JDLi

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs
www.jdli.com

N°287 / 15 avril 2015

DRAKKAR
KONIX

ACCESSOIRES GAMING PC

MEDPI 2015 - HALL DIAGHILEV - STAND P22

DISTRIBUÉS PAR
innelec multimedia

innelec multimedia

Innelec Multimedia propose une offre riche et diversifiée de solutions mobiles et d'objets connectés pour la maison ou l'extérieur, pour un usage professionnel comme pour le bien-être de toute la famille,

Simple Care KONIX

SIMPLE CARE KONIX

Smart Scale

PRENEZ VOTRE FORME EN MAIN.

- Balance connectée qui utilise l'impédancemétrie : technologie qui consiste à envoyer un courant électrique basse tension et sans danger dans le corps
- Plateau en verre trempé de haute qualité et au design moderne
- Système de sondes haute précision
- Mesure le taux de graisse, d'hydratation, de masse musculaire et de masse osseuse du corps
- Capacité : 2 kg à 150 kg
- Calcul et affichage de l'indice de masse corporelle (IMC)
- Exporte vos données en fichier Excel ou CSV
- Mémorisation des 10 dernières mesures
- Fonctionne avec les terminaux iOS et Android compatibles Bluetooth 4.0
- Application dédiée pour surveiller ses résultats
- Fonctionne avec 4 piles AAA 1,5 V fournies

10SFork

SLOW CONTROL

Fourchette connectée 10SFork

MANGER PLUS LENTEMENT POUR UNE MEILLEURE SANTÉ

- Utilisation ultra simple
- Signal lumineux et vibration légère en cas de bouchées trop rapides
- Mesure la durée totale des repas et l'intervalle de temps entre chaque coup de fourchette
- Informations envoyées et synchronisées sur un tableau de bord personnalisé
- Application mobile dédiée + programme de coaching sur-mesure
- Design simple et ergonomique
- 5 coloris au choix : noir, blanche, bleu, vert, rose

Bluetens

BLUETENS

Electrostimulateur connecté

LA SOLUTION D'ÉLECTROSTIMULATION NOUVELLE GÉNÉRATION.

C'est l'appareil préféré des docteurs, kinés, sportifs et de tous ceux qui prennent soin de leur corps. Son boîter compact Bluetooth 4.0 et ses 2 électodes sont si petits et légers que vous pourrez les emmener partout !

- 4 modes : soin / relaxation / fitness / musculation
- 50 programmes et exercices embarqués
- Compatible Android 4.3 et iOS 6.1.3

VIGILANT

Est. 1896 Switzerland

VIGILANT

Brosse à dents connectée RAINBOW KIDS

SE BROSSER LES DENTS ? UN JEU D'ENFANT !

La qualité du brossage est déterminante pour avoir des dents blanches, saines et sans carie à l'âge adulte. La brosse à dents intelligente permet d'adopter les bons réflexes dès le plus jeune âge.

- Technologie Bluetooth 4.0
- Application ludique pour visualiser ses progrès
- Compatible iOS 7.0 et Android 4.3

Innelec Multimedia
45 rue Delizy - 93692 Pantin Cedex
Tel : 01 48 10 55 55 - www.innelec.com

Retrouvez-nous au
Hall Diaghilev - Stand P22

MedPi 2015

tabu
THE ACCESSORIES BEST FOR YOU

TABU
Lümen Sphere

RÉCHAUFFEZ L'AMBIANCE !

Plein feu sur la couleur avec cette sphère décorative idéale pour votre intérieur, comme vos extérieurs (un blacon, une terrasse ou un jardin). Waterproof IP68, elle flotte même sur l'eau pour égayer votre piscine.

- Eclairage LED RVB 2W, 16 millions de couleurs contrôlables depuis votre smartphone
- Durée de vie : 30 000 heures
- 775g
- 250 mm de diamètre

Disponible dans l'App Store

APPLI ANDROID SUR Google play

smanos®
Dream Big. Live Smart.

SMANOS
Système d'alarme WiFi/PSTN - W100

UNE MAISON BIEN PROTÉGÉE.

- Un système «Plug & Play» aussi complet que convivial
- Branchement simple à la ligne de téléphone et au WiFi
- Contrôle à distance via l'application pour smartphone dédiée
- Notifications push et SMS d'alerte en cas d'alarme déclenchée
- Jusqu'à 6 numéros de téléphone peuvent être enregistrés et prévenus
- Panneau tactile et écran LED
- Faible consommation d'énergie : 868 mHz
- Batterie de sercours intégrée

Contenu :

- 1 système d'alarme W100
- 1 détecteur de mouvements MD2300
- 1 capteur anti-intrusion pour porte ou fenêtre DS2300
- 2 télécommandes sans fil

Disponible dans l'App Store

APPLI ANDROID SUR Google play

MySmart™ TV

KONIX
My Smart TV

LA TNT SUR VOS APPAREILS MOBILES !

Profiter de la télé sur son mobile ou sa tablette était encore très récemment une opération assez contraignante.
Il fallait généralement utiliser des services de rattrapage ou accéder à certaines chaînes de son bouquet ADSL par le biais d'une application et d'une connexion Internet... Avec MySmart TV de Konix, vous pouvez enfin profiter de vos programmes préférés sur vos appareils mobiles !
Ce récepteur compact transforme votre smartphone ou tablette en véritable TV d'appoint ; que vous soyez dans une chambre, un jardin ou en vacances.

Disponible dans l'App Store

APPLI ANDROID SUR Google play

CARACTÉRISTIQUES :

- Liaison Wifi directe : aucun abonnement nécessaire
- Application dédiée pour Android et iOS
- Fonctionnalités TNT complètes (choix des langues, sous-titres...)
- Pause sur le direct et enregistrement à la volée
- 4h d'autonomie via USB
- Compatible Android 4.03 ou supérieur et iOS 5.1 ou supérieur

Codemasters change de tête

Frank Sagnier

Rob Cousens, le PDG de Codemasters, figure emblématique de l'industrie britannique du jeu vidéo, quitte le studio spécialiste des jeux automobiles pour Jagex, une entreprise basée à Cambridge (Royaume-Uni) notamment connue pour son MMORPG RuneScape. A seulement quelques mois de la sortie de son F1 2015 (le 12 juin sur PS4, Xbox One et PC), Codemasters perd donc son PDG après 10 années en poste. Il aura donc ramené dans le giron de l'entreprise la convoitée licence de la F1. Codemasters a désigné le Français Frank Sagnier (COO du groupe depuis mi-2014) pour le remplacer. Au cours de sa carrière, il a notamment été en poste chez Acclaim et Electronic Arts.

Onlive
Sony rachète et ferme

OnLive, service de jeux vidéo en streaming, n'a jamais connu les joies du long fleuve tranquille. Après une première alerte en 2012 et un changement d'actionnaires, Onlive n'est jamais parvenu à trouver le chemin de la rentabilité, en dépit de son statut de précurseur dans le domaine du cloud gaming. Sony vient donc de racheter la société mais pour la fermer dès le 30 avril prochain ! De nombreux observateurs laissent entendre que l'acquisition portait surtout sur une centaine de brevets que Sony pourra exploiter dans ses propres services de jeux en ligne, comme ce fut le cas en 2012 lors du rachat de Gaikai (aussi spécialiste dans le cloud gaming) et dont les technologies ont depuis été intégrées au PlayStation Now et Remote Play.

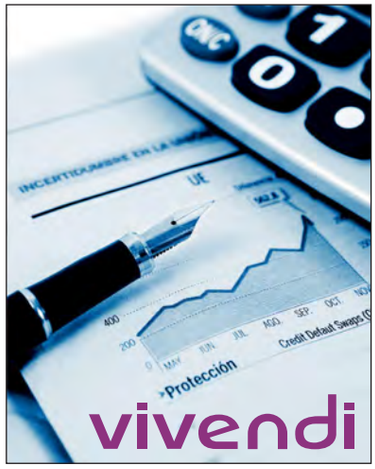
Edito

Mauvaise glissade

C'est à croire qu'ils se sont donné le mot. Nintendo, Sony et dans une moindre mesure Microsoft ont annoncé le report à 2016 de titres (très) attendus pour cette année. Ainsi, The Legend of Zelda, Uncharted 4 et Quantum Break ne seront pas sous le sapin de Noël des gamers. Par-delà le tort que cela fait au trois fabricants-éditeurs, c'est tout le marché du jeu vidéo qui va se retrouver pénalisé sur la fin de l'année, tant ces titres ont le potentiel pour réaliser de beaux volumes, mais aussi pour faire vendre du hardware et montrer tout ce dont les consoles de la génération 8 sont capables... bien plus que la pluie de versions remasterisées de jeux ancienne génération à laquelle on assiste. Il reste donc à espérer qu'E3 sera l'occasion de belles surprises qui viendront grossir un line up de Noël qui vient de subir un rude coup. Et les plus optimistes retiendront que 2016 s'annonce d'ores et déjà comme une année exceptionnelle. Question de point de vue.

Sébastien Anxolabéhère

Dailymotion, c'était Vivendi la solution



La saga de la vente de Dailymotion par Orange pourrait bien avoir trouvé une solution. Rappel. Dailymotion est un site de partage de vidéos très populaire présent dans une trentaine de pays, dont l'actionnaire unique n'est autre qu'Orange, l'opérateur national. Distancé au niveau mondial par YouTube (propriété de Google), Dailymotion a longtemps cherché un partenaire à l'international capable de lui donner une dimension inatteignable seul. Mais l'Etat français, actionnaire à hauteur de 25% de Orange, a souhaité que Dailymotion reste français. Ce qui signifiait qu'il n'était pas question de laisser une société étrangère en devenir l'actionnaire majoritaire. En 2013, exit Yahoo qui en convoitait 75%, et récemment c'est le Honkongais PCCW qui s'est confronté à la même doctrine. C'est donc vers Vivendi qu'Orange s'est tourné pour céder 80% Dailymotion. Pour Vivendi, présent dans la musique (Universal), le cinéma, la télé, posséder une plate-forme comme Dailymotion est un outil de diffusion de ses contenus. Vincent Bolloré, président du Directoire de Vivendi, salue d'ailleurs *« une formidable opportunité pour le groupe de faire rayonner ses contenus musicaux et audiovisuels d'exception dans le monde entier »*. Le communiqué explique d'ailleurs que *« pour Vivendi, l'acquisition de 80% du capital de Dailymotion constituerait une nouvelle étape majeure dans la construction d'un groupe industriel mondial, champion français des médias et des contenus »*.

Warner entre en piste

Warner Bros a annoncé son arrivée sur le marché du jouet vidéo et des figurines NFC, trusté actuellement par Skylanders (Activision Blizzard), les Amiibo (Nintendo) et Disney Infinity. S'il arrive tardivement sur le créneau, le groupe américain entend jouer sur la puissance de ses franchises internes pour se distinguer, mais aussi sur la popularité d'une marque de jouets incontournables avec Lego Dimensions. Sous prétexte d'un combat contre un ennemi commun, Warner Bros va réunir dans un jeu concept des personnages de différents univers et licences, adaptés à la mode des jouets Lego. Concrètement, le jeu vidéo sera compatible avec des figurines spécifiques Lego, dotées de puces NFC, qui seront identifiées par le jeu via un portail. Un principe que l'on connaît bien puisqu'employé par un écosystème comme celui de Skylanders depuis plusieurs années. Au moment de la sortie, le 29 septembre, un pack de démarrage (trois figurines, un portail et le jeu vidéo) sera lancé, accompagné de multiples packs de figurines additionnels (pack Retour Vers le Futur avec minifigurine Marty McFly, pack DC Comics avec figurines de Wonder Woman et Cyborg....). Selon Warner Bros, d'autres packs et figurines seront prochainement annoncés. Warner entend faire une entrée remarquée sur ce segment qui représente aujourd'hui un véritable bastion pour la distribution physique de jeux vidéo. *« Tout ce que vous achetez aujourd'hui pour élargir votre collection continuera à fonctionner demain avec le Pack de Démarrage. Aucun tableau de compatibilité n'est nécessaire »*, assène l'éditeur, qui promet visiblement un concept simple à appréhender. Lego Dimensions est annoncé sur PlayStation 4, PS3, Xbox One, Xbox 360 et Wii U.

SMS AUDIO™

ÉCOUTEURS SPORT
AVEC MONITEUR DE FRÉQUENCE CARDIAQUE

Un marathon en vue ? Soyez prêt. SMS Audio et Intel ont créé votre partenaire d'entraînement idéal – le Biosport. Ces écouteurs filaires avec un moniteur de fréquence cardiaque ne requièrent pas de charge ou de batterie volumineuse.

Le Biosport est compatible avec la plupart des applications fitness, et profite de la certification IPX4 qui garantit de sa résistance aux éclaboussures et à la transpiration. Il utilise la méthode la plus fiable pour mesurer le rythme cardiaque, afin de vous aider à rester dans vos objectifs – sans oublier de faire battre votre cœur au rythme de la musique avec ses haut-parleurs réglés de manière professionnelle.

Rendez-vous sur www.SMSaudio.com/biosport pour en savoir plus sur la compatibilité des applications fitness.

intel inside™ RunKeeper

biosport™
Biometric Headphone

JDLI 287
15 AVRIL 2015

Le MedPi, adaptation permanente

12

Le MedPi approche à grands pas. Fidèle au Grimaldi Forum de l'avenue Princesse-Grace, il se déroulera du 26 au 29 mai dans la Principauté monégasque pour la vingt-et-unième année consécutive. L'évolution rapide des marchés, la conjoncture économique compliquée, le développement des objets connectés : en un an le paysage change. Laurent Eydieu, Directeur du salon, nous répond.

C215/Ubisoft : Le street art entre en jeu

14

A l'occasion de l'expo parisienne consacrée à ses créations pour le jeu Far Cry 4, rencontre avec l'artiste C215, l'une des figures du street art, qui nous détaille sa collaboration avec Ubisoft pour l'implémentation de ses créations dans l'univers du jeu. Jean-Alexis Doyon, Directeur artistique sur le jeu, nous donne également sa vision de l'intégration de l'art dans le jeu vidéo.

Haier, mobilité à valeur ajoutée

26

Depuis un peu plus de deux ans, Haier s'est lancé dans la mobilité sur les marchés européens, d'abord par la tablette, puis par le smartphone. Ayant la possibilité de créer des produits uniques, Haier s'est distingué par des appareils au design et à la finition très soignés, ce qui permet la différenciation sur un marché par ailleurs très uniforme. Retour sur une stratégie unique avec Christophe Chancenest, Directeur commercial et marketing Europe de la division.

Montre connectée, une nouvelle approche

30

La montre connectée a fait beaucoup parler d'elle et les modèles se sont multipliés en 2014. Aujourd'hui, des fabricants issus de la santé et du bien-être, en l'occurrence Garmin et Fitbit, proposent une nouvelle approche bien plus pertinente, tout comme Casio utilise le smartphone pour proposer une vraie montre. Un point complet sur la montre connectée, l'un des produits hi-tech phares du moment.

MARCHÉ

8 **News**

12 **Interview : MedPi 2015**
Laurent Eydieu, Directeur du salon

14 **Interview : C215 et Ubisoft, le street art entre en jeu**
C215, artiste et Jean-Alexis Doyon, Directeur artistique

SOFTWARE

16 **News**

19 **Focus : Nintendo Direct d'avril**
Amiibo, nouveautés et classiques soutenus

20 **Focus : The Witcher 3**
Nouveaux horizons

HARDWARE

22 **News**

26 **Interview : Haier**
Christophe Chancenest, Directeur commercial et marketing Europe

30 **Focus : Montre connectée, une nouvelle approche**
La montre connectée, l'un des produits hi-tech phares du moment.

36 **Panorama : smartphones, le grand écart**
Six modèles d'appareils, entre 129 euros et 819 euros

GUIDES

40 **Hardware**

42 **jeux vidéo**

JDLI
le Journal Des Loisirs Interactifs

23 bis rue Danjou
92 100 Boulogne Billancourt
Tél. : 01 41 58 58 25

Directeur de la publication
Marc Laufer
Directeur général
Pierre Sacksteder

Rédaction
Directeur de la Rédaction
Stéphane Kauffmann
01 41 58 58 25
skauff@newsco.fr

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

Rédacteur en chef adjoint
Patrick Hellio
01 41 58 58 27
patrick@jdli.com
Secrétaire de rédaction
Guy Pichard
guy@jdli.com
Journalistes
Benoit Dupont, Jean-Luc Marianna, Roland Marianna et François Arias
Photographe
Guy Pichard

Maquette
Rédacteurs graphistes
Benoît Maurice
Christophe Monfort
Consultant
David Adanero

Publicité
Newsco Régie
Directeur général
Pierre Sacksteder
Directeur général adjoint
Valérie Fénéon
Directeur de publicité
Miguel Mato : 01 41 58 58 23
mmato@newscoregie.fr
Directeur de clientèle
Florian Picard : 01 41 58 59 22
fpicard@newscoregie.fr

Le Journal des Loisirs Interactifs est édité par Microscoop, SARL au capital de 30 000 euros. Siège social :
23 bis rue Danjou
92 100 Boulogne Billancourt

Site Web : www.jdli.com

Imprimé par Iapca
83 490 Le Muy
ISSN : 1633 - 7123
Dépôt Légal : A parution
Prix de l'abonnement :
22 numéros pour 1 an pour la France Métropolitaine : 79 euros. Prix de l'abonnement pour l'étranger : nous consulter.
L'envoi de tout texte, photo ou document implique l'acceptation par l'auteur de leur libre publication dans le journal. Les marques citées par le JDLI le sont dans un but informatif. Crédits et copyright DR : Tous droits réservés.

Atmosphères

Designer de vos idées

Atmo up
Créateur de ventes

Animations/Démonstrations Commerciales
Formateurs
Opérations Commandos
Force de vente

Atmo lab
Créateur d'images

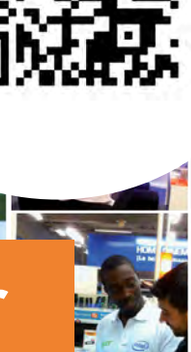
Stands
PLV / ILV
Mobilier commercial
Identité visuelle

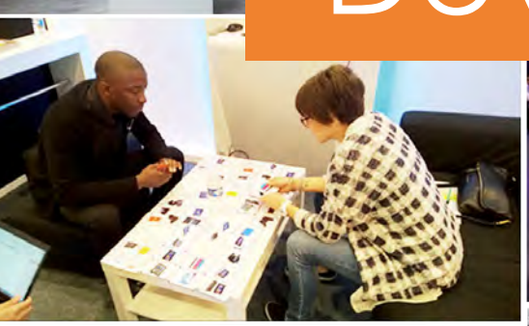
Atmo event
Créateur de liens

Programmes lancement de produit
Roadshows B to B et B to C
Evènements d'entreprises
Régie Technique et Evènementielle

L'agence à travers ses trois pôles vous propose de vous accompagner sur le lancement ou le développement de vos marques.

Notre expertise terrain nous permet ainsi d'appréhender rapidement votre stratégie et de mettre en place les moyens en adéquation avec vos objectifs et vos attentes en terme de retour sur investissement.





