

Spécial MedPi 2015

# JD Li

Le Journal Des Loisirs Interactifs  
[www.jdli.com](http://www.jdli.com)

N°290 / 26 mai 2015



Votre santé  
connectée et bien +

**bewell**<sup>®</sup>  
connect

# Prévenir, c'est guérir.

**MEDPI  
DIAGHILEV  
STAND  
U08**



© 05/2015. Visiomed Group. Dispositifs médicaux certifiés CE0197 classe IIa.

By Visiomed



## UNE GAMME UNIQUE D'OBJETS DE SANTÉ CONNECTÉS

BewellConnect® est une gamme innovante d'objets de santé connectés intelligents, dotés des dernières technologies. Ils permettent la collecte et le transfert instantané de vos données de santé, garantissant une analyse fiable et précise de vos résultats.

Plus d'informations sur : [www.bewell-connect.com](http://www.bewell-connect.com)

# Savoir, c'est agir.



Tous les objets de santé connectés sont reliés à l'application BewellConnect®: la 1<sup>ère</sup> plateforme d'interprétation médicale. Elle assure un suivi des mesures et un accompagnement personnalisé 24h/24. Analysées et interprétées conformément aux règles édictées par l'OMS, les données de santé sont protégées et hébergées en France sur des serveurs sécurisés. En cas d'anomalie, la plateforme peut également les transmettre en un temps record à un professionnel de santé.

**bewell**<sup>®</sup>  
**connect**

Votre santé connectée et bien +

# SOMMAIRE



## LES OBJETS CONNECTÉS

- 6** Focus
- 14** Montre connectée
- 18** Santé & bien-être
- 22** Sport
- 26** Maison intelligente
- 32** Interviews

## LES APPAREILS MOBILES

- 36** Focus
- 44** Smartphone
- 50** Interviews
- 54** Tablette
- 60** Ordinateur portable
- 66** Interviews
- 70** Accessoire



## L'IMAGE ET LE SON

- 78** Focus
- 86** Téléviseur
- 92** Interviews
- 96** Audio-vidéo
- 102** Audio salon
- 108** Audio nomade
- 114** Interviews

SOMMAIRE

UNE INNOVATION  
DE LA MARQUE FRANÇAISE

L'ULTRASLIM PRESTIGE PAR

**THOMSON**

Computing

11 SEMAINES  
EN PUB TV 



LE NOTEBOOK 14" LE PLUS FIN AU MONDE



UNE CAMPAGNE PROMO QUI APPUIERA LE LANCEMENT DU PRESTIGE ULTRASLIM EN TV



10 Millions de téléspectateurs  
par jours

MAI

**PUBLI-TEST**  
Sur 1 semaine

JUIN

**PUBLI-TEST**  
Sur 1 semaine

**SPOTS 20" PC**  
Sur 2 semaines

SEPTEMBRE

**SPOTS 20"**  
rotation  
entre les 3 versions

Sur 4 semaines

OCTOBRE

**SPOTS 20"**  
rotation  
entre les 3 versions

Sur 3 semaines



3 Millions de téléspectateurs  
par mois

340 PRESENCES AU GLOBAL

Ensemble 25/49 ans

66,3 GRP  
13 170 432 contacts



CSP+I

66,7 GRP  
8 775 637 contacts

Pour toutes demandes contactez-nous [contact@thomsoncomputing.eu](mailto:contact@thomsoncomputing.eu)

