.

CARACTÉRISTIQUES

Ecran OLED, 1,3 pouce (320 x 320), processeur Qualcomm Snapdragon 1,4 GHz, 4 Go, capteur cardiaque, 46,4 x 53,6 x 9,7 mm, 62 grammes

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT LG, tél. : 01 49 89 89 49
- PRIX 299€



Panasonic Lumix LX100

Compact Expert

Ce qui fait la spécificité première du Lumix LX100 c'est son capteur, un CMOS de 16 Mpx au format 4/3 couplé à un zoom polyvalent lumineux 24-75 mm f/1.7-2.8. Panasonic ajoute quelques spécificités intéressantes, comme un viseur électronique intégré, une bague de diaphragme crantée, une roue de fonction à la base de l'objectif, un processeur hérité du GH4, la vidéo 4K et le WiFi NFC ! Dès la prise en main, on en n'est pas loin du compact expert parfait. Le Lumix LX100 est massif, bien fini, et surtout l'ergonomie est bien étudiée. Les touches tombent bien en main. Le viseur jouit d'un dégagement oculaire confortable et offre une belle définition. La qualité est globalement excellente. Le capteur délivre des images aux détails fouillés, un rendu colorimétrique agréable avec des teintes légèrement saturées et flatteuses mais qui donnent du punch à l'image. Jusqu'à 800 ISO, les images sont parfaites et le bruit quasiment indétectable. A 1 600 ISO, une fine granulation apparaît mais ne gêne en rien la lecture. A 3 200 ISO, le moutonnement est un peu plus prononcé mais si les plus fins détails commencent à être lissés, l'image garde une très belle tenue. C'est seulement au-dessus que le bruit chromatique apparaît plus significativement dans les aplats et les zones d'ombre et que le grain devient plus grossier. Un mot sur la vidéo, le Lumix LX100 offre à son utilisateur la possibilité de filmer jusqu'en Ultra-HD à 25 images par seconde mais on regrette clairement l'absence de prise casque et la possibilité de brancher un micro.

CARACTÉRISTIQUES

Capteur 4/3, CMOS, 12,7 millions de pixels, objectif 24-75 mm, f/1,7-2,8, viseur électronique, écran LCD, 3 pouces, 920 000 points, non tactile, vidéo 4K 25p, 115 x 66 x 55 mm, 393 grammes

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Panasonic, tél. : 08 92 35 05 05
- PRIX 899€



Lenovo Yoga Tablet 2

Tablette

Cette nouvelle génération de Yoga Tablet reprend à l'identique le design du modèle de l'an passé. On retrouve donc une forme originale, avec un cylindre sur une des tranches de la tablette. Il permet d'obtenir une bonne préhension d'une seule main et dissimule aussi un pied qui permet à la tablette de tenir toute seule sans avoir à investir dans un accessoire supplémentaire. Autre avantage notable, cela laisse plus d'espace à la batterie. Ainsi, l'autonomie dépasse sans problème les 16 heures tout en conservant des performances de premier ordre. Contrairement à nombre de tablettes abordables, l'écran de huit pouces Full-HD est de très bonne facture, avec une luminosité élevée et des couleurs assez justes. Le processeur Intel Atom couplé à la version 4.4 d'Android s'avère performant sauf dans les jeux 3D les plus sophistiqués. Il s'agit donc d'une tablette originale bien finie et performante, de surcroît agréable à utiliser. Autre bonne surprise, elle est vraiment abordable. De quoi en faire l'une des tablettes Android les plus intéressantes de cette fin d'année.

CARACTÉRISTIQUES

Ecran 8 pouces IPS, processeur Intel Atom Z3745 quadruple-cœur 1,33 GHz, Mémoire 16 Go, A-GPS, Android 4.4.2, connectivité Wi-Fi AC, Bluetooth 4.0, micro-USB, 210 x 149 x 7 mm, 419 grammes