Développeur de vos ventes

20 avenue Georges Méliès
78390 Bois d'Arcy
Tél : 01 61 37 39 39 - Fax : 01 61 37 39 30

www.atmospheres.tm.fr

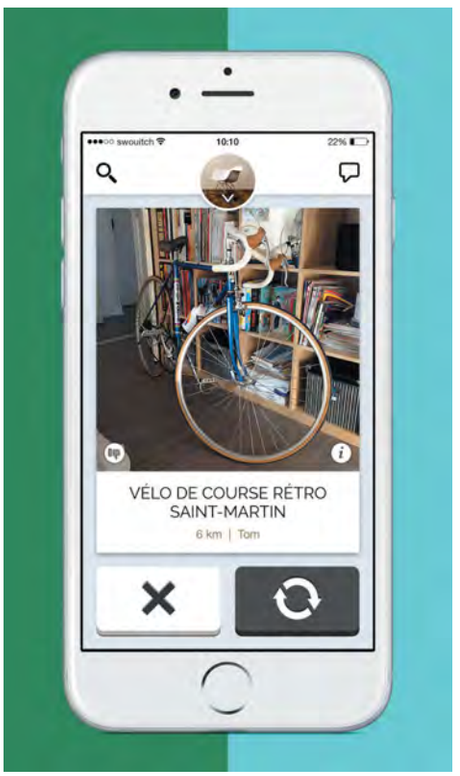
Association techno pour le jeu en ligne

Devant l'explosion du jeu en ligne, tant du point de vue de l'offre que du nombre de joueurs, Akamai et Solid State Networks ont décidé de s'associer pour proposer aux éditeurs de jeux des solutions pour déployer des jeux en ligne, les diffuser et les gérer. Akamai, société cotée au Nasdaq de New York spécialisée dans la mise à la disposition de serveurs de cache pour les entreprises, dispose de 170 000 serveurs à travers le monde. Solid State Networks est spécialisé dans l'architecture technologique des jeux en ligne. La collaboration entre les deux sociétés vise à permettre d'accélérer les temps de téléchargement ; les mises à jour et les interactions entre joueurs. *« Le secteur du jeu en ligne représente un marché très concurrentiel, en perpétuelle évolution, et notre mission consiste à proposer aux développeurs et éditeurs les éléments nécessaires pour mettre en ligne des jeux attractifs pour les gamers »*, explique Rick Buonincontri, CEO de Solid State. *« En nous associant à Akamai, nous pouvons nous appuyer sur des fonctionnalités et une capacité de montée en charge sans équivalents ainsi qu'une présence géographique qui nous permettra de réduire les points de blocage qui peuvent peser sur les achats et la fidélité des joueurs. Nous espérons que nos clients profiteront d'une solution de flux de travail intégrée et entièrement optimisée qui répondra aux attentes actuelles des joueurs, ce qui leur permettra de se concentrer sur la réalisation de jeux de qualité ».*

Le Digital & Game Show strasbourgeois

Les 6 et 7 juin la capitale alsacienne accueillera, dans son parc des Expositions, un salon adressé aux fans des diverses facettes du monde digital. Six pôles sont prévus : une gaming zone, où devraient se retrouver éditeurs et constructeurs ; un espace « Digital Experience » où seront exposés des objets connectés, de la robotique, des imprimantes 3D, mais aussi des propositions de crowdfunding, un espace dédié à la Japanimation, une compétition Game'Athlon, et une Geek'o-sphère pour toutes les activités chéries par les geeks. Enfin, un espace Famille Kid'n joy sera consacré à l'offre en direction des plus jeunes.

Après la revente, l'échange



Le troc serait-il vieux comme le commerce ? L'échange d'objets auxquels on accorde une valeur similaire est une pratique ancestrale, qui a toujours retrouvé une certaine vigueur dans les périodes de crise. David Chavanis, à l'origine de l'application Swouitch, en est convaincu : après le boom des sites de reventes et d'occasion, la prochaine étape, c'est l'échange. Avec une bande d'amis, il a donc mis au point une application pour smartphone et tablette basée sur cette forme de commerce. Pour l'heure, Swouitch ne fonctionne que sous iOS, mais la version Android devrait être là pour cet été. Le principe est simple, on photographie l'objet à échanger, on lui attribue un prix théorique et l'application se charge d'en proposer d'autres en échange, selon certains filtres décidés par l'utilisateur. Quand l'objet convoité plait à une personne qui elle-même possède un objet que l'on a trouvé intéressant, l'application met en relation. Parmi les 15 catégories où ranger son produit, on en trouve une pour le jeu vidéo et une pour les tablettes et smartphones. Evidemment, la géolocalisation permet de ne chercher que dans un périmètre déterminé et les objets proposés sont de valeurs approchantes. Petit détail : pour s'inscrire sur Swouitch, il faut avoir un compte Facebook. La raison est évidente, Facebook est une caisse de résonnance incroyable pour qui n'a pas les moyen de s'offrir une campagne marketing et bonne et due forme.

Une expérience particulière

Qu'une personnalité politique relate dans un livre son expérience au gouvernement, quitte à mettre en lumière les aspects les moins reluisants de son passage, c'est vu et revu. Qu'une ex-Première dame s'essaie à l'art de nuire à son ex-compagnon, Président en place, c'est déjà plus surprenant, mais l'amour et la haine (et l'appât du gain sans doute) peuvent conduire à des comportements surprenants. Mais qu'un homme qui a dirigé la filiale d'un grand groupe mondial revienne dans un livre pour porter un regard analytique, donc forcément critique, sur la société qui l'a employé, c'est plus rare ! Eric Surdej est resté une petite décennie chez LG. Il est devenu Président de la filiale française et a même intégré le groupe des 400 personnes tout en haut de la hiérarchie. Deux situations professionnelles jusqu'à présent réservées à des Coréens. Dans son livre « Ils sont fous ces Coréens ! », il peint avec force anecdotes les méthodes de travail et toute l'organisation d'une entreprise, LG qui compte 80 000 employés dont pas moins de 18 000 cadres. Et le moins que l'on puisse dire c'est que l'engagement doit être total pour atteindre des objectifs extrêmement précis fixés dans tous les domaines. Tout est tendu vers un seul but : les profits. Pour y parvenir une organisation de type militaire (on pourrait même dire sectaire) régit tous les rapports. L'humain n'est pas franchement au centre de la stratégie du Coréen, nous explique Eric Surdej… Il tentera bien d'apporter un peu de culture manageriale française dans cette organisation hyper-hiérarchisée et rigide, notamment en s'appuyant sur les excellents résultats de la filiale française, mais ses efforts resteront vains. A la lumière de son expérience, l'auteur tente de dresser un portrait de la culture coréenne, qui a certes permis au pays d'atteindre le onzième rang des pays dans le classement de l'OCDE, mais qui laisse très peu de place aux individus. Et il montre comment sa rigidité a empêché LG de s'adapter au retournement des marchés. L'ouvrage est publié par Calmann-Lévy (17 euros).

La PlayStation 4 s'enrichit d'Orange

On oublie parfois que les consoles de jeux de salon de l'actuelle génération sont très loin de se limiter au jeu vidéo et embarquent des fonctionnalités qui font d'elles de véritables machines multimédias capables de proposer des contenus d'une grande diversité. Elles permettent notamment d'accéder à des programmes audiovisuels, notamment des chaines de télé. Ainsi, OCS (Orange Cinema Series) vient de rejoindre l'offre de PlayStation en étant disponible sur la PS4 dès le 13 avril, et bientôt sur PS3. Certes la console de Sony rejoint une liste déjà longue des façons d'accéder à OCS : la TV d'Orange, Canalsat, la box de SFR, Numericable, la Bbox de Bouygues Telecom, la Freebox de Free, Fransat, PlayStation, Parabole, Tahiti Nui Satellite, My.T, GOtv. OCS se compose de quatre chaînes distinctes, OCS Max (grand spectacle, pour toute la famille), OCS City (pour les fans de séries), OCS Choc et OCS Geants pour les grands classiques. Ainsi, OCS s'apprête à diffuser la saison 5 de Game of Thrones ainsi que la saison 2 de Silicon Valley, la saison 4 de Veep, la saison 2 de Turn, la saison 5 de The Walking Dead, la saison 1 de Mozart in the Jungle ou encore les nouveautés de Sony Pictures Television avec la saison 1 de Transparent et côté films Elysium, After Earth, Captain Phillips, Battle of the year ou encore Les Schtroumpfs 2.

Un nouveau segment de marché

Le prix de l'abonnement mensuel s'élève à 12,99 euros par mois ou 139,99 euros pour un an, le tout sans engagement. Les abonnées au PS+ bénéficient d'une réduction de 20 %. Philippe Cardon, Directeur Général de Sony Computer Entertainment France se félicite de cet accord, qui devrait combler les possesseurs de PlayStation : *« Après le jeu vidéo, le cinéma et les séries sont incontestablement, les premiers centres d'intérêt des joueurs PlayStation. Avec plus de six millions de joueurs PS3 et PS4 en France, OCS vient enrichir nos plates-formes de jeux d'une nouvelle expérience proposée à l'ensemble de la communauté PlayStation et un véritable avantage pour les membres PS Plus ».* Pour Serge Laroye, Président d'OCS et Directeur des Contenus d'Orange : *« Ce partenariat avec Sony Computer Entertainment France s'inscrit dans la continuité de l'accord pluriannuel conclu récemment avec Sony Pictures Television qui assure à OCS la diffusion en première exclusivité de l'intégralité des nouveaux films du studio. OCS, qui compte désormais 2,3 millions d'abonnés, élargit sa distribution avec un acteur majeur du divertissement et adresse un nouveau segment de marché. »*

Capcom Europe change (encore) de direction

© Capcom

La branche européenne de l'éditeur japonais Capcom vient à nouveau de changer de direction. Quelques mois seulement après l'arrivée à ce poste de Hiroshi Tobisawa, celui-ci laisse sa place à Katsuhiko Ichii, qui a pris ses fonctions début avril. Quelques mois seulement après l'arrivé de Mr Tobisawa à la tête de Capcom Europe, celui-ci laisse la place à Katsuhiko Ichii, un autre vétéran du groupe au Japon. Responsable du Vieux Continent pour Capcom depuis le 1er avril, Mr Ichii va oeuvrer à *« superviser toutes les opérations européennes, maximiser les revenus du groupe mais aussi explorer de nouveaux axes de développement ».*

Sixièmes trophées de l'Acsel

L'association de l'économie numérique, qui regroupe des entreprises et organismes publics et œuvre à leur mise en relation, a remis ses trophées annuels pour la sixième année consécutive. En présence d'Axelle Lemaire, secrétaire d'Etat chargée du numérique et d'Arnaud de Puyfontaine, Président du directoire de Vivendi, six prix ont été remis.

Le Prix Services publics/collectivités territoriales, en partenariat avec la Caisse des Dépôts, qui récompense les initiatives de dématérialisation des services aux citoyens (la tendance 2015 était « La valorisation des territoires; tourisme et numérique »), a été remis à l'Agence de Développement Touristique de la Nièvre pour la « Visite du canal du Nivernais ».

Le Prix e-transformation, en partenariat avec l'Atelier BNP Paribas, qui récompense la réussite d'une transition digitale a été remis à Ingenico.

Le Prix Innovation Services, en partenariat avec HiPay, qui récompense une technologie au service d'un usage innovant (en lien avec Tendance 2015 : les Fintech) a été remis à NO Bank pour le Compte Nickel.

Le Prix Jeunes Talents qui récompense une start-up innovante, en partenariat avec GS1 et le concours de Euratechnologies (Lille), Numa (Paris) et Pfactory (Marseille), a été attribué à Colisweb.

Le Prix Pure Player en partenariat avec l'IAB qui récompense un modèle économique disruptif dans la publicité digitale, a été remis à Tradelab.

Le Prix Coup de Cœur du jury parmi tous les participants, en partenariat avec Le Figaro, a été attribué à une start up innovante du prix Jeune Talent : Drust pour « Akolyt ».

Erratum

Dans l'article sur Okazado.com du JDLI 284, une erreur a été commise sur l'orthographe d'un des confondateurs. Il s'agit de Jean-Philippe Krobryner, qui fut à l'origine du concept SeLoger, et fondateur en 1990 du 36-15 seloger, un service Minitel.

MedPi 2015

Entretien avec

Laurent Eydieu,
Directeur du salon Medpi

Le MedPi approche à grands pas. Fidèle au Grimaldi Forum de l'avenue Princesse-Grace, il se déroulera du 26 au 29 mai dans la Principauté monégasque pour la vingt-et-unième année consécutive. L'évolution rapide des marchés, la conjoncture économique compliquée, le développement des objets connectés : en un an le paysage change. Laurent Eydieu, Directeur du salon, nous répond. Par Sébastien Anxolabéhère

Le MedPi, adaptation

JDLI : Originellement, le MedPi est un salon organisé dans un format « rencontres d'affaires » autour des produits et marchés de l'IT, de la téléphonie et de l'EGP. Est-ce toujours votre approche ?
Laurent Eydieu : Le MedPi reste fidèle à son positionnement originel. C'est notre signature, notre savoir-faire et par-dessus tout, c'est ce que veulent les exposants et les acheteurs. C'est un rendez-vous 100% business et il n'est pas question de dévier de cette ligne. A deux mois de l'événement, nous sommes parfaitement en ligne avec nos prévisions, c'est-à-dire au même niveau qu'en 2014. C'est le signe qu'il n'y pas de la part de nos clients de demande pour changer d'orientation. D'une année sur l'autre, une écrasante majorité des exposants reconduit sa présence. Certes, cette année un acteur important sera absent, pour des raisons sans lien avec le MedPi, mais cela ne nous empêchera pas d'être à la hauteur des attentes. Les grandes sociétés sont importantes mais elles ne sont pas seules pour faire un marché. Nous allons par exemple avoir 40 marques de smartphones, les objets connectés seront présents un peu partout, chez des majors comme chez des indépendants…

Justement, les nouvelles technologies sont désormais présentes dans de nombreux marchés, comme le sport, la santé, de nouveaux loisirs, etc. L'organisation du salon par marques fait-elle encore sens ? Ne vaudrait-il pas mieux le structurer par univers (home, mobilité, santé, sport…) ?
C'est un débat que nous avons eu. Et nous sommes arrivés à la conclusion qu'il n'y avait pas de demande des exposants en ce sens. Ils préfèrent conserver des stands par marque dans lesquels ils regroupent toutes leurs offres plutôt que devoir se trouver en plusieurs endroits, par univers de produits. Il ne faut pas oublier que nous sommes dans un rapport

Prix de l'Innovation, deuxième

Initiés sur le MedPi l'an dernier, les Prix de l'Innovation sont naturellement reconduits cette année. De quoi s'agit-il ? Les exposants qui le souhaitent sont invités à faire parvenir à un jury de sept experts* des produits à tester. Ceux-ci doivent être en version finale et commercialisés dans l'année. Ils doivent également répondre aux critères correspondants à l'une des sept catégories** créées pour l'occasion. Le jury retient trois produits par catégorie, puis détermine l'ordre d'arrivée. Les prix seront remis le 26 mai, premier jour du MedPi, à 19h dans un amphithéâtre du Grimaldi Forum. En amont du salon, chaque acheteur recevra un guide dédié présentant l'ensemble des produits sélectionnés. Un autre guide reprenant les résultats du jury et agrémenté de ses commentaires sera distribué à l'issus de la remise de prix.

*Stéphane Kauffmann (JDLI – Ere Numérique, Président), Hélène Chevallier (France Inter), Amaury Mestre de Laroque (01 Net), Didier Sanz (Le Figaro), Pascal Petitpas (Ex&Co), Bertrand Amar (Media 365), Fabrice Collaro (TF1)
**Bien-être, Maison techno, Vie nomade, Ecran connecté, Bel objet, Nouvel usage, Prix spécial du jury

permanente

> « Aujourd'hui, nos exposants nous demandent de leur proposer de nouveaux business. »

fournisseurs/clients et non pas dans une démarche didactique. Notre effort en tant qu'organisateur porte en revanche sur l'apport d'informations en amont du salon pour que chacun organise ses rendez-vous au mieux. Nous avons un instrument pour cela sur le site medpi.com.

Avez-vous constaté au sein des enseignes de distribution que vous invitez des modifications d'organisation reflétant une évolution des marchés ?
Oui, les choses bougent, même si on continue de rencontrer quatre silos principaux : l'EGP, la hi-tech, la téléphonie et dans une moindre mesure le petit électroménager. Au sein de ces catégories, on a vu apparaitre de nouvelles fonctions, de nouvelles catégories d'acheteurs. S'il fallait dégager une tendance générale, c'est surtout au sein des acheteurs téléphonie-mobilité que ces nouveaux marchés se structurent du côté de la distribution.

Comment le MedPi se positionne-t-il aujourd'hui vis-à-vis du jeu vidéo ?
Les fabricants d'accessoires sont présents, car les acheteurs qui les référencent viennent sur le MedPi. D'ailleurs la plupart du temps, ces derniers chapeautent également d'autres segments de marché. Le jeu vidéo est également très présent à travers le PC, le PC Gaming constituant souvent le haut de gamme chez les fabricants. Enfin, les consoles de jeux étant devenues des centres multimédia puissants dépassant largement jeu vidéo stricto sensu, elles auraient toute légitimité à être présentes sur le MedPi.

Quelles sont les limites que vous fixez en termes de nouveaux marchés ?
J'ai envie de vous répondre qu'il n'y a pas de limites dès l'instant que l'on parle de produits et de marchés grand public embarquant de la technologie et que l'on se place dans une perspective de la relation commerciale entre une centrale d'achat et un fournisseur. Dans les faits, nous devons nous ouvrir pour aller le plus loin que nos exposants le demandent, continuer à leur proposer des solutions à leurs problématiques, sans pour autant verser dans les extrêmes. Par exemple, nous convions des représentants de chaines d'animalerie et de jardinage car les produits connectés commencent à prendre pied chez eux. Je pourrais également prendre l'exemple de l'horlogerie, avec le développement des montres connectées. Pourquoi pas faire venir des enseignes spécialisées dans ce domaine ? Aujourd'hui, nos exposants nous demandent de leur proposer de nouveaux business.

Le petit électroménager trouve-t-il aujourd'hui sa place au MedPi ?
Là aussi, la problématique est celle de la technologie embarquée par le produit. L'électroménager connecté, comme certains produits liés à la robotique peuvent trouver leur place, c'est évident. Par ailleurs, sous la classification « petit électroménager », on trouve des produits liés à la santé, au bien-être ou à la maison, comme des pèse-personnes connectés, des ampoules connectées, etc. Tous ces produits devraient être présentés au MedPi cette année !

Combien de nouveaux acteurs espérez-vous cette année ?
Nous n'attendons pas de grandes évolutions par rapport à l'an passé. Nous tournons autour de 800 à 900 acheteurs pour 250 exposants et environs 500 marques. Au pic de fréquentation, ce sont 3 500 personnes qui sont présentes sur le salon du 26 au 29 mai à Monaco.

Photos : édition 2014

Le street art

C215

En explorant la région de Kyrat dans Far Cry 4, les amateurs de mondes ouverts n'ont pu manquer cette galerie de portraits aux couleurs flashy. Ils sont l'œuvre de C215 (Christian Guémy), figure du street art connue pour ses créations au pochoir et à la

Entretien avec

C215,
Artiste

JDLI : Comment s'est passée la rencontre avec Ubisoft ?
C215 : Ubisoft m'a contacté. Ils étaient à la recherche d'un « street artist » ayant travaillé en Inde, qui sache manier les couleurs intenses, qui soit portraitiste et sache également dessiner des animaux... Tout cela correspondait assez bien à mon travail ! C'était il y a environ deux ans, au début de la production du jeu.

De quelle manière la collaboration s'est-elle mise en place concrètement ?
Nous nous sommes entendus sur une guideline, sur une quantité d'œuvres à réaliser et Ubisoft m'a fourni les visuels du jeu, à partir desquels j'ai pu commencer à travailler. J'ai ensuite procédé de manière assez classique, si ce n'est qu'au lieu de préparer des pochoirs et de trouver des situations idéales dans lesquelles les inscrire lors de voyages comme je le fais habituellement, j'ai dû anticiper des peintures finalisées, vouées à être intégrées directement dans le jeu.