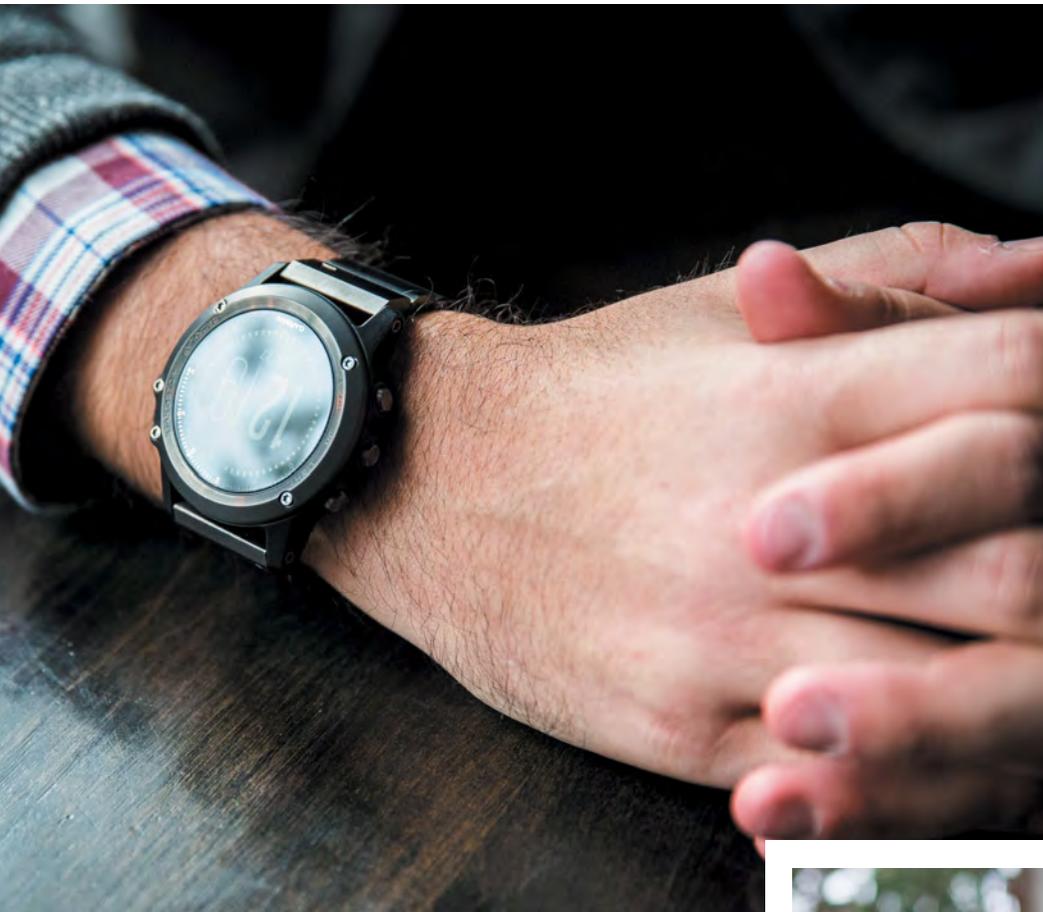
# LES OBJETS

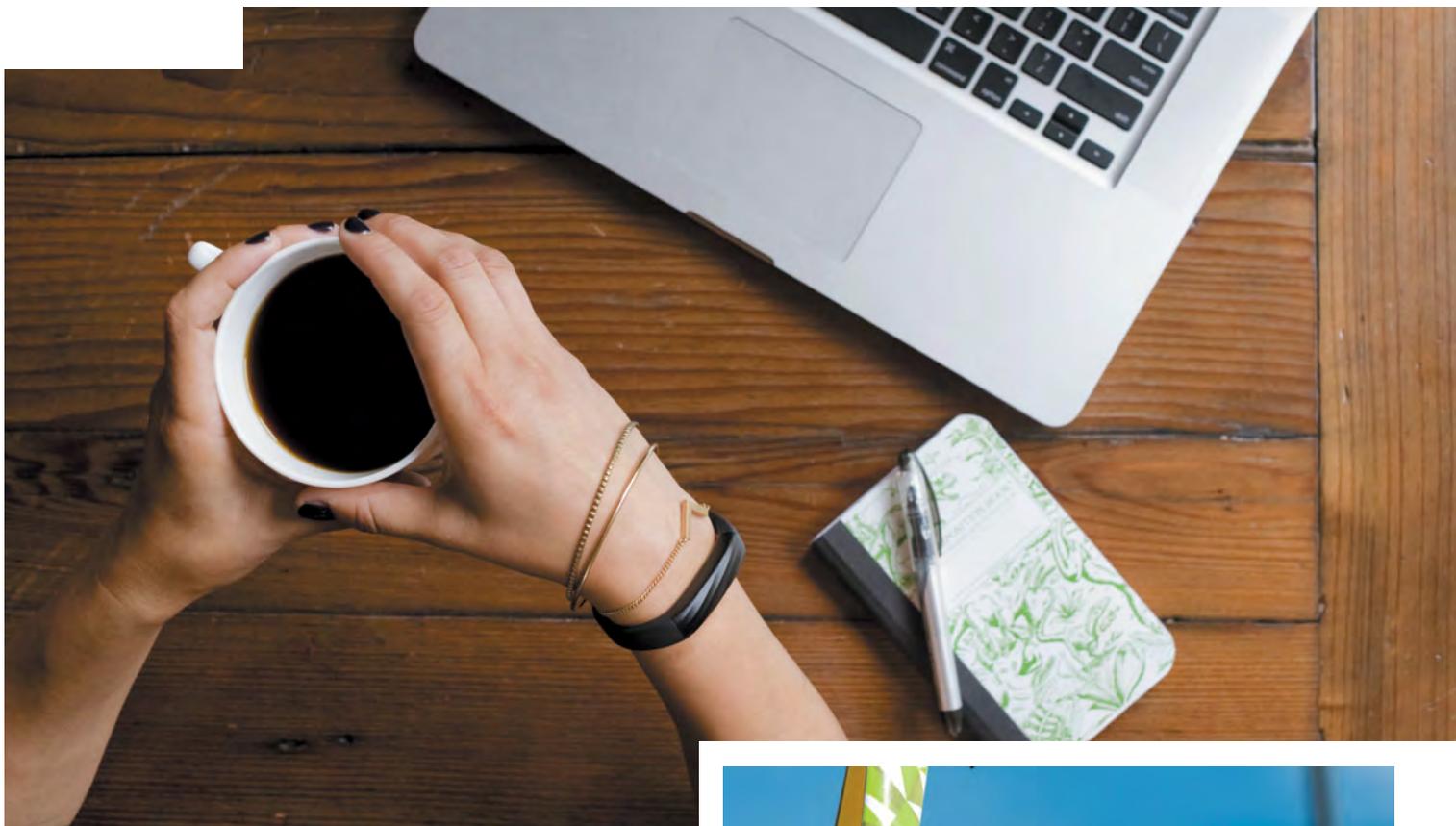
## Année 1

Que l'objet connecté soit la planche de salut d'une industrie des biens technologiques en mal d'innovation et de débouchés, personne n'en doute. En attendant cet avenir glorieux, il s'agit déjà d'organiser le marché et surtout la vente. Si l'objet connecté abolit les frontières et rend potentiellement toute activité technologique, il transgresse aussi les frontières entre les différentes formes de distribution, en faisant notamment entrer dans la danse les magasins de bricolage, de sport, les pharmacies, les jardineries... Si l'objet connecté s'adresse à tous, celui-ci demande aussi de fournir à cette clientèle très diverse suffisamment de repères et d'explications pour qu'elle comprenne de quoi il s'agit. Plus que jamais, le rayon doit être un lieu d'expérience et de découverte qui reflète l'objet connecté en étant lui-même innovant et avant-gardiste. Cet enjeu est une opportunité incroyable pour se renouveler et créer de la valeur mais c'est aussi un risque considérable pour les fabricants si ces nouveaux produits ne sont pas vendus au bon endroit et ni mis en scène convenablement. C'est d'autant plus problématique que pour l'heure, les ventes demeurent plutôt confidentielles alors qu'il est nécessaire d'investir lourdement dans le rayon. De plus, les usages sont loin d'être aussi clairs et définis qu'ils devraient l'être avec un consommateur certes curieux mais pas forcément demandeur spontanément. La santé, le bien-être et la maison sont des domaines qui peuvent sembler évidents pour l'objet connecté mais une fois dans le détail, est-ce qu'un consommateur lambda meurt d'impatience pour pouvoir acquérir une ampoule qui change de couleur par le smartphone, un tensiomètre à lecture déportée ou un bracelet qui compte ses pas ? Probablement pas ! L'objet connecté est un marché en phase de construction qui cherche ses repères, les usages évidents et la manière de vendre. Il fera l'avenir du Hi-Tech, c'est sûr mais aujourd'hui, il s'agit déjà de prendre les bonnes places en prenant les bonnes décisions.