- CATÉGORIE Milieu de gamme
- CONTACT Lenovo, tél. : 01 55 70 38 13
- PRIX 229€



Yamaha LSX -170

■ Enceinte sans fil

La LSX-170 est une enceinte Bluetooth de salon qui se branche sur le secteur. Ce cône géant de 29 centimètres de hauteur intrigue et surprend, encore plus en allumant les diodes et les anneaux lumineux qui l'éclairent d'une douce lumière orangée. La lumière est diffusée par six LED placées sur son pourtour à la base. Leur intensité est réglable via la télécommande ou l'application. Deux anneaux lumineux situés au sommet du cône éclairent le système de haut-parleurs, la lumière est tamisée par la grille micro perforée. Yamaha a soigné les matériaux, l'acier pour le corps et de l'aluminium poli avec effet miroir au sommet du cône. L'enceinte intègre deux haut-parleurs réunis au sommet du cône, il s'agit d'un woofer de neuf centimètres et d'un tweeter de trois centimètres. Ils sont orientés vers le haut et un système de réflecteurs assurent une dispersion sonore plus large, Yamaha parle de 360 degrés. Au niveau de la connectique, cette LSX-170 mise tout sur le Bluetooth. Sur la base, on trouve des commandes très discrètes qui permettent de doser la lumière, régler le volume sonore et d'allumer l'enceinte. A l'écoute, le son diffusé est dynamique, on peut monter le volume sans risque de distorsion intempestive, l'énergie est bien restituée. Le registre sonore est large, le grave manque un peu de profondeur mais c'est normal vu la taille de l'enceinte. Le médium et l'aigu sont très propres et bien définis, c'est soyeux et suave sur les voix humaines. La scène est large et étagée, le son se propage autour de l'enceinte.

■ CARACTÉRISTIQUES

Entrée audio jack 3,5 mm, Bluetooth apt-X, 1 woofer de 9 cm, 1 tweeter de 3 cm, 271 x 290 mm, 3,3 kg

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Yamaha, tél.: 01 64 64 40 00
- PRIX 499€



Samsung Galaxy Alpha

■ Smartphone

Avec le Galaxy Alpha, Samsung tente de venir chasser sur les terres d'Apple et de son iPhone. Pour cela, la marque coréenne devait corriger son plus gros point faible, un design généralement peu valorisant. A ce niveau, l'Alpha représente une amélioration notable avec un contour en aluminium mais ce n'est pas encore parfait en laissant la part belle au plastique pour le dos. On est donc encore loin du niveau de finition d'un iPhone 6 par exemple. Le relativement petit écran de 4,7 pouces rend l'Alpha agréable à manipuler d'une main. La dalle utilisée est de qualité mais l'appareil photo déçoit un peu en étant nettement moins bon que celui du S5. Si Samsung ne fait pas de compromis sur la puissance en utilisant un processeur très performant, il sacrifie l'autonomie qui ne dépasse pas la journée. On regrette au passage la disparition du lecteur de cartes pourtant bien pratique. Si dans l'absolu l'Alpha est un bon smartphone joli à regarder et agréable à utiliser, il semble toutefois un peu onéreux par rapport aux prestations et à sa désirabilité.

■ CARACTÉRISTIQUES

Écran 4,7 pouces IPS 1280 x 720 pixels, processeur Samsung Exynos octo-core, mémoire 32 Go, capteur photo 12 Mpixels, A-GPS, Android 4.4.4, connectivité WiFi AC, Bluetooth 4.0, micro-USB, NFC, 132 x 65 x 6,7 mm, 115 gramme

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Samsung, tél. : 09 61 34 47 80
- PRIX 579€



LG 55EC930W

■ Téléviseur

C'est un téléviseur Full-HD, OLED et incurvé. N'ayons pas peur des mots, c'est de loin la plus belle image de cette fin d'année. L'appareil reprend dans l'ensemble la ligne des modèles précédents. La courbure reste identique. Seul le pied change. Exit la lame de plexiglas, voici un magnifique pied en aluminium massif. Du reste, l'écran reste étonnamment léger et facile à manipuler comparé aux autres mastodontes LCD du marché. La dalle de 55 pouces est aussi extrêmement fine, avec 6 mm d'épaisseur. C'est du beau matériel. Côté équipement, la connectique est quasi complète, on regrettera juste l'absence de prises compatibles USB 3.0. Le téléviseur est également fourni avec deux paires de lunettes 3D et deux sur-lunettes pour les porteurs de lunettes de vue. La qualité vidéo est tout bonnement excellente quand il s'agit d'afficher des Blu-ray et autres contenus en haute définition. Les couleurs sont sublimes, avec une belle saturation, un contraste parfait et une température des couleurs assez bien réglée. Pour les contenus basse définition, c'est moins bien mais reste regardable. Côté jeu vidéo, il n'y a pas mieux avec une réactivité exceptionnelle. Bien entendu, il faudra passer par les consoles de dernière génération pour en profiter pleinement. La 3D passive est de très bonne qualité aussi. Certes ce téléviseur OLED n'est pas Ultra-HD mais c'est le premier à être abordable. Il offre une qualité d'image à couper le souffle tout en étant fin et léger.