On parle d'une reconnaissance du street Art. L'intégration dans le jeu vidéo serait-elle une prochaine étape ?
La reconnaissance globale progresse, que l'on pense pochettes de disques, publicités, jeux vidéo... L'esthétique street art se diffuse de plus en plus, ce qui peut toujours être à double tranchant car on risque de tomber dans la banalisation. Ma participation à Far Cry 4 a une dimension singulière, ce sera peut-être complètement commun dans 10 ans que des artistes interviennent ainsi sur les murs d'un jeu. Le jeu vidéo deviendra alors un lieu comme un autre d'effusion de la vie dans l'art et de l'art dans la vie.

Un joueur en action a-t-il le même regard sur une œuvre qu'un passant au détour d'une rue ?
Non, car le joueur voyage, il explore son environnement alors que les gens ne sont pas forcément aussi curieux dans leur quotidien ! A l'inverse, le joueur étant dans l'action, remplissant un objectif clair, il ne prêtera pas autant d'attention à certains détails graphiques s'ils ne sont pas parfaitement imbriqués et justifiés par le scénario. Il est important que le joueur soit incité, encouragé à découvrir les œuvres qui ont un rôle au sein du scénario voire lui permettent de continuer à avancer. Intégrer les œuvres plastiquement mais aussi dans la narration du jeu est primordial.

Far Cry 4, une

Du 19 mars au 12 avril, la galerie Berthéas Les Tournesols (75004) accueille les 16 œuvres originales produites par C215 autour de l'univers du jeu d'action sorti fin 2014. Seize portraits de personnages clés du jeu, d'animaux que l'on croise régulièrement dans le monde de Kyrat que l'artiste a produits et

Ubisoft entre en jeu

peinture qui, par cette collaboration avec Ubisoft, marque l'arrivée de l'art urbain d'un créateur reconnu, dans le jeu vidéo. C215 et Jean-Alexis Doyon, Directeur artistique sur Far Cry 4, nous détaillent cette collaboration.

Par Patrick Hellio

Entretien avec

Jean-Alexis Doyon,
Directeur artistique

JDLI : Pourquoi avez-vous choisi C215 pour cette collaboration?
Jean-Alexis Doyon : L'idée d'une collaboration entre Far Cry 4 et C215 est née au tout début de la phase de création du projet. Après le succès du troisième volet de la série, nous tenions à confirmer le positionnement de la direction artistique, qui repose sur deux piliers principaux : « La domination des couleurs » et « Entre Tradition et Modernité » Au cours de nos recherches préliminaires, qui avaient comme prémisse créative « Le sacré en danger », nous sommes tombés sur une image frappante de C215 : deux petits garçons souriant devant un mur de New Delhi, sur lequel le portrait d'une femme à l'air triste est peint en lignes fluides sur fond orange vibrant. Le caractère unique, surprenant et audacieux de l'art de Christian Guémy était une extension parfaite de la vision artistique de Far Cry.

Que gagne l'univers d'un jeu vidéo à intégrer l'art plastique ?
Je trouve la convergence des médias intéressante. Le jeu vidéo est aussi une forme d'art et nous sommes constamment à la recherche d'éléments pouvant rendre nos mondes plus cohérents et enrichir nos univers. Nos deux démarches artistiques sont non seulement étrangement compatibles, mais la possibilité de dire que C215 est allé peindre à Kyrat amène une couche de réalisme supplémentaire à notre jeu.

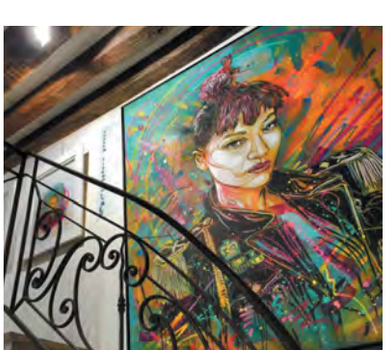
Quel est l'intérêt pour Ubisoft de faire intervenir un artiste plasticien dans un jeu ?
L'intérêt est mutuel. Nous avons intégré les deux premières œuvres de Christian de façon très spécifique lors de la présentation du jeu à l'E3 2014. L'idée était que la caméra passe rapidement sur les pochoirs colorés en montrant la signature de C215 pendant une fraction de seconde. Ce fut un succès instantané. Dans l'heure qui a suivi, nous avons vu apparaître une vidéo d'analyse sur le site de jeu très connu Eurogamer ayant pour titre « Far Cry 4 - C215 Mystery Solved ! ». Des milliers de visionnages pour Christian Guémy et pour Far Cry !

Toutes les formes de création artistique peuvent-elles avoir leur place dans des univers virtuels ?
Il n'y a pas de limites à la créativité. Ce qui est important, c'est la combinaison des approches et des médiums. L'art de l'un ne doit pas dénaturer l'art de l'autre, mais lui donner un nouvel angle, une nouvelle signification.

Comment valorisez-vous cette collaboration avec C215 ?
La synergie de nos approches créatives a amené une profondeur supplémentaire au jeu. D'un point de vue créatif, l'idée de faire émerger des collaborations artistiques comme celles avec c215 sur la marque, nous parait intéressante, quand cela fait du sens. C'est une expérience artistique à réitérer et inclure dans nos prochaines réflexions.

expo parisienne

qui ont ensuite été intégrés au jeu. Contrastes appuyés, explosions de couleurs flashy pleines d'énergie : la moiteur et la folie du monde de Kyrat transpirent de chaque oeuvre, avec toujours cet esprit ludique qui nous rappelle que c'est un jeu vidéo qui est ici tant source que support de création.

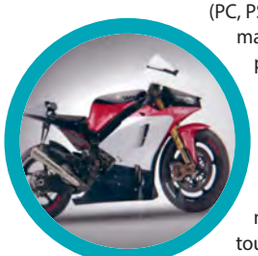


God of War 3 passe sur la 4

Publié en 2010 sur PlayStation 3, God of War 3 reste l'un des tous meilleurs opus de la série, qui a bénéficié d'un très bel accueil critique à l'époque. Cela tombe bien puisque c'est à ce troisième volet que le studio Santa Monica de Sony a choisi d'appliquer le traitement « remasterisation », à l'occasion de son arrivée sur PlayStation 4, un processus qui occupe décidément une place non négligeable sur cette génération de consoles. Le 15 juillet, on pourra par conséquent se replonger dans ce jeu d'action flamboyant (déjà très impressionnant dans ses effets et sa mise en scène sur PS3), en profitant d'un affichage haute définition en 1080p, supporté par un confortable 60 images par seconde. De quoi rendre les combats dantesques et sanglants entre Kratos et les créatures venues toutes droit de la Grèce Antique encore plus intenses. Le studio, qui entend fêter par ce biais les 10 ans de la série (le premier volet est sorti en juin 2005 sur PS2), détaille par ailleurs l'intégration d'un mode photo pour partager des clichés entre joueurs.

Milestone à tout berzingue

Décidément, les amateurs de jeux de motos sont gâtés par les Italiens de Milestone (Sébastien Loeb Rally Evo, SBK, WRC 4 World Rally Championship) qui, après avoir lancé Ride (PC, PS4, Xbox One, PS3 et Xbox 360) fin mars, ont donc confirmé l'arrivée au printemps de MotoGP 15, le troisième volet de la série. Au programme, personnalisation de la moto, du pilote et du team (près de 100 accessoires), mode carrière amélioré, nouveaux modes de jeu, moto deux temps de légende plus tous les pilotes et toutes les motos de la saison 2015. Actuellement en développement, MotoGP 15 sera édité et distribué par Bigben Interactive sur PS4, PS3, Xbox 360, Xbox One et PC.



Microsoft : Halo 5 au rendez-vous, Quantum Break glisse

Halo 5 : Guardians

Microsoft et le studio 343 Industries viennent de communiquer une date de sortie pour le très attendu Halo 5 : Guardians. C'est donc le 27 octobre que les possesseurs de Xbox One pourront mettre la main sur le premier volet de la fameuse saga spécialement concoctée pour la Xbox One. Après avoir invité les joueurs à se replonger dans les premiers titres de cette série indissociable de la marque Xbox via The Master Chief Collection en fin d'année dernière, 343 Industries promet d'emmener la série de jeux d'action en vue subjective vers d'autres horizons avec un volet mettant notamment en scène l'affrontement sans pitié entre l'incontournable Master Chief et l'agent Locke, lancé à sa poursuite… un scénario qui devrait amener quelques révélations sur la mythologie Halo, comme les deux bandes annonces récemment postées par le studio (« All Hail » et « The Cost ») le laissent entendre. Nouvelle console oblige, Halo 5 devrait marquer une rupture dans la série. *« Nous voulons surprendre les joueurs avec la taille des cartes et l'ampleur des batailles qu'ils vont découvrir »*, avance Bonie Ross, Directrice de 343 Industries. *« Ils seront amenés à s'interroger sur tout ce qu'ils pensaient savoir au sujet du héros, des merveilles et des mystères du jeu ».*

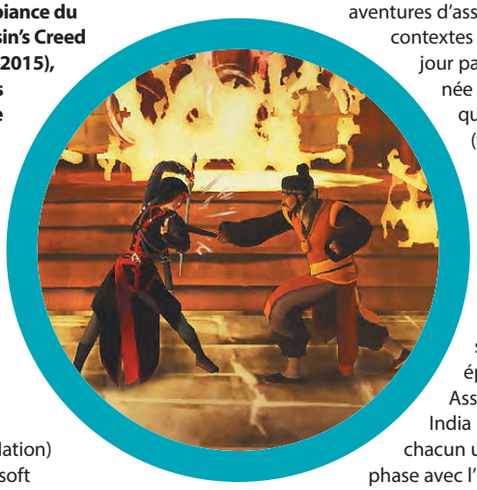
Quantum Break passe sur 2016

Attendu comme l'un des prochains titres exclusifs forts de la Xbox One, le jeu du studio finlandais Remedy Entertainment (Max Payne, Alan Wake...) est malheureusement repoussé à l'année prochaine (printemps 2016). C'est par le biais de Microsoft Studios que la nouvelle a été communiquée : *« Avec tant de jeux Xbox One qui sortent cette année, déplacer Quantum Break à 2016 étend notre portfolio jusqu'à l'année prochaine avec une nouvelle licence monstre »* a déclaré Shannon Loftis, Head of Publishing chez Microsoft Studios. Titre très ambitieux, Quantum Break sera un jeu d'action dans lequel le joueur pourra manipuler le déroulement du temps, mais aussi influer sur une série TV associée.

Quantum Break

Assassin's Creed, nouvelle trilogie en vue

En attendant d'en savoir plus sur le prochain volet de la saga qui prendra place dans l'ambiance du Londres victorien (Assassin's Creed Victory, attendu pour fin 2015), Ubisoft va lancer dans les prochaines semaines une nouvelle série de jeux au sein de l'univers Assassin's Creed. Pour le moment uniquement annoncé sous forme dématérialisée, Assassin's Creed Chronicles va se présenter comme une trilogie de jeux d'action/infiltration *« en 2,5D »* réalisée par Climax Studios (Resogun, Dead Nation) en collaboration avec Ubisoft Montréal. Ces trois titres, prévus sur PC, PlayStation 4 et Xbox One, seront l'occasion de suivre les aventures d'assassins dans des univers et contextes encore non abordés à ce jour par un volet de cette série née en 2007. L'éditeur annonce que les piliers de la franchise (furtivité, parkour et Saut de la Foi) seront au rendez-vous, comme les objectifs secondaires et bien sûr les cibles à atteindre et éliminer. Le premier volet, Assassin's Creed Chronicles : China, sera lancé le 22 avril. Les épisodes suivants seront Assassin's Creed Chronicles : India puis Russia, avec pour chacun un parti-pris graphique en phase avec l'univers abordé.



Batman, nouveau (petit) report

Le moins que l'on puisse dire, c'est qu'il se sera fait attendre ce premier Batman signé Rocksteady (Batman Arkham Asylum, Arkham City) sur les consoles de nouvelle génération ! Un temps prévu pour la fin d'année 2014, le titre avait finalement été repoussé à début juin 2015… et le studio annonce désormais qu'il faudra patienter quelques jours de plus, jusqu'au 23 juin prochain pour pouvoir enfin pouvoir explorer la ville de Gotham à bord d'une impressionnante Batmobile (grande nouveauté de ce troisième opus). Annoncé comme le chapitre final de la saga Batman Arkham, le titre du studio anglais Rocksteady, publié par Warner Bros, est sans conteste l'un des titres les plus attendus de ce début d'année.

F1 2015 encore dans les stands

Le mois de juin sera le théâtre du Grand Prix du Canada (le 7 juin) et de celui d'Autriche (21 juin) de la saison de Formule 1 mais également le lancement du nouveau volet de la simulation officielle de la discipline : F1 2015 ! Si traditionnellement le titre de Codemasters sortait plutôt en fin d'année, cette annonce est évidemment une bonne nouvelle pour les amateurs, le jeu étant ainsi publié au milieu de la réelle saison de Formule 1, et non plus à l'approche de son épilogue. Autre réjouissance, F1 2015 sera le premier volet de la série à paraitre sur les consoles de salon de huitième génération. Qui dit next-gen dit nombreuses nouveautés, parmi lesquelles un bond graphique majeur via la nouvelle version du moteur de jeu maison EGO, une vingtaine de domaines améliorés (moteur, transmission, pneumatiques…) mais aussi une présentation toujours plus immersive façon retransmission TV. F1 2015 étant le jeu officiel du Championnat du Monde FIA, toutes les équipes officielles, les pilotes et les circuits de la saison 2015 (dont le nouveau Grand Prix du Mexique) sont fidèlement reproduits. Distribué par Bandai Namco, F1 2015 est prévu pour le 12 juin sur Xbox One, PlayStation 4 et PC.

Devil May Cry poursuit son ravalement

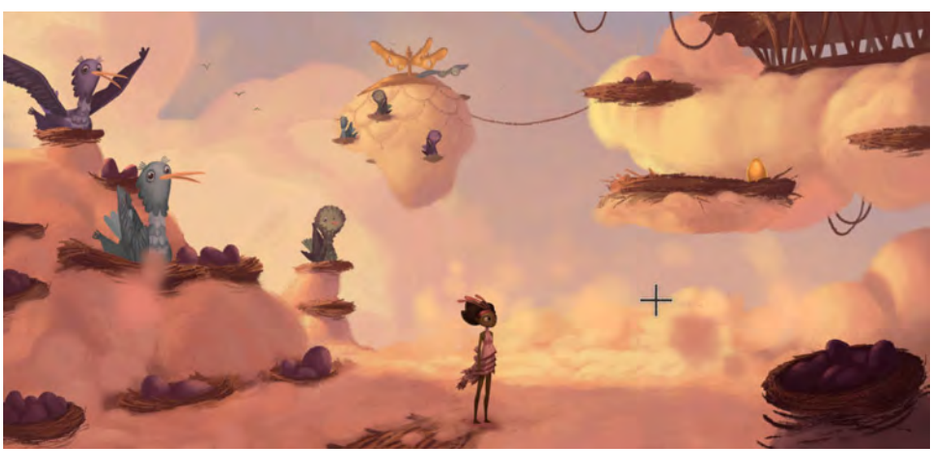
Après Devil May Cry, reboot de la série sorti en 2013 (signé Ninja Theory) réédité le mois dernier sur les consoles de génération 8 (Definitive Edition), c'est au tour du précédent titre de la saga de Capcom, Devil May Cry 4, de se voir rajeuni sur PlayStation 4, Xbox One et PC avec résolution 1080p. Devil May Cry 4 Special Edition comprendra le jeu original sorti en 2008 (trois millions de ventes au compteur selon Capcom), trois personnages jouables et des aménagements de gameplay. Pour l'heure, l'éditeur communique uniquement sur une parution dématérialisée.

Uncharted passe son tour cette année

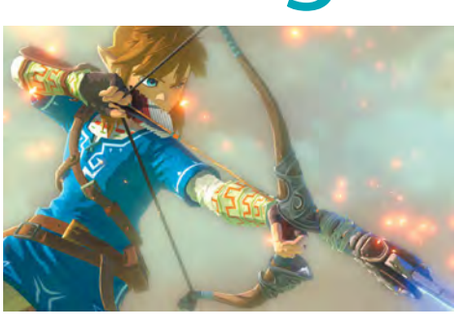
On l'attendait comme l'un des titres locomotives de la PlayStation 4 en cette fin d'année, ce sera finalement au printemps 2016 que Uncharted 4 sera publié. *« Quelques mois supplémentaires de travail sont nécessaires afin de satisfaire au mieux les exigences des joueurs »*, explique l'éditeur dans un communiqué. Il faut dire que lancée fin 2007, soit quelques mois après la PS3, la franchise Uncharted est progressivement devenue l'un des poids lourds du catalogue de titres exclusifs de la console de Sony. Après trois volets à succès sur PS3, un épisode sur PS Vita, l'aventurier Nathan Drake s'apprête enfin à poser le pied sur les nouvelles contrées ouvertes par la PlayStation 4. Le studio californien Naughty Dog (qui signait également The Last Of Us en 2013) a d'ores et déjà annoncé que Uncharted 4 : A Thief's End serait le dernier volet de la saga.

Broken Age, enfin la fin de l'histoire

Double Fine Productions, le studio de Tim Schafer, vient enfin de communiquer une date pour la parution de la deuxième partie de Broken Age. C'est le 28 avril prochain que les joueurs pourront enfin connaître la suite et fin des aventures de Vella et Shay, les deux personnages que l'on dirige par alternance dans ce titre hommage aux grands classiques du point'n click. Le premier volet avait été publié sur PC début 2014. Rappelons que Broken Age avait créé l'événement en 2012 en réunissant plus de trois millions de dollars via la plate-forme de financement participatif Kickstarter (près de 90 000 personnes avaient mis la main au porte-monnaie pour supporter ce retour de Tim Schafer au genre qui l'a rendu célèbre). Visiblement proche de Sony (Grim Fandango Remastered est sorti en janvier sur PS4 et Vita), Double Fine annonce que Broken Age sera publié au même moment sur PlayStation 4 et PS Vita, en version donc intégrale. Une sortie physique de la version PC est prévue, via l'éditeur Nordic Games.



Zelda glisse en 2016



Dans un court message vidéo, Eiji Aonuma, Producer du prochain The Legend of Zelda sur Wii U, assène la difficile nouvelle : la sortie du jeu tant attendu n'est plus prévue pour cette année mais glisse à 2016. *« Au cours des trois derniers mois, pendant que l'équipe de développement expérimentait une liberté d'exploration comme jamais un jeu de la série Zelda a pu en proposer jusqu'à maintenant, nous avons découvert plusieurs nouvelles possibilités pour ce jeu »*, explique-t-il. *« Et alors que nous étions en train de travailler à transformer ces possibilités en réalité, de nouvelles idées ont continué à émerger et il semble désormais que nous ayons tout le potentiel pour créer quelque chose qui dépasse mes propres attentes ».* Le couperet tombe peu après : *« Plutôt que travailler à respecter à tout prix un planning et de sortir un jeu ne reflétant que ce que nous sommes capables de produire en ce temps donné, je pense qu'il est préférable de concrétiser toutes ces idées qui vont faire de Zelda sur Wii U le meilleur jeu possible ».* Rendez-vous donc en 2016 pour ce Zelda Wii U plein de promesses (monde plus ouvert que jamais, réalisation digne d'un film d'animation...) dont la présence même à l'E3 cette année semble compromise. Sur 2015, Nintendo dispose d'autre cordes à son arc pour la Wii U dont Mario Maker, Splatoon (29 mai), Yoshi's Wooly World (26 juin) ou encore Kirby et le Pinceau Arc-en-ciel (7 mai).

Nintendo Direct d'avril : Amiibo, nouveautés et classiques soutenus

Saturo Iwata, Président de Nintendo

Début avril, Nintendo donnait l'une de ses conférences vidéo qui était l'occasion d'en savoir plus sur sa stratégie pour les prochains mois. Un rendez-vous particulièrement attendu, notamment depuis l'annonce du report de Legend of Zelda à l'année prochaine. Par Patrick Hellio

Saturo Iwata, Patron du groupe et Saturo Shibata, Président de Nintendo Europe, ont dévoilé une partie du planning attendu en Europe pour les prochains mois sur Wii U et 3DS. Nintendo a apporté quelques précisions sur les lancements des prochains grands titres maison sur Wii U que vont être Splatoon (29 mai) et Yoshi's Woolly World (26 juin). Le jeu de tir multijoueurs à base de jets de peinture et le nouveau jeu de plate-forme du dinosaure seront accompagnés de vagues dédiées d'Amiibo. Dont des modèles Yoshi en laine ! Les deux titres profiteront, à l'instar de Mario Party il y a peu, d'éditions spéciales comprenant une figurine. Les amateurs de survival horror l'attendaient depuis longtemps, la sortie au Japon ayant eu lieu fin 2014 : Project Zero est confirmé pour l'Europe courant 2015. Trois héros, exploitation du gamepad comme un appareil photo pour combattre les esprits revanchards : le titre devrait être l'occasion de quelques frissons devant son écran, les précédents jeux de la série comptant parmi les jeux les plus terrifiants qui soient. Atlus a par ailleurs montré un jeu de rôle coloré, combinant les univers de Shin Megami Tensei et de Fire Emblem.

Project zero

Soutenir les hits et les Amiibo

Travailler les jeux phares, les vendre sur la durée a toujours été un précepte de Nintendo, qui l'a confirmé en annonçant que Mario Kart 8 allait recevoir une prochaine mise à jour (23 avril) permettant de concourir dans une toute nouvelle classe inédite 200cc, tout en rappelant qu'une extension supplémentaire arrivait, avec notamment des personnages et circuits Animal Crossing. Super Smash Bros, tube de fin d'année, va aussi continuer à recevoir des mises à jour, dont des personnages proposés en DLC (Pokémon MewTwo fin avril, Lucas de Earthbound). Nintendo lance d'ailleurs un système de vote des joueurs pour prendre en compte leurs attentes concernant les prochains personnages à intégrer. Mario Kart et Super Smash Bros consolident par ailleurs leur compatibilité avec les Amiibo, via la sortie de nouveaux personnages ou la prise en compte de modèles existants. Toujours sur la question des Amiibo, Nintendo a annoncé que la sortie de l'adaptateur de lecture/écriture pour la Nintendo 3DS traditionnelle (la New est équipée de série) se ferait dans le même temps que celle de Animal Crossing Happy Home Designer, un jeu qui sera également compatible avec des Amiibo sous forme de cartes. Des Amiibo en laine, sous forme de cartes... l'éditeur surfe sur le succès du concept et le décline.

La 3DS développe sa dimension sociale

Sur la console portable, Nintendo s'est fendu de quelques annonces dont un Attack on Titans : Humanity in Chains (Atlus) tiré du manga et de la série animée, attendu pour mai sous forme dématérialisée. Les deux premiers épisodes du dessin animé sont disponibles gratuitement (en VOD) sur eShop. La Place Mii Streetpass, le hub social de la console portable, devient littéralement une plate-forme de jeu à part entière. Deux jeux sont annoncés (Club de pêche StreetPass et StreetPass Zombies, vendu 4,99 euros chaque ou 7,99 euros les deux) avec des connexions sociales liées aux rencontres avec d'autres joueurs via le système StreetPass. Nintendo annonce par ailleurs une formule Premium de la Place Mii StreetPass (4,99 euros) comprenant des options sociales supplémentaires (16 avril). Un nouveau Fire Emblem est par ailleurs confirmé pour 2016 sur la portable.

Patrimoine choyé

2015 est l'année des 30 ans de Super Mario Bros sur NES et, parmi les initiatives prévues, la parution de Mario Maker sur Wii U permettra aux joueurs de créer leurs propres niveaux du fameux jeu de plate-forme et de les partager. Le titre est attendu pour septembre sous forme dématérialisée. Nintendo a par ailleurs confirmé le lancement d'une application gratuite pour Wii U, Amiibo Touch & Play Nintendo Classics Highlights, en mai. Celle-ci permettra de profiter de sections de jeux historiques (NES, SNES) via les figurines. Enfin, le catalogue de jeux rétro en téléchargement sur Wii U va être alimenté, avec l'arrivée des jeux DS et N64 dont Super Mario 64, Donkey Kong 64 ou Mario Kart DS.

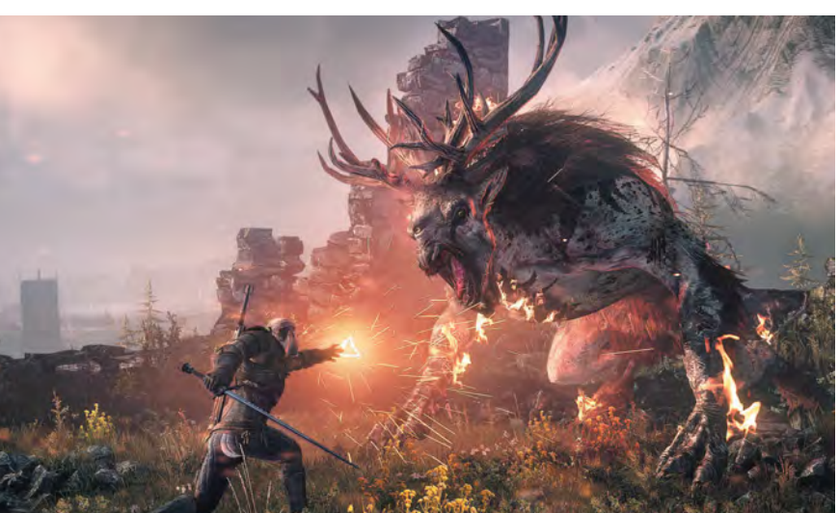
The Witcher 3, nouveaux horizons

Le 19 mai, les joueurs pourront enfin arpenter les vastes contrées promises par le nouveau volet de la saga The Witcher. Après deux opus ayant propulsé la série du studio polonais CD Projekt comme une référence contemporaine du jeu de rôle, ce troisième jeu entend autant en conserver la flamme qu'en élargir son audience, entre concept de monde ouvert et parution simultanée, pour la première fois, sur PC et consoles de salon. Incontestablement un cap pour cette franchise, dont Bandai Namco Entertainment se charge de l'édition en Europe. Par Patrick Hellio

Conserver les fans souvent traditionnalistes de la première heure (The Witcher, sorti en fin 2007 sur PC, a immédiatement été apprécié comme une nouvelle référence du jeu de rôle), tout en faisant preuve d'assez de modernité pour marier la saga aux tendances émergentes (monde ouvert) : comme souvent, le challenge est relevé pour un studio quand se pose la question d'un élargissement de l'audience d'un titre. Avec The Witcher Wild Hunt (ou Traque Sauvage), troisième itération de la saga de CD Projekt, il y aura de facto un élargissement de l'audience puisque le jeu sera déployé pour la première fois simultanément sur PC, PlayStation 4 et Xbox One. « *Ce sera la première apparition de la franchise sur consoles Sony* », relève Olivier Reocreux, Senior Product Manager chez Bandai Namco Entertainment France. Si le premier jeu avait été réservé aux PCistes, le brillant deuxième volet (Assassins of Kings, 2011 sur PC) avait profité d'un portage réussi sur Xbox 360 l'année suivante. Le grand saut pour un studio et, plus globalement, un genre du jeu de rôle traditionnellement associé au PC« *Dès le deuxième volet, les développeurs avaient fait un pas en direction du monde de la console, en permettant par exemple de jouer à la version PC via une manette Xbox 360* », rappelle Olivier Reocreux. The Witcher 3 Wild Hunt a quant à lui, été pensé et conçu d'emblée pour les consoles et le PC (où les joueurs pourront toujours choisir entre le contrôle à la manette ou au duo clavier/souris). Particulièrement attendu, The Witcher 3 l'est aussi parce qu'il a été reporté à plusieurs reprises, initialement attendu pour fin 2014, repassé à février avant de glisser sur mai. « *Sur ces dernières semaines, l'équipe de développement s'est focalisée sur le debugging* », précise Bandai Namco. Un souci de finition d'autant plus légitime que le titre repose, pour la première fois, sur un monde ouvert que le joueur va pouvoir explorer en toute liberté, sur terre comme en mer. Avec ses 36 fins différentes, des choix en cours d'aventure qui vont avoir des influences par la suite, un monde gigantesque à explorer, un personnage qui va évoluer physiquement au cours de l'aventure (barbe, cheveux…), The Witcher 3 promet beaucoup côté contenu. Damien Monnier, Senior game designer chez CD Project, évoque ainsi plus de 200 heures de jeu pour qui voudrait compléter l'intégralité du jeu, (nombreuses) quêtes secondaires comprises. D'autant plus que le studio a d'ores et déjà annoncé 16 DLC à suivre, qui seront proposés gratuitement au téléchargement.

De nouvelles ambitions

Nouveau paradigme de jeu oblige, Bandai Namco prend en compte une cible élargie pour ce troisième titre de la série. « *Notre cœur de cible reste les joueurs entre 25 et 34 ans* », pointe Olivier Reocreux, qui entend aussi recruter parmi « *les fans historiques de la franchise ainsi que les joueurs appréciant les jeux de rôle occidentaux comme Dragon Age ou Skyrim* ». S'il reste un authentique jeu de rôle (gestion du personnage, de son équipement…), en combinant monde ouvert et action en temps réel, The Witcher va pouvoir « chasser » sur de nouveaux territoires. « *Véritable jeu de rôle/aventure, The Witcher 3 va pouvoir aussi s'adresser à de nouveaux publics, comme les joueurs d'Assassin's Creed ou Batman par exemple, qui privilégient la dimension aventure* ». Pour toucher cette audience plus large que les deux précédents volets, Bandai Namco Entertainment déploie un dispositif marketing conséquent (voir guide jeux) incluant visibilité en TV (dont chaîne hertzienne), dans les cinémas mais aussi via un plan important sur Internet (partenariat avec jeuxvideo.com). Le volet de la consécration pour la saga de CD Projekt ?



The Witcher, de l'écrit au jeu

S'il obtient le premier rôle d'un jeu en 2007, le personnage du Sorceleur (witcher) est né sous la plume de l'auteur polonais Andrzej Sapkowski à la fin des années 1980, dont les romans et nouvelles sont traduits dans de multiples langues, dont le Français. La sortie du troisième jeu coïncidera d'ailleurs avec celle du nouveau roman traduit en français, Sorceleur : La Saison des Orages, aux éditions Milady. La couverture du roman reprendra le même visuel que les jeux. The Witcher a également été adapté en jeu de société et en comics.

MORTAL KOMBAT X

KOLLECTOR'S EDITION

DISPONIBLE LE 14.04.2015 SUR :

PS4 PlayStation Network XBOX ONE PC DVD ROM

18+ www.pegi.info

WB GAMES LOGO, WB SHIELD: ™ & © Warner Bros. Entertainment Inc. (s15).

Mortal Kombat, the dragon logo, NetherRealm Studios, NetherRealm logo and all related characters and elements are trademarks of and © Warner Bros. Entertainment Inc. "PS", "PlayStation" and "PS4" are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. "PS4" is a trademark of the same company.

Nvidia
Force brute

Si le marché de la carte graphique est moins dynamique qu'il y a quelques années, il reste néanmoins très actif. Après avoir initié sa nouvelle génération de GPU à base d'architecture Maxwell en septembre dernier avec notamment les GeForce GTX 980, GTX 970 et en début d'année la GeForce GTX 960, Nvidia propose un modèle très haut de gamme capable de répondre en partie aux exigences du jeu en 4K. Ainsi, le constructeur vient d'annoncer son nouveau fer de lance, la GeForce GTX Titan X. Elle affiche des performances en hausse de plus de 30%. Evidemment, très haut de gamme oblige, la GeForce GTX Titan X s'affiche au prix de **1150 euros** mais c'est à ce jour la seule carte en mesure de d'afficher avec fluidité les jeux en Ultra-HD.

Viewsonic
Monicam

Viewsonic lance un moniteur dédié à la vidéoconférence. Cet écran d'une diagonale de 24 pouces intègre une webcam dans sa partie supérieure ainsi qu'un microphone avec annulation d'écho et deux haut-parleurs. La dalle est de type SuperClear MVA. Ce moniteur a été conçu pour une utilisation avec les environnements Microsoft Lync (bientôt renommé Skype for Business), Skype, Google Hangouts, Cisco Jabber et Webex, Citrix Gotomeeting ou Viber. Côté technique, la webcam affiche une définition de 2 Mpixels. On trouve également des prises micro/casque et deux ports USB. Le moniteur sera disponible en avril à un prix encore non communiqué.

Logitech
Inflation de molette

Le spécialiste de la souris continue d'innover dans un domaine qui semblait avoir été exploré de fond en comble. Mais c'est sans compter sur les ingénieurs de Logitech qui ont toujours des idées pour améliorer le périphérique le plus utilisé. Ainsi, la marque helvétique propose un nouveau modèle baptisé MX Master. Il s'agit d'une souris au design plutôt classieux avec des courbes qui épousent au mieux la paume de la main et qui dispose surtout de deux molettes. La première reste assez classique et positionnée au centre. Elle permet de naviguer à la verticale avec une vitesse de défilement qui peut être ajustée en un seul clic. L'innovation vient de la deuxième molette qui est positionnée sur le côté au niveau du pouce. Elle permet de passer d'une page à une autre ou d'assurer une navigation horizontale plus précise. Par ailleurs, la Logitech MX Master fonctionne sans fil avec le connecteur USB Logitech unifié mais aussi en Bluetooth Smart. Cela permet de connecter la souris à trois ordinateurs différents et de basculer de l'un à l'autre à la volée grâce à la fonction Easy Switch. La MX Master intègre une batterie rechargeable assurant un fonctionnement pendant près de 40 jours. La souris est disponible au prix de **99,99 euros**.

Philips
Ultra-HD mon amour

TP Vision, qui distribue et fabrique les téléviseurs Philips, annonce sa nouvelle gamme Ultra-HD qui s'appuie désormais sur la toute dernière version de l'environnement Android TV 5.0. La gamme comprend trois modèles : 6400, 7100 et 7600 qui se déclinent dans des diagonales allant du 40 pouces (102 cm) au 65 pouces (164 cm). Ces trois modèles ont en commun la résolution UHD/4K de 3840 x 2160 pixels, l'accès au store Google Play, l'intégration des technologies Simply Share, WiFi, Miracast ainsi que les fonctionnalités multiroom client/serveur et Spotify Connect. Les différences se situent notamment sur la fonction Ambilight qui est absente sur la série 6400 mais présente sur la 7100 (deux côtés) et la 7600 (trois côtés). De même, la télécommande varie suivant les modèles avec une version classique pour la série 6400, avec clavier pour la 7100 et une version avec pavé tactile et reconnaissance vocale pour la série 7600. Autre différence, la prise en compte de la 3D. Elle est absente de la série 6400, passive sur la 7100 et active sur la 7600. Enfin, on notera la présence d'un double tuner TNT sur le modèle 7600. Ces nouveaux modèles seront commercialisés au cours du deuxième trimestre à des prix non encore communiqués.

Creative
Ecoute audiophile

Creative complète sa gamme d'intra-auriculaires avec deux nouveaux modèles ; les Aurvana In-Ear3 Plus et In-Ear2 Plus. Si les deux écouteurs proposent une isolation acoustique respectivement de 98 et 95% qui permet à l'utilisateur de bien s'isoler des bruits ambiants, la principale différence entre ces deux intra-auriculaires se situe dans leur conception. Ainsi, le modèle In-Ear3 Plus profite d'une membrane de haut-parleur à double armature équilibrée qui permet de mieux reproduire les aigus et les graves. Les In-Ear2 Plus, quant à eux, se contentent d'une membrane à une seule armature équilibrée pour la reproduction de tout le spectre musical, ce qui permet par ailleurs de restituer globalement un son plus chaud. Pour le reste, les In-Ears3 Plus adoptent un design type tour d'oreille grâce à leur câble souple tandis que les In-Ears2 Plus sont plus classiques. Tous deux sont fournis avec des embouts de différentes tailles qui épousent la forme de l'oreille. On trouve également une télécommande et un microphone compatibles avec la majorité des smartphones du marché. Les deux modèles sont livrés avec un étui de transport, des accessoires de nettoyage et un adaptateur pour avion. Les In-Ears3 Plus sont commercialisés au prix de **149,99 euros** et les In-Ears2 Plus au prix de **99,99 euros**.

Audioengine
L'enceinte en bois

Spécialisée dans la conception et la fabrication de produits audio de qualité, Audioengine annonce la B2, une enceinte sans fil aux prétentions audiophiles. Compatible Bluetooth aptX, elle est capable de restituer le son en haute définition grâce à son convertisseur 24 bits. Côté design, l'enceinte B2 s'appuie sur un coffret en bois sobre et moderne à l'instar des enceintes du monde de la Hi-Fi. La finition est déclinée dans différentes versions : noyer d'Amérique, bois strié, ou frêne noir. L'enceinte présente deux fentes sur la face avant qui sont dédiées au système bass-reflex. Elle intègre deux haut-parleurs en kevlar et deux tweeters à dôme de soie. L'Audioengine B2 est disponible au prix de **349 euros**.

Smarter
Thé connecté ?

Computers Unlimited a rassemblé à Londres le 19 mars dernier l'ensemble des marques de son catalogue au sein d'un vaste showcase. L'occasion de découvrir les nouveautés et notamment la bouilloire des temps modernes, soit la Wifikettle de la société Smarter. Comme son nom l'indique, il s'agit d'une bouilloire qui, connectée à un smartphone, devient intelligente ! Wifikettle est avant tout une bouilloire en acier inoxydable et au design simple. Une série de coques en silicone optionnelles apportent une touche de couleur. Sa capacité est de 1,8 litre et elle permet d'ajuster la température de l'eau, un détail primordial pour les puristes du thé. Elle dispose aussi d'un minuteur d'infusion et d'une fonction de maintien au chaud. Mais c'est connectée à un smartphone qu'elle prend toute sa dimension. Pour cela, il faut télécharger l'application dédiée. Le smartphone permet un contrôle de la bouilloire à distance pour programmer sa mise en fonction et régler la température notamment. S'ajoutent quelques fonctionnalités sociales comme le partage sur les réseaux sociaux pour inviter des amis à venir prendre le thé. So British en version 2.0 ! La bouilloire est en vente à **129 euros** et sera suivie sous peu d'une cafetière connectée qui fonctionnera sur le même modèle et proposera au choix un mode tasse ou bol. Elle devrait être vendue autour des **180 euros**.

Asus

Du smartphone zen aussi

Asus a annoncé la sortie en France de ses Zenfone 2 qui avaient été montrés au CES il y a quelques mois. Disponibles en cinq et 5,5 pouces, ces smartphones se distinguent par l'intégration de processeurs Intel Atom encore assez rares dans les téléphones. Point commun, ils sont jolis, bien finis et esthétiquement très réussis. Trois modèles sont disponibles. Le ZE551 est le plus musclé avec son écran de 5,5 pouces Full-HD et ses 4 Go de mémoire vive. Il est décliné en ZE550 avec moins de mémoire vive et une résolution plus basse. Le Zenfone 2 ZE500 est lui équipé d'un écran de cinq pouces HD. Trois bons téléphones donc qu'Asus vend à un tarif très raisonnable, respectivement **299**, **249** et **199 euros**.