■ CARACTÉRISTIQUES

Technologie OLED, diagonale 55 pouces Full-HD (1920 x 1080), tuner TNT HD, 4 HDMI, YUV, Périph, 3 USB 2.0, Cinch, DLNA, Ethernet, WiFi, télécommande à reconnaissance de mouvements

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT LG tél.: 01 49 89 89 89
- PRIX 3 490€



Asus T200

■ PC 2-en-1

Après le T100 et le T300, Asus a décliné son PC 2-en-1 abordable en version 11 pouces. Une variante qui est sur le papier très intéressante, combinant une bonne portabilité et un espace assez grand pour pouvoir travailler confortablement. Taille mise à part, le design est très similaire à celui du T100, c'est-à-dire agréable mais très classique. Malgré le petit prix, les plastiques sont de bonne qualité et l'assemblage est propre, avec des pièces bien ajustées. Il s'agit donc à la base d'une tablette qui inclut tous les composants mais le clavier qui se fixe mécaniquement réserve quelques bonnes surprises comme la présence d'un port Ethernet et d'un emplacement pour un disque dur 2,5 pouces. De quoi corriger un des plus gros défauts du T100 qui était son manque de stockage. L'ensemble est toutefois un peu lourd avec tout de même 1,7 kilo au total. L'espace apporté par l'écran est bien utilisé par le clavier et le pavé tactile ce qui rend le T200 nettement plus agréable à utiliser en mode ordinateur. L'écran adopte une dalle IPS et il est assez lumineux pour la plupart des situations. Le processeur Intel Atom intégré n'est pas un foudre de guerre mais suffit pour une utilisation bureautique et multimédia. On perd un peu en autonomie par rapport au T100 avec tout de même 7h45 sur une charge. Le T200 est un très bon 2-en-1 pour les petits budgets.

■ CARACTÉRISTIQUES

Processeur Intel Atom Z3775, mémoire vive 2 Go, écran 11,6 pouces LED (1366 x 768), puce graphique Intel HD, Disque dur 32 Go SSD, WiFi n, Bluetooth 3.0, 305 x 200 x 26 mm, 1,7 Kg

- CATÉGORIE Entrée de Gamme
- CONTACT Asus, tél. : 08 21 23 23 13
- PRIX 399€



LittleBigPlanet 3

■ Plate-forme

■ Disponible

Le jeu de plate-forme et de création LittleBigPlanet, né sur PS3, arrive sur la console de nouvelle génération de Sony. Le personnage de Sackboy est cette fois accompagné de trois compères pour explorer le nouveau monde de Bunkum. Comme toujours dans la série, le mode scénario principal est complété par les innombrables créations des joueurs, avec des millions de niveaux accessibles en ligne (éditeur de niveaux inclus). Graphismes en 1080p, textures à résolution enrichie comptent

parmi les apports de la version PS4. Qui reste compatible avec les niveaux créés pour les précédents titres de la série.

- **MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Sumo Digital
- **ÉDITEUR** Sony Computer Entertainment Europe
- **DISTRIBUTEUR** Sony Computer France
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 4
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ** **40€ environ** (PS4)

Super Smash Bros. for Wii U

■ Combat

■ Disponible

Dans la foulée de Super Smash Bros sur 3DS, Nintendo propose une version du jeu de combat mettant en scène les grandes figures maison sur la console de salon. L'occasion de profiter pour la première fois de cette série lancée en 1999 avec des graphismes en haute définition. Le jeu s'annonce très complet avec une cinquantaine de personnages disponibles, la possibilité pour la première fois de jouer à huit simultanément, sans oublier une compatibilité avec les figurines NFC. Gamepad, wiimote, manette classique, pad GameCube via adaptateur, 3DS équipée du jeu : de multiples configurations de contrôleurs sont acceptées par le titre pour faciliter la pratique à plusieurs.