Bluetens

L'électrostimulation

Parmi les objets connectés, il y a ceux qui permettent de mesurer, de surveiller la fréquence cardiaque ou encore de compter les pas, bref de quantifier son activité physique tout au long de la journée. Mais l'objet peut aussi devenir actif, en l'occurrence stimuler les muscles grâce à de petites électrodes qui viennent se placer à des endroits stratégiques pour prodiguer des massages relaxants. C'est ce que propose Innelec Multimedia qui distribue un appareil appelé Bluetens dont quatre petites électrodes peuvent être positionnées aux endroits désirés. Le boîtier dispose d'un simple bouton de mise sous tension et d'une molette permettant de régler l'intensité du courant électrique émis. Bluetens est pilotable depuis une application compatible avec les environnements Android et iOS, ce qui permet de contrôler et d'ajuster le courant électrique, qui selon la fréquence, l'intensité et la durée, va permettre de soigner, relaxer ou renforcer une partie du corps. Le Bluetens est compatible Bluetooth 4.0, intègre une batterie rechargeable par USB et est certifié pour l'utilisation dans le secteur médical. L'appareil est disponible au prix de **149 euros**.

Microsoft

Des muscles en moins

A notre grande surprise, Microsoft continue d'élargir son offre de smartphones entrée de gamme avec le Lumia 430. Ce modèle est doté d'un écran de 4 pouces (800 x 480 pixels) et il s'avère très basique d'un point de vue technique. Avec son processeur double cœur et un capteur photo 2 Mpixels, il est même franchement anachronique. Heureusement, le prix est très bas puisqu'il sera vendu moins de **70 euros**. En parallèle, Microsoft a présenté une nouvelle tablette, la Surface 3. C'est la variante moins grande et moins performante de la Pro sortie l'année dernière. Elle intègre un processeur Intel Atom et se contente d'un écran de 10 pouces au lieu de 12 pour la Pro. Les prix sont logiquement plus démocratiques à **599 euros** le modèle de base avec un SSD de 64 Go mais tout de même **720 euros** en 128 Go. Des tarifs étonnamment élevés comparé aux PC 2-en-1 équipés en Intel Core m.

MSI

Jouer en grand

MSI lance de nouveaux PC tout-en-un dédié au jeu. Le modèle AG270 3K intègre un écran de 27 pouces en résolution WQHD, soit 2560 x 1440 pixels. Le 24GE IPS se contente d'un 24 pouces en Full-HD et le 24GE 4K est également en 24 pouces mais dans une résolution Ultra-HD. Si les châssis ne changent pas par rapport à la version précédente, on aura bien entendu droit à la dernière génération de composants, en particulier des cartes graphiques Nvidia GTX 960M et 970M. Ce dernier modèle devra afficher les nombreux pixels du 27 pouces WQHD et surtout du 24 pouces Ultra-HD. En 4K, ce sera une tâche difficile et le choix d'une telle résolution en 24 pouces est risquée si on analyse le gain en finesse par rapport au risque de saccades. Les AG270 3K, 24GE IPS et 24GE 4K sont disponibles et vendus respectivement à **2 599 euros**, **1 299 euros** et **1 999 euros**. Le constructeur a aussi annoncé l'arrivée d'un mini PC axé bureautique. Le Cubi adopte un format similaire à celui des NUC d'Intel et fonctionnera avec des processeurs Intel mobiles similaires à ceux des ultrabooks. Plusieurs configurations seront disponibles, la plus abordable étant vendue **289 euros**.

Smanos

Sous surveillance

Un nouvel acteur arrive sur le marché de la maison connectée. Smanos propose un pack et une série d'accessoires connectés permettant de rendre sa maison intelligente et de la sécuriser. La gamme disponible à l'heure actuelle compte notamment des capteurs à poser sur les portes et fenêtres qui détectent les ouvertures, des caméras, un détecteur de vibrations, un détecteur de fumée ou de fuite d'eau, entre autres. Les caméras permettent de voir les images sur son smartphone par une application dédiée mais la société a prévu de tout consolider dans une seule et unique application. A noter que le kit alarme de base coûte seulement entre **120** et **150 euros**. En cas d'intrusion, on est prévenu par mail et SMS. Particularité intéressante, des badges RFID permettent de donner accès à des plages horaires précises, qui plus est sans divulguer le code. Cela permet notamment de donner accès à un employé de maison et de vérifier son temps de présence. Enfin, Smanos propose un accessoire d'assistance à distance pour les personnes les plus fragiles, les seniors par exemple. Le Panic Button permet à l'utilisateur d'appeler à l'aide très simplement. Dix numéros enregistrés sont composés dans l'ordre défini jusqu'à ce que quelqu'un réponde. On peut opter pour une alerte sous forme de texte ou d'appel.

AwoX

Spots sous contrôle

Awox continue le développement de sa gamme d'ampoules connectées avec un nouveau modèle baptisé SmartLight GU10. Il s'agit de spots LED qui viennent s'intégrer dans l'univers du Smart Home et qui prennent place dans les luminaires et spots encastrés au plafond. Ces spots peuvent bien entendu être pilotés depuis un smartphone ou une tablette sous Android ou iOS, ce qui permet d'ajuster la couleur via la technologie Bluetooth Smart. Ainsi, l'utilisateur peut définir l'ambiance souhaitée pour chacune de ses pièces. Il est possible de combiner un ensemble de quatre à huit ampoules SmartLight pour créer différents scénarios. L'ampoule Awox SmartLight GU10 est disponible au prix de **29,90 euros**.

SteelSeries

Tout de blanc vêtue

SteelSeries complète sa gamme de souris pour joueur avec une déclinaison blanche de son modèle Rival. Baptisée assez simplement Rival White, elle reprend le design de sa grande sœur et intègre un rétro-éclairage de type RVB qui permet de la personnaliser suivant l'envie du joueur. Bien entendu, on retrouve le logiciel SteelSeries Engine 3 qui permet de créer des macros et d'ajuster la sensibilité du capteur (jusqu'à 6 500 CPI) avec un temps de réponse inférieur à une milliseconde. La SteelSeries Rival White est disponible au prix de **59,99 euros**.

Haier Mobilité

Entretien avec

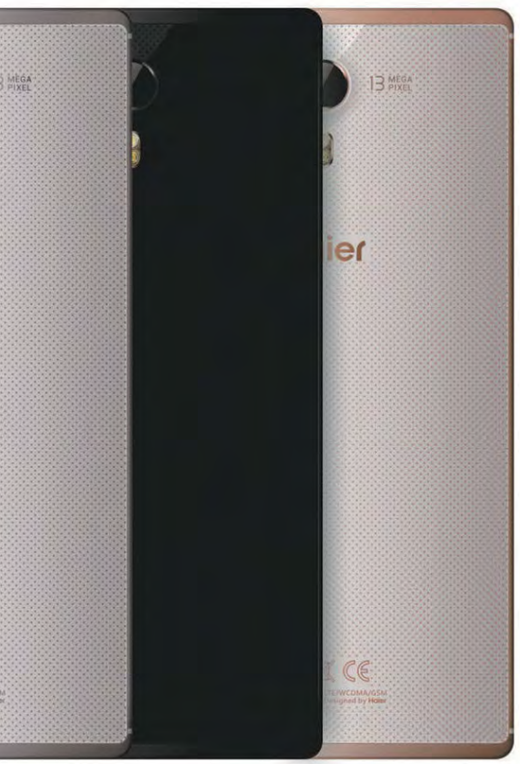
Christophe Chancenest,
Directeur commercial
et marketing Europe

Depuis un peu plus de deux ans, Haier s'est lancé dans la mobilité sur les marchés européens, d'abord par la tablette, puis par le smartphone. Ayant la possibilité de créer des produits uniques, Haier s'est distingué par des appareils au design et à la finition très soignés, ce qui permet la différenciation sur un marché par ailleurs très uniforme. Retour sur une stratégie unique avec Christophe Chancenest, Directeur commercial et marketing Europe de la division.

Par Stéphane Kauffmann

JDLI : Vous avez abordé le marché de la tablette il y a deux ans avec un certain succès à la clef. Quelle a été votre stratégie ?

Christophe Chancenest : Nous avons opté pour un positionnement à valeur ajoutée tout en demeurant très compétitifs sur les prix. Il était important de satisfaire nos premiers clients avec des matériaux de qualité, un design soigné et des composants performants. Pour autant, ce segment du marché est difficile à adresser d'emblée en grand public, surtout quand on arrive sur le marché. Nous sommes donc passés par une offre professionnelle dans un premier temps avec des grands comptes comme Renault mais aussi des opérateurs pour des packs et offres spéciales. Cela nous a permis de gagner en réputation rapidement et nous avons effectué une première opération avec SFR six mois après le lancement de nos premières tablettes. A partir de là, les portes de la distribution se sont ouvertes et nous avons pu vendre en grand public nos tablettes à valeur ajoutée, comme la plus fine du marché et plus récemment des modèles sous Windows. Nous avons écoulé 50 000 pièces la première année et 250 000 la seconde, soit cinq fois plus !



à valeur ajoutée

Votre accord avec Cdiscount pour vendre des tablettes moins chères en y intégrant de la publicité a été très remarqué. Quel bilan pouvez-vous en tirer ?
Cet accord a été très important pour nous à plusieurs titres. Déjà, il a montré que nous étions capables de produire une tablette entièrement nouvelle à partir d'un cahier des charges précis et d'y inclure des applications sur mesure, le tout en six mois avec certification Google. L'idée était de proposer aux clients de Cdiscount une tablette pleinement fonctionnelle et bien finie à un prix extrêmement attractif en acceptant de consulter un peu de publicité. Cela a d'ailleurs été très bien perçu par ceux qui l'ont acheté car les annonces ne sont pas trop intrusives. Nous avons convenu d'un co-branding avec Cdiscount : en plus de la marque propre Cdisplay apparaît Haier en tant que garant de la qualité. Au lancement, nous avons fait un communiqué de presse commun et les retombées ont été incroyables avec plus de 200 articles parus. En 24 heures, le premier stock de plusieurs milliers d'unités a été vendu et depuis nous en avons écoulé plusieurs dizaines de milliers. A signaler aussi qu'il n'y a eu aucun problème ou retard dans la conception, la fabrication et la livraison.

Quelle est la stratégie pour valoriser une tablette qui en a grandement besoin ?
Le segment Android a été grandement dévalorisé et il devient très difficile de vendre des tablettes à plus de 150 euros. Nous essayons donc d'apporter une touche de valeur par le design et la finition sans dépasser ce seuil et par ailleurs, nous adressons aussi des clients qui vendent en marque propre. Pour créer de la valeur, nous avons abordé le segment sous Windows qui nous donne plus de marge de manœuvre. Ces tablettes peuvent monter en gamme par leur universalité, des performances nécessaires et aussi par l'ajout d'un clavier. Nous avons d'abord lancé une huit pouces, puis une 10 pouces, avec de bons résultats à la clef. Actuellement, nous disposons d'une gamme de quatre tablettes sous Windows et nous allons l'étendre, notamment par de plus grandes tailles d'écran. Cela nous permet aussi de mettre un pied dans l'IT et de collaborer avec des acteurs majeurs comme Intel et Microsoft.

Pour réussir votre implantation sur le marché avec des produits valorisants, vous avez dû faire développer des modèles spécifiques pour l'Europe. Comment avez-vous convaincu la maison mère alors que d'autres filiales de marques asiatiques n'y parviennent pas ?
Haier n'a pas voulu vendre ses tablettes en Europe car la direction jugeait que le marché était trop dispersé et trop compliqué. Pour les convaincre, je suis allé en Chine avec des commandes fermes ce qui les a finalement poussés à créer des équipes dédiées à l'Europe pour développer des modèles adaptés. Depuis, nous ne cessons de progresser. Fort de ce succès, la maison mère soutient nos efforts et répond à nos cahiers des charges du mieux possible, créant de toutes pièces des modèles exclusifs à l'Europe. Cela nous a permis d'obtenir au bout d'un an des tablettes dotées d'un beau design, d'une belle finition et de caractéristiques spécifiques, comme une finesse extrême. Nous pouvons ainsi créer des modèles à valeur ajoutée uniques sur le marché, comme notre tablette W203 qui intègre dans la tranche un logement pour le stylet.

Depuis un peu plus d'un an, Haier se lance sur le marché très disputé du smartphone. Quels sont vos arguments et vos premiers résultats ?
Nous avons abordé ce marché plus récemment, avec un certain retard donc, et nous avons choisi de nous lancer d'emblée sur le grand public avec des modèles existants vendus en Chine. Une fois présent, nous avons

reproduit la même tactique que sur les tablettes en essayant de nous différencier. Ainsi, nous avons lancé un premier smartphone pour seniors avec une offre complète et pas seulement un format adapté. Son interface est dédiée, un bouton SOS est présent et un socle permet des recharger aisément. Mais surtout, nous y avons ajouté une offre de service pour les urgences mais aussi pour les tracas du quotidien. Ce concept nous a beaucoup aidé pour créer une image de marque. Cette année, nous avons pu créer une gamme exclusive de smartphones pour l'Europe et nous avons essayé d'apporter le maximum à chaque tranche de prix avec des matériaux de qualité, une finesse extrême, des composants performants et surtout des caractéristiques que les concurrents n'ont pas. Cela se traduit par une coque en finition nid d'abeilles, une façade arrière recouverte de verre et un cerclage de la tranche en métal par exemple. Notre modèle le plus ambitieux, le V5, intègre un processeur octuple cœur, un écran Full-HD, la 4G et un capteur photo Sony 13 Mpixels, reconnu comme étant le meilleur du marché. Ce sont les mêmes caractéristiques qu'un smartphone haut de gamme d'une marque premium mais à un tarif divisé par deux.

> « Il est possible de se distinguer par la finesse, les matériaux employés, la finition et l'aspect, pour peu que l'on dispose des ressources de développement et de production nécessaires. »

En France et malgré l'évolution des ventes sans abonnement, le milieu de gamme ne fonctionne pas. Pourquoi ?
Il est vrai qu'il est difficile de vendre en nombre entre l'entrée et le haut de gamme. Les consommateurs prêts à investir sont attachés au statut social de l'objet qui passe aussi par une forte reconnaissance de marque. Passé un certain seuil de prix, ce n'est plus tant le montant qui importe mais l'image de marque qu'il faut créer, notamment en investissant très lourdement en publicité. Ainsi, les personnes à la recherche d'un smartphone haut de gamme sont prêtes à se restreindre par ailleurs, pourvu que l'appareil porte le bon nom de marque. Dans ce contexte, il est très difficile pour nous de vendre à plus de 200 euros. Nous poursuivons néanmoins nos efforts, ne serait-ce que pour montrer la qualité de nos produits.

Est-il possible de maintenir la valeur avec de l'entrée de gamme premium ?
Pour les caractéristiques, il n'y a guère que la 4G qui puisse faire monter en gamme d'une trentaine d'euros. Nous essayons donc d'y ajouter le design, la finition, la qualité des matériaux et la finesse. Nous pouvons le faire tout en étant à peine plus cher et nous comptons sur le pouvoir d'attraction ainsi exercé pour faire dépenser quelques euros de plus pour acquérir un bel objet valorisant. Par ailleurs, nous allons développer notre gamme de smartphones pour seniors car ce segment permet une réelle différenciation.

Aujourd'hui, comment se différencier, comment innover ?
Les composants étant les mêmes pour tout le monde, de ce point de vue on ne peut obtenir que la meilleure configuration possible à un tarif donné. En revanche et sans dépenser nettement plus, il est possible de se distinguer par la finesse, les matériaux employés, la finition et l'aspect, pour peu que l'on dispose des ressources de développement et de production nécessaires. Comme beaucoup de nos concurrents sourcent des produits finis en Chine, nous avons l'avantage de pouvoir concevoir et fabriquer des smartphones uniques. Comme il n'y a pas de réelle innovation sur les composants et les fonctions, la personnalisation est la seule solution et elle correspond bien à ce qu'est devenu le smartphone. Nous sommes passés d'un écran familial à un écran individuel qui est au centre de toutes nos activités.

Comment voyez-vous évoluer le marché du smartphone en France ?
Il est vraiment dans l'attente de nouveautés qui permettraient de créer de la valeur et surtout de se différencier. S'il est probable que les arguments de la finesse et de la taille d'écran vont perdurer, ce n'est pas cela qui va changer la donne fondamentalement. La qualité d'écran est déjà une meilleure piste d'évolution car l'affichage est au centre du nouvel usage que l'on fait du smartphone. La prochaine évolution notoire passera sans doute par le sans-contact. Pour l'heure, cette technologie n'est pas vraiment exploitée en France alors qu'au Japon, on paie avec son smartphone depuis des années. En lien avec du logiciel, on peut imaginer de nombreuses applications comme l'interaction lors d'une visite d'un musée. Le smartphone est aussi devenu le point d'entrée de toute la technologie mobile désormais, notamment avec les objets connectés. C'est dans cet écosystème que va sans doute se dessiner l'avenir du smartphone. Cela peut passer par la commercialisation de solutions qui incluent des objets autour du smartphone ou qui sont construites autour d'une thématique. Ainsi, on peut imaginer un smartphone axé sur le bien-être qui s'accompagne d'un montre traqueur d'activité avec pour les deux un style et un design communs.

L'objet connecté vous intéresse aussi, parlez-nous de votre montre innovante pour enfants.
C'est toujours dans un souci de différenciation que nous sommes venus à la montre pour enfant. Dotée d'une carte SIM, elle géo-localise et transmet les coordonnées au smartphone du parent qui sait ainsi où se trouve son enfant. Ce dernier peut aussi passer des appels à trois numéros préenregistrés, très simplement par l'appui sur une touche. Et si pour une raison ou une autre la communication ne peut être établie, le parent peut entendre ce qui se passe autour de l'enfant. Il est aussi possible d'associer des services qui par exemple traitent une urgence en cas d'indisponibilité des parents, nous travaillons actuellement sur ce sujet. La montre nécessite d'être dotée d'un carte SIM et donc d'un abonnement mais nous allons offrir les premiers mois.

Vous avez donc créé de toutes pièces une catégorie mobilité au sein d'Haier Europe, quels ont été les résultats et quelle part représente désormais cette activité dans le portefeuille global ?
Nous sommes très satisfaits des résultats de la division mobilité avec un chiffre d'affaires de plusieurs fois multiplié chaque année. En France, cette activité représente déjà 15% du chiffre d'affaires global après deux ans d'existence. C'est aussi une activité très rentable pour le groupe et prometteuse pour l'avenir, notamment par l'écosystème des objets connectés.

IDEF

INTERACTIVE & DIGITAL ENTERTAINMENT FESTIVAL

30 JUIN, 1 & 2 JUILLET 2015

BORDEAUX • HANGAR 14

WWW.IDEFEXPO.COM

#IDEF

L'EQUIPE DU SALON

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

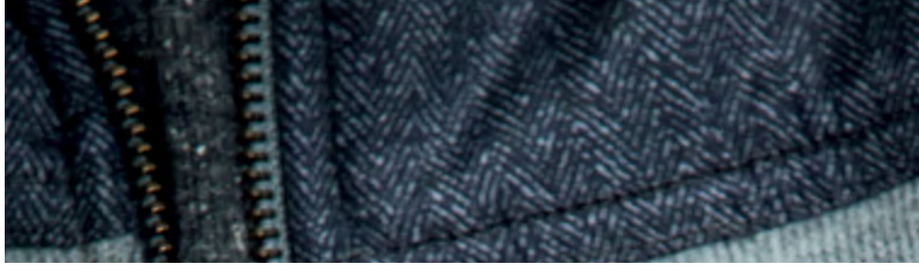
Eva de ROBERTIS
Responsable Commerciale
+ 33(0)1 76 77 11 96
eva.derobertis@comexposium.com

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

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

un événement comexposium
The place to be

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



Montre cor

Une nouvelle appro

nnectée

oche

Pour l'heure, les montres connectées n'ont guère convaincu. Pour bénéficier des notifications du smartphone, il faut accepter d'appuyer sur un bouton pour lire l'heure et de recharger tous les jours. Plutôt que de chercher un usage pertinent et de réelles solutions technologiques, les constructeurs se sont contentés de copier à l'infini le même concept bancal. Des fabricants issus de la santé et du bien-être, en l'occurrence Garmin et Fitbit, proposent une autre approche bien plus pertinente, tout comme Casio utilise le smartphone pour proposer une vraie montre.