- **MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Nintendo
- **ÉDITEUR** Nintendo
- **DISTRIBUTEUR** Nintendo
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 8
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ** **60€ environ**

Escape Dead Island

■ Action/aventure

■ Disponible

L'univers de la série Dead Island s'enrichit d'un nouvel épisode qui délaisse momentanément l'action en vue subjective pour privilégier davantage une approche action/enquête et bien sûr survie, dans un jeu cette fois à la troisième personne. Cette aventure, qui prend place entre les événements de Dead Island et du prochain Dead Island 2, devrait permettre d'en apprendre davantage sur les origines de la fameuse épidémie de zombies.

- **MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Fatshark
- **ÉDITEUR** Deep Silver
- **DISTRIBUTEUR** Koch Media
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** NC
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ** **35€ environ** (consoles)

Pokémon Rubis Oméga, Pokémon Saphir Alpha

■ Jeu de rôle

■ Disponible

Ces deux jeux Pokémon pour Nintendo 3DS sont des versions revues et corrigées de Pokémon version Rubis et saphir, parus sur GameBoy Advance à l'été 2003. Outre un nouveau moteur de jeu, ces versions prennent en compte les nouvelles Mega-Evolutions et reprennent certains éléments de l'interface de Pokémon X et Y. En explorant la région de Hoenn, il s'agira d'affronter et capturer les Pokémon les plus rares.

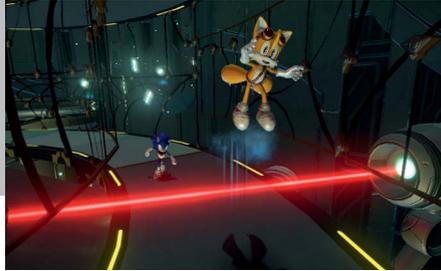
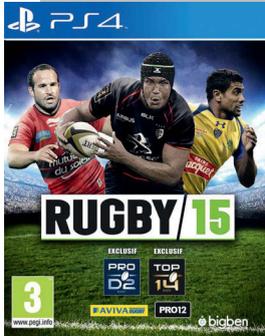
- **MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Nintendo
- **ÉDITEUR** Nintendo
- **DISTRIBUTEUR** Nintendo
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 2
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ** **45€ environ**

40 ANS DE VOYAGES PARTAGÉS



UN APPAREIL PHOTO DE QUALITÉ

Découvrez le nouveau Doro Liberto® 820, le smartphone qui vous comprend. Simplifiez-vous la vie avec une taille de texte réglable, une navigation simplifiée, un son puissant et un design étudié. Au quotidien, partagez vos photos avec vos proches en toute simplicité et passez du bon temps en téléchargeant des applications et jeux sur Google Play. Le smartphone qui vous comprend vraiment !



Wii U 7

Sonic Boom : L'Ascension de Lyric

- **Plate-forme**
- **Disponible**

La mascotte de Sega fait son retour dans deux jeux pour consoles Nintendo (Wii U et 3DS), basés sur l'univers d'une série animée. Sonic et ses amis affrontent ici Lyric, un ennemi ancestral et ses hordes de robots. Le jeu sur Wii U entend mettre la collaboration à l'honneur en permettant de jouer en équipe à deux. Un mode défis permet quand à lui d'accueillir jusqu'à quatre participants. C'est un autre titre qui sort sur 3DS, Sonic

Boom Le Cristal Brisé, comprenant une aventure spécifique ainsi que des fonctionnalités StreetPass.

- **MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Sega
- **ÉDITEUR** Sega
- **DISTRIBUTEUR** Nintendo
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 4
- **JEU EN LIGNE** NC
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

50€ environ



Rugby 15

- **Simulation sportive**
- **Le 21 novembre**

Pour la première fois, les consoles next-gen accueillent un jeu de rugby ! Développé par HB Studios, Rugby 15 jouit des licences des plus grands championnats européens (dont bien évidemment les deux premières divisions françaises). Côté gameplay, signalons l'usage du motion capture pour modéliser les (très) nombreux gestes de ce sport (dont des gestes inédits dans un jeu de rugby comme la passe croisée, la chandelle ou la chistera) et l'intelligence artificielle qui s'adapte au joueurs et aux situations. Les commentaires d'Eric Bayle et Thomas Lombard, journalistes de Canal+, se chargent d'animer les matchs.