Par Stéphane Kauffmann

La montre connectée a fait beaucoup parler d'elle et les modèles se sont multipliés en 2014. Pour autant, les ventes sont demeurées plus que confidentielles avec 190 000 pièces selon GfK, à mettre en perspective avec les trois millions de montres classiques dans le même segment de prix. Cela s'explique tout simplement par une génération de montres peu convaincantes à tous les niveaux. Plutôt que de partir d'un usage évident, l'industrie du Hi-Tech a conçu et fabriqué ce qu'il était possible de faire technologiquement sans trop se poser de questions, notamment celle fondamentale de l'usage. Certes, il y a eu de l'expérimentation au niveau des fonctions mais là encore sans se poser réellement la question de l'utilité. La montre qui parle et à laquelle on parle : ridicule ! L'intégration d'un GPS pour la navigation : redondant ! L'ajout de jeux vidéo des années 80 : grotesque ! L'intégration d'un capteur cardiaque ponctuel : inutile, voire stressant ! Piloter le lecteur musical du téléphone : un gadget ! Au final, les notifications déportées sur l'écran de la montre constituent la

Apple Watch

Apple ne se démarque guère par son approche technologique, aussi étonnant que cela puisse paraître. Pour lire l'heure, il faut tourner le poignet et l'autonomie ne dépasse pas la journée. L'interface tactile a été adaptée et réagit aussi à la force de l'appui pour différencier les commandes. Apple a intégré un accéléromètre et un capteur de fréquence cardiaque pour que la montre fasse office de traqueur d'activité et permette de suivre la pratique sportive. Les annonces faites jusqu'à présent n'annoncent donc aucune révolution dans l'usage ou dans les applications. En revanche, Apple a clairement opté pour une approche accessoire de mode en déclinant sa montre non seulement en taille mais aussi en multipliant les matières, les couleurs et les bracelets jusqu'à des séries limitées en or à plus de 10 000 euros. Si la première version de l'Apple Watch affiche les mêmes limitations et aberrations ergonomiques que ses cousines sous Android Wear, on peut faire confiance à Apple et à sa machine marketing pour la rendre désirable et la vendre en quantité à un prix élevé. De même, l'écosystème iOS focalisé sur l'usage et sur l'ergonomie va sans doute faire évoluer la montre connectée dans le bon sens.

seule fonction réellement utile mais pas franchement indispensable non plus. Surtout que pour en profiter, il faut accepter d'utiliser une montre qui doit se recharger tous les jours et qui n'affiche l'heure qu'en appuyant sur un bouton. Non seulement, le bénéfice des notifications n'est pas suffisant pour accepter un tel inconfort mais il s'agit d'une régression ergonomique sans pareille dans l'industrie technologique. Cela nous ramène aux années 70 et aux montres à LED rouges qui s'allumaient en appuyant sur un bouton, et encore leur autonomie était au moins de plusieurs mois. L'arrivée d'Android Wear, qui règle le problème du système d'exploitation, aurait pu avoir un effet bénéfique mais ce fut le contraire. Tous les fabricants ont produit les mêmes montres sous Android Wear, avec typiquement un écran couleur très gourmand et une journée d'autonomie. Apple arrive d'ailleurs sur le marché en avril avec des montres qui souffrent des mêmes handicaps, c'est pour le moins curieux même si on peut faire confiance à Apple pour les vendre, même s'il fallait les recharger toutes les heures.

UNE MONTRE AVANT TOUT

Autre handicap majeur, l'industrie des biens technologiques n'a pas du tout pris en considération l'aspect horloger, rivalisant de laideur et de plastique bon marché au fur et à mesure des modèles qui sortaient. Or, la montre est avant tout un bijou et un objet de statut social. Au moins de ce point de vue, les constructeurs ont fait des efforts récemment, par exemple avec des montres de forme ronde déjà plus esthétiques mais aussi par l'emploi de matériaux plus nobles comme le métal pour le boîtier et le cuir pour le bracelet, à l'image d'Asus et de sa Zenwatch qui malheureusement pour le reste n'a pas plus d'intérêt que ses homologues sous Android Wear... Pour illustrer à quel point les fabricants Hi-Tech sont à côté de la plaque, il suffit de constater qu'ils n'ont même pas mis en avant le bénéfice premier d'une montre connectée qui est d'être à l'heure et au bon fuseau horaire en permanence. Rappelons que pour avoir une montre à l'heure exacte, il faut sinon investir dans un modèle radio-piloté à partir d'une centaine d'euros et que pour y ajouter la mise à jour automatique du fuseau horaire, il faut acquérir une montre satellite à partir de 1 000 euros.

LE SPORT FAIT PENSER

Heureusement que certains constructeurs se sont posés les bonnes questions et comme cela était prévisible, ce ne sont pas des généralistes de l'IT ou du mobile mais des marques horlogères et des fabricants spécialisés dans le sport. Il est tout de même affligeant que les géants asiatiques de l'électronique se contentent pour l'essentiel de copier ce que font les copains.

Ainsi Garmin, qui est actif depuis longtemps dans la montre connectée par le biais de ses modèles dédiés aux différentes activités sportives, a montré la voie par une innovation vraiment essentielle. Rappelons que les montres de GPS pour le sport, qui sont évidemment toutes connectées, se sont vendues à 250 000 exemplaires en 2014, soit nettement plus que les montres connectées standard, alors qu'il s'agit tout de même d'une cible potentielle bien plus réduite. Encore qu'en France, sept millions de personnes pratiquent activement la course à pied et que plus de la moitié déclarent vouloir s'équiper d'une montre de sport rapidement. Pourquoi ce succès ? Tout simplement parce que l'usage est cette fois-ci évident. La montre GPS de sport permet déjà de suivre en temps réel des paramètres importants comme la vitesse, la distance, le rythme cardiaque, etc. Et après l'exercice, on retrouve tous les paramètres et statistiques sur le smartphone pour veiller à se faire du bien plutôt que du mal.

UN ÉCRAN QUI CHANGE TOUT

Garmin est ensuite parti du constat qu'il fallait un écran couleur pour la lisibilité mais que l'autonomie ne devait pas en souffrir, au contraire. Le constructeur américain a donc décidé d'employer une nouvelle technologie transflective, l'affichage MIP (memory in pixel) LCD haute définition. Pour rester simple, cette technologie permet au pixel de garder son aspect sans être alimenté tant qu'il n'y a pas de changement d'état. La résolution est vraiment très élevée, 216 x 216 pixels pour un diamètre de 1,2 pouce. Il en résulte

249 €

Garmin Vivoactive

Cette montre est vraiment fine et légère du haut de ses 38 grammes avec le bracelet. Malheureusement la forme carrée et une finition plastique ne la rendent pas très séduisante pour un port au quotidien. L'écran couleur de grande taille et doté d'une haute définition (205 x 148) pixels garantit un affichage très lisible en toute circonstance. Pour autant, l'autonomie est de trois semaines en mode montre avant de recharger par un socle USB bien conçu avec une fixation magnétique. Elle est aussi dotée d'un GPS et sert donc de montre multisport pour de nombreuses activités comme la course à pied, la natation, le golf et autres. En revanche, elle n'intègre pas de cardio-fréquencemètre, il faut utiliser une ceinture thoracique disponible en option. La Vivoactive fait aussi office de traqueur d'activité et affiche les notifications du smartphone. L'application iOS et Android est très bien conçue et la synchronisation automatique. Comme sur la Fenix 3, de nombreux cadrans de montre et applications sont disponibles en téléchargement gratuit. La même en plus jolie et en métal, et on crie au génie !

299 €

Casio
Edifice EQB-500

C'est déjà une belle montre à aiguilles. Entièrement en acier, elle pèse son poids avec 190 grammes et c'est une grosse montre. Le cadran est particulièrement réussi et bien fini, avec notamment un second fuseau horaire à gauche, un petit cadran multifonction en haut et un accéléromètre en bas à droite. Elle fonctionne à quartz et se recharge par l'énergie solaire pour une autonomie infinie. Elle se connecte au smartphone, déjà pour se synchroniser ce qu'elle fait automatiquement toutes les nuits pour toujours afficher l'heure précise à la seconde près. Par l'application du smartphone (iOS et Android), on peut régler aisément le second fuseau horaire et l'alarme ce qui n'est sinon pas pratique sur une montre à aiguilles. Par le smartphone, l'utilisateur peut suivre la vitesse durant un déplacement, une fonction plutôt gadget et en bas à droite du cadran une petite aiguille indique quand un mail a été reçu, pas indispensable non plus. Plus utile, la montre peut faire sonner le smartphone en cas de perte (dans un rayon de 10 mètres). Cette approche horlogère de la connexion est intéressante et apporte un réel plus à une montre classique. On attend désormais un modèle plus fin et plus léger.

un affichage extrêmement lisible même si les couleurs demeurent fades ce qui ne prête pas à conséquence car le but n'est pas d'afficher des photos sur sa montre. Il est ainsi possible de lire un mail déjà assez long sans aucune difficulté et d'afficher sous forme de graphique tout ce que l'on veut. La vraie bonne nouvelle réside dans une consommation nettement inférieure à du LCD traditionnel. Pour la nuit, un rétroéclairage classique s'allume par un bouton. Ainsi la Fenix 3, une des deux montres à être équipées de ce type d'écran, affiche l'autonomie record de six semaines en mode montre allumée en permanence, un véritable exploit. Cela change du tout au tout l'approche possible pour la montre connectée. On peut ainsi créer des modèles qui disposent d'un affichage de haute qualité dans un encombrement réduit (la Vivosmart, l'autre montre MIP de Garmin pèse 38 grammes) et qui disposent d'une autonomie suffisamment longue. La définition et la qualité de l'affichage permettent d'ailleurs de proposer des cadrans de montres divers et variés pour satisfaire à une approche horlogère ludique dans l'esprit d'une Swatch.

APPROCHE HORLOGÈRE

L'industrie horlogère a certes mis du temps pour en venir au connecté mais au moins elle a réfléchi à l'usage en amont. C'est Casio qui a ouvert le bal avec des montres Edifice qui représentent le haut de gamme en termes d'élégance chez le fabricant de la G-Shock. Malheureusement les Edifice sont mal distribuées et peu promues en France, ce qui a fait passer inaperçu le lancement du premier modèle Bluetooth EQB-500, déjà suivi par deux autres depuis. Nous avons d'ailleurs dû batailler ferme avec Casio pendant deux mois pour en recevoir une en test. Outre le fait qu'il s'agit d'un vraie montre de qualité avec des aiguilles (lire encadré), elle inaugure surtout une approche inverse de la connexion par rapport à ce qui se

pratiquait jusqu'à lors. Plutôt que se focaliser sur l'extension du smartphone vers la montre, Casio s'est demandé en quoi le smartphone pouvait améliorer l'utilisation de la montre. Fallait y penser ! En plus d'être à quartz et solaire (autonomie infinie donc), la EQB-500 se connecte en Bluetooth basse énergie au smartphone quand cela présente un intérêt. Première fonction, elle se synchronise automatiquement toutes les nuits (à cinq heures par défaut) avec le smartphone pour être à l'heure atomique la plus précise, comme une montre radio-pilotée dont Casio est d'ailleurs le spécialiste. Ensuite, elle dispose d'un second fuseau horaire que l'on règle simplement par l'application en pointant une ville sur une carte. Il est possible d'inverser les deux fuseaux pour passer du secondaire au principal et vice versa. C'est bien plus pratique de régler ainsi le fuseau horaire sur une montre à aiguilles, d'autant qu'à partir du moment où le smartphone est en service, la montre se met automatiquement au bon fuseau horaire si on le souhaite, pratique en voyage. De même l'alarme se règle par l'application et là encore c'est bien plus simple que par les aiguilles et les boutons de la montre. Seules les fonctions connectées du chronomètre demeurent un peu abscondes et malheureusement, les notifications se limitent à une aiguille qui affiche un mail entrant. Si cette approche horlogère n'est pas la seule possible et aussi assez limitée dans les possibilités, elle améliore nettement l'utilisation avec un usage évident, tout ce qui manque à la montre connectée sous Android Wear.

A LA TRAINE

D'autres marques horlogères emboîtent le pas à Casio, comme par exemple Breitling qui a dévoilé une montre professionnelle pour pilotes qui suit le même principe que l'Edifice. Breitling a lancée la B55 lors de la Baselworld 2015, la grande messe de l'horlogerie mondiale qui s'est tenue à Bâle en Suisse fin mars. On s'attendait à une déferlante de montres connectées mais ce ne fut pas le cas. Il a fallu se contenter d'annonces dont la plus retentissante fut sans doute celle d'un partenariat entre Intel, Google et Tag Heuer (la marque horlogère de luxe du groupe LVMH).

PAR LE SPORT, LE BIEN-ÊTRE ET LA SANTÉ

Il n'empêche que pour les montres connectées dotées d'un écran numérique et d'un processeur puissant, se contenter de mettre le smartphone au service de la montre ne sera pas suffisant. Tout comme le déport des

Fitbit Surge 249 €

Elle est fine, légère et jolie. On peut même envisager de la porter au quotidien. Pour l'affichage, il faut se contenter du noir et blanc alors que l'autonomie ne dépasse pas la semaine ce qui n'est déjà pas si mal. Elle permet de suivre de nombreuses activités sportives comme la course à pied et le vélo avec le GPS intégré. Vitesse, distance, parcours, tout est disponible et se retrouve ensuite dans l'application. Le cardio-fréquencemètre à LED plutôt précis permet de faire du sport dans une plage de fréquence cardiaque définie ce qui évite de se faire du mal plutôt que du bien. La Surge fait aussi office de traqueur d'activité mais malheureusement, l'application se contente d'informer plutôt que de conseiller alors que la lecture de la fréquence cardiaque en continu aurait permis une analyse plus fine. Bien que noir et blanc, l'écran est très lisible et plusieurs cadrans de montre sont disponibles par l'application. L'utilisation en tactile fonctionne plutôt bien. Comme la Vivoactive, la Surge préfigure ce que seront les montres connectées de demain.

449 €

Garmin Fenix 3

Disponible en version standard ou Sapphire avec un écran en verre du même nom, c'est une grosse montre destinée au sportif averti. Elle embarque donc un grand affichage couleur en haute définition et affiche une autonomie de six semaines en mode montre et jusqu'à 40 heures en mode GPS. Elle intègre absolument tout ce qu'il est possible d'imaginer aujourd'hui, sauf le cardio pour lequel il faut utiliser la ceinture thoracique livrée. La navigation se fait par des boutons mais l'ergonomie revue par rapport au modèle précédent est bien pensée. Elle couvre la plupart des activités sportives comme la course à pied, la randonnée, l'alpinisme, la natation, le ski et même le triathlon. Chacune des activités peut-être paramétrée finement pour un affichage personnalisé. Pour ces activités, la Fenix 3 intègre un GPS (compatible GLONASS aussi), un thermomètre, un altimètre, une boussole électronique, un baromètre, le Bluetooth 4 et même le WiFi. Au-delà du sport, elle affiche les notifications du smartphone (et on peut vraiment lire un mail), fait office d'alarme et de station météo, entre autres. Le système d'exploitation, étant ouvert, de nombreux passionnés proposent déjà des ajouts gratuits comme des cadrans de montre, des graphiques pour les activités et même une application pour localiser les étoiles la nuit !

mails, messages et autres posts Facebook vers la montre est certes utile mais ne suffit pas en tant que justification d'usage. Si la question de l'écran et de l'autonomie est réglée avec celui de Garmin, il reste à trouver l'usage réel et évident. C'est sans doute du côté de la santé, du bien-être et du sport qu'il faut chercher. Une fois au poignet, la montre est en posture idéale pour mesurer les paramètres du corps humain. Sans aller jusqu'à des usages très spécifiques comme le ski ou le triathlon qui resteront sans doute encore un temps l'apanage des modèles dédiés au sport, intégrer dans des montres à vocation généraliste une dimension sportive paraît plus que sensé. C'est ce que Garmin propose avec la Vivoactive et Fitbit avec la Surge. Celle de Garmin est en couleur et plus autonome (plus de trois semaines) mais l'esthétique n'est pas très réussie dans la perspective d'un port permanent. La Fitbit se contente d'un écran noir et blanc ainsi que d'une autonomie de sept jours mais elle est jolie et peut se porter au quotidien. En revanche, le principe d'usage est commun. En plus des notifications, ces deux montres couvrent l'usage sportif. Il est vrai que nombreux sont ceux qui pratiquent une activité sportive comme la course à pied, la natation, la randonnée ou encore le vélo. Ces montres accompagnent l'utilisateur comme un modèle de sport mais pour un usage d'entretien, pas de compétition. Ainsi, elles intègrent toutes les deux un GPS qui permet un suivi précis de l'activité et même un cardio-fréquencemètre à LED pour la Fitbit ce qui permet de courir en respectant une plage cardiaque. La Garmin le permet aussi mais il faut porter une ceinture thoracique. Pour le bien-être, les deux montres intègrent un traqueur d'activité qui suit les pas et le sommeil. C'est également une bonne idée et évite d'avoir à en porter un dédié. Rendre la montre connectée plus versatile en y ajoutant la dimension sportive et bien-être fait qu'au global, elle justifie vraiment son existence.

L'AVENIR EST TOUT TRACÉ

La montre connectée a désormais un avenir d'usage évident et peut réellement s'utiliser en tant que montre. Un écran couleur haute définition qui consomme peu, une autonomie très longue, des fonctions de sport et de bien-être, une montre fine et élégante : la matière est là. La diversité aussi avec par exemple une approche plus horlogère qui met le smartphone au service de la montre. En revanche à la direction des géants de l'électronique, il faudrait envisager de se remettre en question et de se rappeler que R&D signifie Research & Devloppment et non Remake & Duplicate !

Montres & bracelets connectés pour une vie plus active

Plus d'informations ici :

Faites que chaque pas compte

Choisissez le bracelet d'activité **vívofit** pour son autonomie d'un an ou **vívosmart** pour rester connecté et recevoir vos messages, vos SMS et vos alertes. Les plus sportifs préfèreront certainement la montre GPS **vívoactive** avec son écran tactile couleur pour analyser leurs différentes activités tout au long de la journée.

Partagez vos progrès avec votre famille et vos amis, grâce à l'application gratuite Garmin Connect™

JOIN THE MOVEMENT*

GARMIN®

vívofit® | vívosmart® | vívoactive™

* Rejoignez le mouvement

©2015 Garmin Ltd. ou ses filiales.

Smartphones

☞ Le grand écart

Toujours plus performant et toujours moins cher, tel semble être le leitmotiv dans le petit monde de la téléphonie mobile ces derniers temps. Si le haut de gamme à plus de 600 euros se maintient mais nécessite une reconnaissance de marque très élevée, l'entrée de gamme premium arrive à proposer des performances et des caractéristiques qui s'en approchent de plus en plus. Et c'est par là que passe la valorisation. **Par François Arias**

Apple iPhone 6
Le mètre étalon

L'iPhone demeure le smartphone iconique du haut de gamme alors qu'en soi, il n'est guère différent de ce que propose Android depuis des années. L'association de la valeur perçue et du marketing compensent largement, même s'il est vrai que cette nouvelle version est celle qui a le plus bouleversé le concept d'iPhone depuis sa sortie en 2007. Le design tout d'abord a été totalement revu, plus fin, plus en courbes mais surtout doté d'un écran plus grand, cet iPhone 6 rompt avec ses prédécesseurs. La taille de l'écran (4,7 pouces) apporte un meilleur confort d'utilisation tout en permettant sans difficulté l'usage à une main. La qualité d'affichage est d'ailleurs excellente, même si la définition est à la traine de ce qu'il est possible de faire désormais. Le capteur photo 8 Mpixels est tout bonnement excellent, produisant de très bons clichés dans toutes les circonstances. Comme d'habitude chez Apple, iOS est parfaitement optimisé et le processeur A8 embarqué fait tourner toutes les applications et tous les jeux de manière parfaitement fluide. L'autonomie est en revanche assez courte avec une journée et demie d'utilisation. En plus d'un très bon hardware, l'iPhone bénéficie de la meilleure offre logicielle du marché. Bref, voici le smartphone de référence en ce début d'année.