- **MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** HB Studios
- **ÉDITEUR** Bigben Interactive
- **DISTRIBUTEUR** Bigben Interactive
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 4
- **JEU EN LIGNE** NC
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

NC



WWE 2K15

- **Simulation sportive**
- **Disponible**

2K Games vient de publier WWE 2K15, première édition de la simulation de catch qui profite d'une parution sur les consoles de nouvelle génération. Les plus grands sportifs sont présents dans le jeu, qu'il s'agisse des incontournables aux valeurs montantes actuelles. Les nouvelles consoles sont l'occasion pour les développeurs de pousser encore plus loin le réalisme de la simulation, d'apporter des nouveautés au gameplay ou de permettre aux joueurs de profiter des modes MaCarrière ou 2K Showcase (rivalités historiques). L'éditeur proposera par la suite du contenu téléchargeable (et un season pass) afin de continuer à enrichir le jeu.

- **MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Yuke's/ Visual Concepts
- **ÉDITEUR** 2K Games
- **DISTRIBUTEUR** Take Two Interactive
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

70€ environ (nouvelles consoles)



The Crew

- **Course automobile**
- **Le 2 décembre**

Ubisoft persiste et signe dans le domaine des jeux en monde ouvert, en se penchant cette fois-ci sur le genre de la course automobile à tendance arcade. The Crew propose en effet de traverser une carte ouverte des Etats-Unis (5000 km², cinq régions) à bord de voitures de sport plus puissantes les unes que les autres... ce qui ne sera pas de trop pour échapper aux forces de l'ordre. Dans ce monde connecté, le joueur croquera d'autres pilotes avec qui il pourra s'allier ou qu'il pourra défier. Plusieurs types de missions sont prévus et les joueurs pourront personnaliser et optimiser leurs véhicules.

- **MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Ivory Tower
- **ÉDITEUR** Ubisoft
- **DISTRIBUTEUR** Ubisoft
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

70€ environ (nouvelles consoles)

**Integrated
Systems
Europe**

10-12 février 2015
Amsterdam RAI, NL

Venez nous rendre visite

STAND 7-T200

Pré-inscription gratuite
sur ISE.LINDY.com

LINDY®
CONNECTION PERFECTION

BON PLAN POUR LES FÊTES. ✱

À PARTIR DE
43,95 € HT*

CASQUE HI-FI
SANS-FIL
Commande sur : www.lindy.fr/20426

À PARTIR DE
85,00 € HT*

CASQUE CROMO NCX-100
À RÉDUCTION DE BRUITS
Commande sur : www.lindy.fr/20258

À PARTIR DE
41,00 € HT*

CASQUE HIFI AVEC
ANNULATION ACTIVE DU BRUIT
Commande sur : www.lindy.fr/20425

■ LINDY BUSINESS SERVICES

En tant que professionnel, vous avez des attentes spécifiques de la part de vos clients. Nous vous offrons des offres exclusives, une assistance personnalisée pour vos projets et un contact rapide à votre conseiller LINDY.

Vous êtes revendeur et vous voulez bénéficier de tarifs et de conditions de la part de LINDY? Vous avez besoin d'informations sur les prix et les conditions de distributions ?

N'hésitez pas à nous contacter au 0 825 825 111 ou créer votre compte Espace Pro sur LINDY.fr/B2B

LINDY.FR CÂBLES, CONNEXIONS, AUDIO/VIDÉO & PLUS... BEAUCOUP PLUS !

*Tarifs revendeurs HT

Un jeu Nintendo 3DS offert

A choisir parmi ces titres :



Pour l'enregistrement
de l'une de ces
consoles



ou



Et de l'un de
ces jeux



ou



ou



Offre également valable pour l'enregistrement de l'un de ces packs :
Nintendo 3DS XL + Super Smash Bros. for N3DS
Nintendo 2DS + Pokémon Rubis Oméga
Nintendo 2DS + Pokémon Saphir Alpha

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

Comment faire ?

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.