- **Système :** iOS 8
- **Écran :** 4,7 pouces, IPS, 1334 x 750 pixels
- **Processeur :** Apple A8 1,38 GHz
- **Mémoire :** 64 Go
- **Capteur photo :** 8 Mpixels
- **Dimensions / poids :** 138 x 67 x 6,9 mm /129 grammes

819 €

Samsung Galaxy S6
La nouvelle référence

Après un S5 qui n'avait pas réussi à atteindre ses objectifs de vente, Samsung se devait se réagir avec son nouvel appareil porte étendard. Et effectivement la firme coréenne a effectué un virage à 180 degrés. Exit le plastique texturé, le Galaxy S6 utilise exclusivement du verre et de l'aluminium, le tout dans un design bien plus épuré que ce à quoi nous avait habitué le constructeur ces derniers temps. Samsung est enfin au niveau en termes de qualité perçue sur le haut de gamme. Le format ne change pas, on reste sur un écran relativement compact de 5,1 pouces. Ce dernier est d'ailleurs le plus bel affichage que nous ayons vu sur un smartphone. La version Edge, légèrement incurvée est elle aussi très impressionnante, même si elle n'apporte pas grand chose en termes de fonctionnalités. En photo, Samsung est l'un des rares capables de rivaliser avec Apple. Ainsi, le capteur de 16 Mpixels est une réussite prenant d'excellents clichés très rapidement. Rien à redire non plus sur les performances, la puce Exynos maison embarquée est très performante, tout en restant assez peu énergivore. Le S6 tient près de deux jours sur une charge. Avec ce Galaxy S6, Samsung change de cap avec brio, réalisant le smartphone sous Android le plus séduisant du marché.

- **Système :** Android 5
- **Écran :** 5,1 pouces, Super Amoled, 2560 x 1440 pixels
- **Processeur :** Samsung Exynos 7420, octo-cœur, 2,5 GHz
- **Mémoire :** 32 Go
- **Capteur photo :** 16 Mpixels
- **Dimensions / poids :** 143 x 70,5 x 6,8 mm / 138 grammes

709 €

Avec plus de 20 millions d'appareils prévus cette année selon GfK, le smartphone représente un marché gigantesque, de loin le plus volumique de l'univers des biens technologiques, à mettre en perspective avec les cinq millions de tablettes et téléviseurs, par exemple. En parallèle, le prix moyen continue à baisser fortement pour atteindre vraisemblablement 271 euros cette année alors qu'en 2013, il était encore de 322 euros. Si le haut de gamme des marques leader du marché trouve toujours son public avec notamment un Samsung S6 qui fait beaucoup parler de lui, le gros des ventes se fait désormais sur l'entrée de gamme et la plupart des nouveautés annoncées lors du dernier World Mobile Congress en faisaient partie. Les raisons sont simples : les forfaits sans engagement continuent de grignoter le marché classique, la situation économique ne s'améliore pas et surtout les téléphones abordables n'ont plus grand chose à envier à leurs grands frères. Cela se remarque particulièrement sur les smartphones premium de l'entrée de gamme autour de 200 euros qui semblent faire l'objet des attentions de la plupart des constructeurs cette année. Il faut dire aussi qu'entre 200 et 500 euros, le milieu de gamme ne convainc pas un consommateur qui recherche soit un objet statutaire en y mettant le prix, soit un appareil qui suffit à ses besoins. Comme le marché du smartphone entrée de gamme est très disputé et que les marques se multiplient, les nouveaux entrants comme les spécialistes du segment cherchent à se démarquer par des smartphones à 200 euros qui proposent à peu près tout ce dont disposent les modèles à 500 euros et plus.

Une taille qui se stabilise

La course à une taille d'écran toujours plus grande s'est ralentie car nous sommes logiquement arrivés à une limite d'un téléphone qui puisse encore se tenir à une main et servir à téléphoner. Les grands smartphones de 5,5 à six pouces forment ainsi une catégorie désormais établie mais aussi un peu à part car réservée à ceux qui privilégient fortement la navigation et l'interaction à la voix. Le gros de l'offre se trouve désormais autour de cinq pouces, avec toujours une segmentation en fonction du prix. Les smartphones les plus compacts sont en effet quasiment toujours des modèles très entrée de gamme. Ensuite, la taille standard de cinq à 5,5 pouces permet de se différencier par un encombrement qui s'est réduit ces derniers temps, tout simplement en éliminant progressivement le bord autour de la dalle. Les progrès effectués sont impressionnants, certains fabricants d'écrans comme Sharp réussissant même à proposer des modèles vraiment sans bords. Cela permet de faire rentrer une grande dalle dans un châssis plus compact mais aussi de proposer des appareils plus réussis d'un point de vue esthétique. Que du positif, ou presque, car la suppression des bords rend inévitablement l'écran moins résistant aux chocs. D'une manière plus générale, on constate que les dalles IPS et leurs larges angles de vision sont désormais la norme, tout comme l'adoption de la résolution HD. Le Full-HD commence d'ailleurs même à se généraliser sur des appareils vendus autour de 200 euros.

De nouvelles puces

Après quelques mois sans grandes nouveautés, le marché des processeurs pour smartphones se réveille enfin. Qualcomm, le plus gros fabricant du marché, a enfin rendu disponible en masse sa nouvelle

Acer Liquid Jade S
Tout d'un grand

Sorti l'an passé, le Liquid Jade était un très bon smartphone milieu de gamme cependant handicapé par son absence de compatibilité 4G. Un problème qui est donc réglé avec cette révision qui embarque aussi un nouveau processeur. D'un point de vue esthétique, rien ne change ou presque, on reste en présence d'un appareil très joli, bien fini et surtout extrêmement léger. On apprécie grandement le remplacement du plastique brillant par une coque à effet brossé, à la fois plus belle et plus agréable à prendre en main. De bonne facture, l'écran HD offre une image toujours lisible. Pour la photo, les clichés du capteur principal son corrects, même s'ils manquent parfois de détails. A noter que le capteur frontal affiche désormais 5 Mpixels, ce qui ravira les amateurs de selfies. Outre la compatibilité 4G, le changement de processeur à un effet bénéfique sur les performances, en particulier dans les jeux. En revanche pas de miracle, l'autonomie plafonne toujours à une journée d'utilisation. Avec ces évolutions, Acer règle donc les quelques faiblesses de son modèle phare et propose un très bon smartphone milieu de gamme.

- **Système :** Android 5
- **Écran :** 5 pouces, 1280 x 720 pixels
- **Processeur :** Mediatek, octo-cœur, 1,5 GHz
- **Mémoire :** 16 Go
- **Capteur photo :** 13 Mpixels
- **Dimensions / poids :** 143 x 69 x 7,8 / 116 grammes

299 €

Archos 50 Diamond
Nouveau premium

Plutôt connu pour ses tablettes, Archos produit depuis maintenant quelques années des smartphones. Après des débuts moyennement convaincants, la marque propose avec ce 50 Diamond une référence du milieu de gamme. Si le design en lui-même est assez quelconque, le choix d'une couleur jaune fluo surprend et attire l'œil, bien que cela ne plaira pas à tout le monde. La finition est bonne et la prise en main confortable, même si la position des boutons sur la tranche gauche demandera un petit temps d'adaptation. Chose rare sur un appareil aussi abordable, la dalle IPS affiche une définition Full-HD et s'avère de bonne facture à l'exception de blancs qui tirent un peu sur le jaune. En photo, le capteur 16 Mpixels se débrouille bien tant que la luminosité est élevée, pour prendre des photos en soirée ce sera plus compliqué. Petite surprise, on trouve sur le capot un processeur Snapdragon 615. Cette puce octocoeur de chez Qualcomm combine une bonne puissance, le support de la 4G et une consommation électrique plus que raisonnable. Toutes les applications fonctionneront de manière parfaitement fluide et l'autonomie dépasse la journée d'utilisation ce qui n'est pas non plus un exploit. Seul vrai reproche, le Diamond 50 n'utilise pas encore Android en version 5.

- **Système :** Android 4.4.4
- **Écran :** 5 pouces, 1920 x 1080 pixels, Full-HD
- **Processeur :** Qualcomm Snapdragon 615, octo-cœur, 1,5 GHz
- **Mémoire :** 16 Go
- **Capteur photo :** 16 Mpixels
- **Dimensions / poids :** 146 x 70 x 8 mm / 142 grammes

199 €

Smartphones

génération de processeurs Snapdragon. On commence donc à trouver du Snapdragon 810 sur les modèles hauts de gamme ainsi que du Snapdragon 615 dans le milieu de gamme. Cette dernière puce est d'ailleurs très intéressante car elle offre un excellent rapport performances/prix tout en restant raisonnable d'un point de vue consommation. Le Snapdragon 810 en revanche déçoit un peu. Bien que puissant, il chauffe beaucoup et s'avère gourmand en énergie. L'Exynos 7420 de Samsung (utilisé sur le Galaxy S6) est à la fois plus puissant et moins énergivore. Intel renforce aussi sa présence avec des nouveaux processeurs Atom x3 qui adressent l'entrée de gamme avec un rapport performances / coût particulièrement avantageux mais les premiers smartphones à en être dotés ne sont pas attendus avant l'été. L'intégration de la 4G devient aussi la règle dans les téléphones entre 150 et 200 euros, alors que certains modèles la proposent désormais dès 100 euros. Autre progrès intéressant : l'augmentation du stockage interne des smartphones entrée de gamme. Après des années de stagnation, les fabricants se sont enfin décidés à augmenter la capacité. On passe ainsi souvent à 8 Go sur l'entrée de gamme, tandis que le haut de gamme passe à 32 Go.

En attendant Windows 10

Depuis la sortie d'Android 5 il y a six mois, les choses sont restées assez calmes du côté des OS mobiles. Nous sommes agréablement surpris de voir que la majorité des nouveaux modèles utilisent la dernière version du système d'exploitation de Google mais ce n'est toujours pas l'idylle pour autant. Les politiques de mises à jour sont toujours aussi floues et trop de smartphones ne bénéficient pas des améliorations apportées par les nouvelles versions du système d'exploitation. Du côté d'iOS, on n'attend aucun changement avant la rentrée prochaine et la prochaine génération d'iPhone. La plus grosse nouveauté logicielle de cette année sera donc probablement Windows 10. Le système d'exploitation de Microsoft est désormais unifié pour toutes les plates-formes (PC, tablettes et smartphones) et se révèle peu à peu. Si d'un point de vue esthétique, les changements sont mineurs, sous le capot les évolutions sont nettement plus importantes. En proposant une plate-forme unifiée, Microsoft veut proposer un niveau d'intégration jusqu'ici inédit. Ce que nous avons pu voir jusqu'ici est prometteur et laisse entendre que dans une telle économie de développement, les applications du Windows Store devraient enfin faire un grand pas en avant, à la fois en termes de richesse et de qualité. C'est un sujet très important car sans les applications qui permettent de piloter les objets connectés, Windows aura du mal face à Android et iOS. On devra attendre l'été pour en savoir plus.

Microsoft Lumia 535
Beaucoup pour peu

Microsoft semble pour le moment concentrer ses efforts sur l'entrée de gamme. Vendu 129 euros, le Lumia 535 est un smartphone très bien équipé pour ce prix. Premier point assez inhabituel à ce niveau de tarif, le design très coloré est réussi et surtout la finition est irréprochable. Cet appareil est vraiment séduisant. On apprécie également l'écran de cinq pouces même si la résolution assez basse fait que l'affichage manque un peu de finesse. Ce point mis à part, l'écran est de bonne qualité, lumineux et doté de bons angles de vision. La photo est souvent sacrifiée dans l'entrée de gamme mais ce n'est pas le cas de ce Lumia 535. Le capteur 5 Mpixels ne fait pas de miracles mais pour peu que l'on soit dans de bonnes conditions, il est capable de prendre des photos tout à fait honnêtes. Si la configuration embarquée est assez légère, elle est toutefois plus que suffisante pour faire fonctionner Windows Phone 8,1 de manière fluide. On apprécie au passage l'excellente autonomie, puisque l'on dépasse les deux jours d'utilisation. Joli, solide et autonome, le Lumia 535 constitue une excellente affaire pour les petits budgets.

- **Système :** Windows Phone 8.1
- **Écran :** 5 pouces, 960 x 540 pixels
- **Processeur :** Qualcomm, double cœur, 1,2 GHz
- **Mémoire :** 8 Go
- **Capteur photo :** 5 Mpixels
- **Dimensions / poids :** 140 x 72,4 x 8,8 mm / 146 grammes

129 €

Sony Xperia E3
Esthétique abordable

Si sa série Z reste une référence dans le haut de gamme, le fabricant japonais n'en propose pas moins des modèles abordables très réussis comme cet Xperia E3. Sans retrouver la conception aluminium et métal du Z3, ce smartphone en reprend les codes esthétiques avec une finition plus que correcte. Léger et relativement fin, le téléphone bénéficie d'une bonne préhension et il est assez compact pour être utilisé confortablement d'une main. On aurait aimé des bords un peu plus fins mais à ce prix difficile de faire la fine bouche. L'écran de 4,5 pouces souffre d'une résolution un peu basse mais ses angles de vision sont bons et il bénéficie surtout d'une luminosité très élevée. Le capteur photo est lui tout juste correct. Les cliches manquent un peu de détails et la mise au point aurait mérité d'être un peu plus rapide. Le processeur Qualcomm Snapdragon 400 utilisé fait fonctionner Android de manière totalement fluide et apporte le support de la 4G. Il est surtout peu gourmand, le Xperia E3 tenant quasiment deux jours sur une charge. Malgré une partie photo un peu décevante, c'est un solide téléphone d'entrée de gamme qui satisfera ceux cherchant un androphone abordable et complet.

- **Système :** Android 4.4.4
- **Écran :** 4,5 pouces, 8540 x 480 pixels
- **Processeur :** Qualcomm Snapdragon 400, quadruple cœur, 1,2 GHz
- **Mémoire :** 4 Go
- **Capteur photo :** 5 Mpixels
- **Dimensions / poids :** 137 x 69 x 8,5 mm / 143 grammes

169 €

MedPi

NEW BUSINESS

Du 26 au 29 MAI 2015

GRIMALDI FORUM **MONACO**

Reed Expositions

WWW.MEDPI.COM

Panasonic
DMC-GF7

Hybride compact

Au déballage du Panasonic GF7, le mot compact n'est pas usurpé. L'appareil est vraiment petit et tient sans difficulté dans la poche intérieure d'une veste. Sa qualité de fabrication est correcte avec une finition des boutons qui fait la part belle au métal et une bague de couplage aux objectifs en métal également mais le reste de l'appareil est en plastique. Les commandes répondent bien avec des boutons assez fermes. Enfin, on retrouve un côté vintage avec une face avant en finition simili cuir plutôt réussie. L'écran peut se retourner complétement pour réaliser des autoportraits (ou selfies). On trouve également un flash type pop-up qui se déploie à l'aide d'une gâchette assez discrète. A l'usage, le Panasonic GF7 délivre d'excellents clichés, même dans des conditions difficiles. A 6400 ISO, les images restent très exploitables. En revanche, l'appareil n'est pas stabilisé. Au final, ce Panasonic GF7 surprend. Son capteur est excellent et, en outre, l'objectif du kit est vraiment utilisable. Il est flexible et tolérant même en conditions lumineuses difficiles. La mise au point se fait sans souci. C'est donc un hybride polyvalent, de qualité et surtout très compact, ce qui en fait un très bon compagnon de voyage.

CARACTÉRISTIQUES

Capteur CMOS micro 4/3 16 Mpixels, vidéo Full-HD, objectif du kit 12-32 mm f/3.5- f/5.6, écran LCD 3 pouces, SD, HDMI, WiFi, USB 3.0

- **CATÉGORIE** Milieu de gamme
- **CONTACT Panasonic : 08 92 35 05 05**
- **PRIX** 499€

Asus
Zenbook UX305

Ordinateur portable

Assez discret ces derniers mois dans le domaine des ordinateurs ultra-portables, Asus frappe un grand coup avec cet UX305. Au menu, un ultrabook très bien fini à un prix très agressif de 600 euros. Malgré le prix bas, aucune concession n'est faite sur la qualité de fabrication. On conserve une construction en aluminium et une finesse exemplaire de 12,3 millimètres seulement. Pavé tactile et claviers sont confortables, même si l'on regrette que ce dernier ne soit pas rétroéclairé. Contrairement au nouveau MacBook d'Apple, Asus n'a pas sacrifié la connectique avec trois ports USB, une sortie HDMI et un lecteur de cartes SD. Un adaptateur RJ-45 pour le réseau est même fourni ! L'écran Full-HD de 13,3 pouces fait l'impasse sur le tactile mais a le bon goût d'être mat ce qui combiné à la bonne luminosité, le rend particulièrement lisible. Autre bonne surprise, les couleurs sont plutôt justes mais toutefois un peu délavées sur les teintes claires. Sous le capot officie un processeur Intel Core m 5Y10 accompagné de 4 Go de mémoire vive et de 128 Go de stockage SSD. C'est une configuration suffisante pour la bureautique et le multimédia. Reste qu'avec 128 Go, on sera vite à l'étroit. Pour l'autonomie, c'est plutôt correct avec six heures 30 sur une charge. Asus fait un quasi sans-faute avec cet ordinateur ultra-portable très séduisant tout en restant accessible côté prix.

CARACTÉRISTIQUES

Processeur Intel Core M 5Y10 , mémoire vive 4 Go, écran 13,3 pouces mat LED Full-HD, puce graphique Intel HD 5300, SSD 128 Go, WiFi AC, Bluetooth 4.0, 324 x 226 x 12,3 mm, 1,2 kilo

- **CATÉGORIE** Milieu de gamme
- **CONTACT Asus : 01 49 32 96 50**
- **PRIX** 599€

Philips
BDM4065UC

Moniteur

Ce moniteur de 40 pouces est vraiment grand et la définition Ultra-HD prend évidemment tout son sens sur une si grande surface de cette taille. C'est le plus grand moniteur informatique à destination du grand public et il s'alliera parfaitement avec une console de jeu ou un ordinateur fixe. Assurément, on sent que le constructeur plus si hollandais que cela a dans son ADN une certaine connaissance du design des téléviseurs. La finition est plutôt élégante, avec un pied métallique qui vient surélever la dalle pour plus de confort. En revanche ici, point d'ergonomie, l'écran n'est tout simplement pas ajustable, le pied est fixe. L'accès au menu s'effectue à l'aide d'un joystick discret situé à l'arrière de l'écran. L'équipement est très complet, avec une prise DisplayPort, deux prises HDMI, une antique prise VGA et un hub USB quatre ports 3.0 ! A l'usage, l'écran offre une très grande surface de travail en bureautique mais c'est aussi un très bel écran pour la photo. Le contraste est de qualité et la fidélité chromatique l'est tout autant ! Pour le jeu vidéo, la réactivité est tout juste correcte mais il est possible de le faire fonctionner à 60 Hz en 4K ce qui est un bon point. Enfin, la mise à l'échelle du contenu basse définition s'effectue très bien. Au final, ce moniteur gigantesque satisfera aussi bien les photographes que les joueurs ou plus généralement ceux qui veulent doter leur ordinateur d'un grand écran.

CARACTÉRISTIQUES

Ecran 40 pouces, résolution 3840 x 2160 pixels, contraste 5 000 000 :1, luminosité 300 cd/m2, latence 3 ms, connectique DisplayPort, VGA, 2 HDMI, 4 ports USB 3.0

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT : MMD : 06 34 35 76 30**
- **PRIX** 899€

MSI
AG270 2PC

Tout-en-un

Le joueur sur PC a généralement deux options ; associer une tour à un moniteur ou opter pour un notebook dédié. MSI lui en propose une troisième avec ce tout-en-un musclé qui réunit le moniteur et le PC. Doté d'un écran de 27 pouces, il est assez encombrant et le pied qui le soutient ne participe pas vraiment à le rendre plus élégant. D'ailleurs, le design n'est pas exactement passe-partout avec un mélange de plastique noir et rouge. La dalle de 27 pouces affiche une définition Full-HD idéale pour jouer, tout comme l'est le traitement mat qui élimine les reflets. L'écran est lumineux, contrasté, assez fidèle et surtout très réactif, un point essentiel pour le jeu. La configuration choisie avec un processeur Intel Core i7 et une puce graphique Nvidia GeForce GTX 870M est plus que suffisante pour jouer à la plupart des titres modernes dans d'excellentes conditions. Ce tout-en-un remplit donc pleinement son rôle premier qui est de faire fonctionner les jeux dans les meilleures conditions possibles. Reste que le gain de place par rapport à un ordinateur mini-tour classique et accompagné d'un moniteur n'est pas vraiment flagrant alors que l'on perd l'évolutivité et la possibilité de faire évoluer simplement des composants de bureau.

CARACTÉRISTIQUES

Processeur Intel Core i7 4470HQ, mémoire vive 8 Go, écran 27 pouces Full-HD mat, puce graphique Nvidia GeForce GTX 870M, disque dur 1 To, WiFi AC, Bluetooth 4.0, 672 x 482 x 66 mm

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT MSI : 01 64 76 49 49**
- **PRIX** 1599€

Cambridge Audio TV5

Plateau sonore

Le support sonore est une alternative à la barre de son. Il s'agit d'un socle sur lequel prend place le téléviseur et qui diffuse un meilleur son que celui de l'écran plat. Le Cambridge Audio TV5 est un plateau conçu pour des téléviseurs jusqu'à 55 pouces et dont le poids ne doit pas excéder les 30 kilos. Le TV5 se présente sous la forme d'un large rectangle en bois. Le design n'est pas vraiment son point fort, le noir mat domine et une grille avant acoustiquement traitée dissimule une partie des haut-parleurs. Au moins, le support est discret. L'ensemble repose sur deux larges pieds assurant une bonne stabilité et jouant le rôle d'amortisseur contre les vibrations. L'appareil est compatible Bluetooth apt-X et dispose d'une connectique plutôt pauvre puisque les prises USB et autre HDMI brillent par leur absence. A l'écoute, les modes d'écoute restent trop proches, seul le mode Film permet d'ouvrir la scène sonore et de ressentir un registre grave plus profond. Le mode Music ou TV apparaissent trop agressifs et le mode Voix reste bien sage. En mode Film, la TV5 fournit un son bien charpenté avec un bon recentrage des voix, de la spatialisation à droite et à gauche et de la profondeur dans la scène sonore. C'est dynamique et percutant. Au final, ce support sonore pour TV s'avère simple et efficace.

CARACTÉRISTIQUES

Puissance 2 x 50 W, connectique audio numérique optique, audio analogique RCA, 1 mini-jack, Bluetooth apt-X, 725 x 100 x 340 mm, 10,4 kg

- **CATÉGORIE** Milieu de gamme
- **CONTACT Exertis Comtrade : 01 46 99 92 50**
- **PRIX** 349,90€

Ted Baker Rockall

Casque audio

La marque anglaise est plus connue pour sa ligne de vêtements, ce qui ne l'empêche pas de produire un casque solide. Le design est réussi, du moins dans la livrée marron. La version or et blanc sont d'un goût discutable. Les glissières et les oreillettes sont en aluminium, tout comme l'assemblage industriel n'est pas déplaisant avec un aspect vintage marqué. Les mousses des oreillettes et le bandeau de l'arceau sont en similicuir de bonne facture et à l'aspect assez valorisant. Pour autant, on a l'impression d'être face à une ébauche pas vraiment finie mais cela peut avoir son charme aux yeux de certains. Le câble détachable peut se brancher indifféremment sur chaque oreillette. Il est plat, bien fini et muni d'un télécommande avec micro. Le confort de port est plutôt bon mais dépendra beaucoup de la morphologie. En fait, la position la plus courte de la glissière est encore trop longue pour certaines anatomies, alors que le réglage le plus long est certainement dédié à un individu du règne animal… L'arceau repose agréablement sur le haut du crâne et les oreillettes circum-aurales autour des lobes sont confortables en ne serrant pas trop. Le rendu sonore est étonnant car au vu du look et de la finition, on ne s'y attendait pas vraiment. La restitution est ample et dynamique, avec beaucoup de présence et d'ouverture. Il y a des basses sans être excessives. Le médium est bien présent ce qui est rare sur un casque à ce prix. L'aigu montre de la constance mais pas d'agressivité.

CARACTÉRISTIQUES

Casque supra-aural fermé, câble mini-jack en Y, plat, avec télécommande et micro, drivers de 40 mm, housse semi-rigide livrée, 275 grammes

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT Computers Unlimited : 01 80 88 77 50**
- **PRIX** 199€

HTC One M9

Smartphone

HTC est un des premiers fabricants à lancer son nouveau modèle haut de gamme. D'un point de vue esthétique, le One M9 est extrêmement proche de son prédécesseur. Le design tout alu est toujours agréable à regarder mais commence aussi à dater un peu, en particulier avec une épaisseur qui dénote désormais. Ceci dit, la finition est irréprochable et la prise en main s'avère confortable. L'écran de 5 pouces Full-HD déçoit. Il est moins lumineux et moins contrasté que celui du prédécesseur One M8, un comble, et il fait pâle figure comparé à l'iPhone 6 ou au Samsung Galaxy S6. Le constat est similaire en photo. Bien que plus performant que celui utilisé l'an passé, le capteur 20 Mpixels n'est tout simplement pas aussi bon que celui de ses concurrents directs. Sur le M9, HTC étrenne le processeur Qualcomm Snapdragon 810 de dernière génération. Il offre des performances exceptionnelles mais il est aussi assez énergivore. Il ne faut pas compter sur plus d'une journée d'utilisation avant de devoir recharger. Cette nouvelle mouture du One laisse un peu perplexe. C'est un bon smartphone haut de gamme mais qui ne s'améliore pas vraiment par rapport au précédent. Pas sûr que ce soit suffisant pour lutter contre une concurrence survoltée…

CARACTÉRISTIQUES

Écran 5 pouces IPS Full-HD, processeur Qualcomm 810 octuple cœur 2 GHz, mémoire 32 Go, capteur photo 20,7 Mpixels, Android 5, connectivité WiFi AC, Bluetooth 4.1, micro-USB, micro-SD, 144,6 x 69,7 x 9,6 mm /157 grammes

- **CATÉGORIE** Haut de gamme
- **CONTACT HTC : 01 70 75 91 71**
- **PRIX** 749€

Sandisk iXpand

Clef USB

Cette clef USB à peine plus massive qu'un modèle standard dispose aussi d'un connecteur Lightening pour la relier à un appareil mobile Apple, iPhone ou iPad. Ce connecteur est très bien conçu car placé sur une languette en caoutchouc qui s'intègre au corps de l'appareil et qui permet aussi de se brancher à l'iPhone sans gêner la manipulation tactile d'une main. Sur l'ordinateur, l'iXpand est une clef USB comme une autre. Branchée sur un appareil Apple, elle fonctionne de concert avec une application très simple qui permet d'exploiter le contenu stocké dessus. Ainsi, elle permet de lire directement les fichiers audio, les photos et les vidéos. Tous les formats courants sont reconnus, y compris le MKV pour la vidéo. C'est donc un moyen très simple pour consulter son contenu multimédia sur un iPhone ou un iPad. Il est également possible de copier sur la clef les photos et les vidéos prises avec l'iPhone, voire d'automatiser ce transfert. Dans l'autre sens, il est possible de copier le contenu dans la mémoire de l'iPhone. Pour que cela fonctionne sans alimentation, l'iXpand est doté d'une batterie qui se recharge dès que la clef est connectée à un port USB. Un témoin lumineux sur le côté permet de s'assurer du chargement. Sandisk crée avec l'iXpand un système de stockage astucieux qui abolit les frontières érigées par Apple entre son monde et celui du PC. L'usage est vraiment simple, tout comme l'application est très bien conçue.

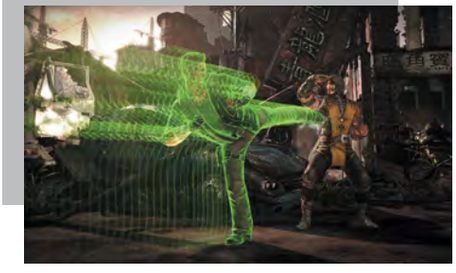
CARACTÉRISTIQUES

Clef USB, 16 Go, connecteur Lightening, compatible iPhone 5 et 6, iPad mini, Air et à partir du 2, alimentation batterie, application iOS, 64,1 x 36,7 x 11,8 mm

- **CATÉGORIE** Milieu de gamme
- **CONTACT Sandisk : www.sandisk.fr**
- **PRIX** 49€

visuel non définitif

visuel non définitif



PS3 PS4 PC DVD-ROM 18

Mortal Kombat X

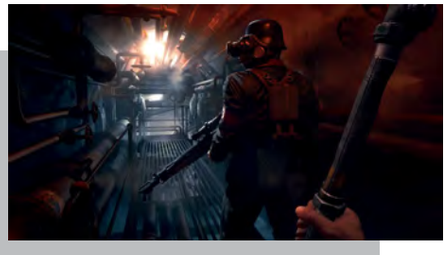
Combat

Disponible

Après un excellent opus en 2010 qui revenait aux fondamentaux de cette série de jeux de combat gores et décomplexés, le studio NetherRealm signe le premier volet de Mortal Kombat à paraître sur la nouvelle génération de consoles. Tout en profitant du surcroit de puissance côté réalisation, le jeu avance son lot de nouveautés comme par exemple trois versions de chaque combattant pour varier les plaisirs. Côté casting, le titre embarque aussi bien des figures connues de la série que des nouveaux venus. Les versions PS3 et Xbox 360 sont prévues ultérieurement.

- PLAN MARKETING Warner Bros annonce un plan média de plus de 2,5 millions d'euros. Le jeu va être soutenu via une campagne en cinéma (suivi du film Fast & Furious), en presse, de l'affichage, un dispositif online (sites spécialisés, médias sociaux, plates-formes vidéo...). Du sponsoring est prévu en TV et radio. L'éditeur prévoit également d'importants dispositifs pour soutenir notamment les éditions collector du jeu.
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR NetherRealm Studios
- EDITEUR Warner Bros
- DISTRIBUTEUR Warner Bros
- NOMBRE DE JOUEURS 1 à 2
- JEU EN LIGNE Oui
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

70€ environ (consoles)



PC DVD-ROM PS4 18

The Witcher 3 Wild Hunt

Rôle/aventure

Le 19 mai

La série de jeux de rôle The Witcher suit les aventures de Geralt de Riv, un « sorceleur », cette caste de guerriers mutants entraînés dès le plus jeune âge à chasser et exterminer les monstres. Au sein d'un monde désormais totalement ouvert comme Skyrim, plus sombre et adulte que jamais, le joueur va devoir affronter une menace implacable (d'où la Traque Sauvage du titre) mais pourra aussi remplir des multitudes de missions secondaires. Les combats sont dynamiques et les choix du joueur ont des conséquences. Jeu au ton adulte, The Witcher 3 sera soutenu par 16 DLC (objets cosmétiques, quête additionnelle…) gratuits.

- MARKETING L'éditeur prévoit un dispositif conséquent, afin de toucher le public élargi de ce troisième volet. Campagne TV de trois semaines (M6, cabsat...), visibilité dans les cinémas (trois semaines à partir de mi-mai, autour du film Mad Max) sont prévus, ainsi qu'un important partenariat avec le site jeuxvid eo.com (opération d'un mois à compter du 10 avril, avec quatre prises de parole successives).
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR CD Projekt RED
- EDITEUR Bandai Namco Entertainment
- DISTRIBUTEUR Bandai Namco Entertainment
- NOMBRE DE JOUEUR 1
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

70€ environ (consoles)

visuel non définitif

3DS 7

Puzzle & Dragons Z + Puzzle & Dragons : Super Mario Bros Edition

Réflexe/rôle

Le 7 mai

A mi-chemin entre jeu de réflexe, jeu de rôle mais aussi jeu de stratégie, la série Puzzle & Dragons est un phénomène au Japon sur smartphones et tablettes. Si les Européens ont déjà pu découvrir cet univers via leur mobile, Nintendo accueille aujourd'hui la saga via sa console portable 3DS. C'est en fait une compilation de deux titres que l'éditeur propose, incluant Puzzle & Dragons Z mais aussi la Super Mario Bros Edition, qui comme son nom l'indique met en scène les personnages et univers maisons bien connus. Un bon moyen pour convertir le plus grand nombre à la série ?

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

NC

PC DVD-ROM PS4 18

Wolfenstein : The Old Blood

Action

Le 5 mai

Après la bonne surprise que fut Wolfenstein The New Order l'année dernière, Bethesda propose une suite « stand alone » (pas besoin du jeu original) nous ramenant quelques années en arrière, alors que les Nazis vont remporter la guerre. Dans le rôle de B.J. Blazkowicz, le joueur va explorer le sinistre château Wolfenstein puis la ville de Wulfburg à la recherche d'anciens artéfacts. Le jeu sort en versions physiques et dématérialisée sur PC, PS4 et dématérialisé uniquement sur Xbox One.

- MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR MachineGames
- EDITEUR Bethesda Softworks
- DISTRIBUTEUR Bethesda Softworks
- NOMBRE DE JOUEUR NC
- JEU EN LIGNE NC
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

20€ environ

State of Decay Year-One Survival Edition

Action
Fin avril

Jeu d'action en (gigantesque) monde ouvert dans lequel le joueur doit survivre dans un univers persistent et dynamique envahi de zombies, State of Decay est apparu sur Xbox 360 mi-2013 puis adapté sur PC. Le titre fait aujourd'hui son arrivée sur Xbox One dans une version affichant des graphismes en 1080p et embarquant les deux DLC parus (Breakdown et LifeLine). Animations et gameplay ont également été optimisés, tandis que de nouveaux personnages jouables, missions, armes et véhicules sont ajoutés à un contenu déjà conséquent.

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Undead Labs
- EDITEUR Microsoft Studios
- DISTRIBUTEUR Microsoft
- NOMBRE DE JOUEURS NC
- JEU EN LIGNE NC
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

29,99€ environ

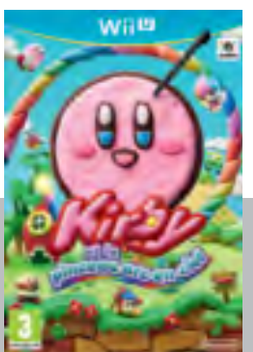
Kirby et le Pinceau Arc-en-ciel

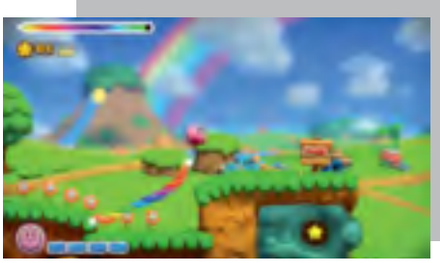
Plate-forme
Le 7 mai

Pour son premier jeu pensé spécifiquement pour la Wii U, le personnage de Kirby profite d'une aventure inédite dans laquelle le joueur va utiliser l'écran tactile du gamepad pour tracer au stylet des cordes arc-en-ciel, permettant de guider le vorace héros rose à travers les niveaux. Dessiner des cercles et Kirby tourne en rond puis accélère, tandis que le toucher lui fait faire une pointe de vitesse. Trois autres joueurs peuvent également intervenir dans le jeu via des wiimotes. Les figurines Amiibo sont compatibles et permettent de débloquer des pouvoirs bonus.

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

40€ environ





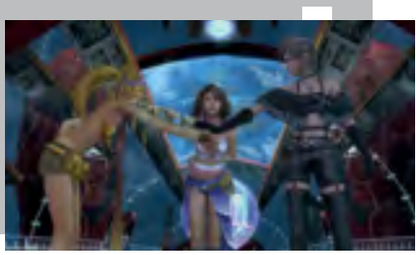
Final Fantasy X/X-2 HD Remaster

Jeu de rôle
Le 15 mai

Sortis sur PlayStation 2 en 2002 et 2004, les deux volets de Final Fantasy X avaient profité l'année dernière d'une réddition sur PS3 et PS Vita l'année dernière. C'est aujourd'hui au tour de la PlayStation 4 de recevoir cette compilation qui regroupe les deux titres en versions complètes avec Final Fantasy X version internationale, le clip Eternal Calm, Final Fantasy X-2 version internationale, Last Mission ainsi que divers bonus. Graphismes améliorés mais aussi possibilité de choisir entre musique originale ou réarrangée sont au programme. Compatibilité cross-save avec les versions PS3 et Vita annoncée.

- PLAN MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Square Enix
- EDITEUR Square Enix
- DISTRIBUTEUR Koch Media France
- NOMBRE DE JOUEUR 1
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

50€ environ



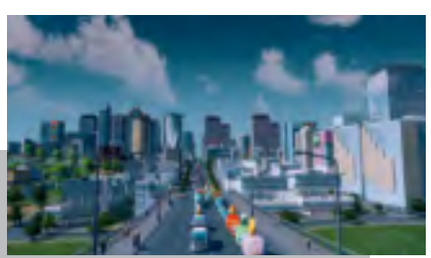
Cities : Skylines

Gestion/stratégie
Disponible

Initialement sorti en le 10 mars en téléchargement, Cities : Skylines s'offre une version boite enrichie de quelques bonus (cinq objets supplémentaires). La simulation de gestion urbaine de Colossal Order et éditée par les Suédois de Paradox Interactive propose au joueur de créer ses villes, les développer et les façonner comme bon lui semble. Un peu plus d'un mois après sa sortie, le titre avait déjà franchi le million d'exemplaires vendus. Il existe aussi une édition « deluxe » enrichie de cinq bâtiments historiques, la bande originale du jeu et un art book digital.

- MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Colossal Order
- EDITEUR Paradox Interactive
- DISTRIBUTEUR Koch Media
- NOMBRE DE JOUEUR NC
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

29€ environ



Immersion en Couleurs

Disponible pour **smartphones** et **appareils mobiles** dès

JUIN 2015

Fonction Surround avec technologie AM3D

Sans Fil

Swarm™

Casque stéréo mobile

Bluetooth® iOS

Compatible avec la **nouvelle génération** de consoles de jeu

trittonaudio.com

©2015 Mad Catz, Inc. TRITTON, Swarm, GameSmart et les logos TRITTON et Mad Catz sont des marques de commerce ou des marques déposées de Mad Catz Interactive, Inc., de ses filiales et sociétés affiliées. La forme et le design de ce produit sont caractéristiques de la marque Mad Catz Interactive, Inc., de ses filiales et sociétés affiliées. Toutes les autres marques ou marques déposées sont la propriété de leurs propriétaires respectifs. L'aspect, les fonctionnalités et les spécifications du produit peuvent changer sans préavis.

TRITTON® THE UNFAIR ADVANTAGE™