# CONNECTÉS





**A**vec 90 000 montres connectées sur un marché de 13 millions pour un chiffre d'affaires de 26 millions d'euros à comparer aux 5,4 milliards d'euros du smartphone, 2014 n'a même pas été l'année un que l'on espérait alors que les modèles en vente étaient nombreux ! Ces quelques chiffres concernant la montre illustrent parfaitement la problématique actuelle de l'objet connecté au sens large. A défaut d'usages évidents, le consommateur demeure perplexe, surtout celui qui n'est pas un technophile averti. Quand l'usage est là, encore faut-il le démontrer car comme il est nouveau, le consommateur ne le connaît pas. Le plus souvent, seule la démonstration peut expliquer, une communication classique ne servira à rien. Ensuite, ces usages nécessitent d'être associés à des activités, un client ne viendra pas spontanément au rayon objets connectés pour voir ce qu'il pourrait bien y acheter. Le fait de toucher tous les domaines d'activité est sans doute une grande chance pour l'avenir mais pour l'heure, il est difficile de vendre ensemble une alarme, un collier pour chien, un arrosoir intelligent et un thermomètre connecté. De plus, la diversité des objets n'aide pas non plus. Entre les gadgets, les appareils du quotidien, les accessoires de mode, les appareils pour se faire du bien et ainsi de suite, difficile de faire le tri et d'organiser. La première tâche de l'industrie et de la distribution sera donc de créer des catégories clairement identifiées, de les vendre au bon rayon, de démontrer au client et surtout de lui proposer un assortiment clair et compréhensible pour qu'il puisse faire son choix.

#### QUOI, À QUI ET OÙ ?

Si la montre connectée cherche encore son chemin, elle a au moins le bon goût d'être un objet relativement identifiable. La montre qui mesure la fréquence cardiaque, faut-il la vendre au rayon montre, smartphone, santé ou sport ? C'est un autre problème de l'objet connecté que d'abolir au sein même d'un seul appareil les frontières auxquelles nous étions habitués. La seule solution est donc d'aborder la répartition par les usages, comme toujours. Cela implique aussi qu'en fonction de la typologie du magasin, un même objet se vendra à plusieurs endroits. Les enseignes qui ne sont pas capables de raisonner ainsi peuvent tout de suite s'exclure du marché de l'objet connecté. Pour réduire un peu le champ d'action, quelques grandes familles se dessinent. La santé, le bien-être, le sport et la maison intelligente semblent être les catégories qui regroupent l'essentiel des objets connectés en permettant de les répertorier. De plus, dans chacune de ces catégories, il y a des usages évidents. Cette segmentation permet déjà de cerner les types de distribution concernés. Si les hyper et les multi-spécialistes sont



# UP<sup>TM</sup>

by JAWBONE<sup>®</sup>

## L'AMÉLIORATION COMMENCE ICI.

UP<sup>®</sup> est un système révolutionnaire qui t'accompagne pas à pas pour améliorer ton mode de vie et ta forme.



**UP** OBTENEZ  
L'APPLICATION

VENEZ EN DÉCOUVRIR PLUS SUR  
NOTRE STAND AU MEDPI DIAGHILEV L11.



évidemment toujours de la partie, la distribution traditionnelle de ces segments est concernée aussi. Ainsi, tout ce qui touche à la santé concerne aussi et surtout la pharmacie, comme la para-pharmacie. Le sport implique évidemment les enseignes idoines. La maison intelligente s'adresse aux enseignes de bricolage, voire de jardinage. Mais ces frontières ne sont pas rigides. Ainsi, le bien-être est par exemple légitime en pharmacie et en sport. De cette multitude protéiforme se dégage surtout une conclusion. Chaque fabricant devra élargir son réseau de distribution et se faire référencer partout où ses objets le conduisent naturellement. De leur côté, les enseignes de ces catégories non technologiques, a priori, doivent accueillir les fabricants d'objets connectés, sous peine de voir passer le train. Dans un premier temps, le multi spécialiste est vraisemblablement l'endroit le plus indiqué pour démocratiser et démontrer. Enfin, les hypers ont un rôle particulièrement crucial à jouer car ils vendent tout à tout le monde et sont donc en première ligne pour fédérer et massifier.

#### LE RAYON SERA LA CLEF

Le rayon va être un enjeu primordial pour l'objet connecté et ce qui se pratique aujourd'hui n'est guère rassurant. Si les enseignes qui vendent de la technologie commencent à prendre la mesure de l'enjeu, les premiers rayons reflètent parfaitement la problématique actuelle en étant un joyeux mélange où la cafetière connectée fait linéaire commun avec le tensiomètre et le thermostat. Faut-il créer un espace dédié aux objets connectés ? Probablement pas car comme déjà évoqué, rares seront les clients à venir chercher un objet connecté. Là où un rayon de la catégorie concernée existe, il est évident qu'il faille y ajouter la version connectée. C'est vrai pour les activités sportives, de fitness, de bien-être, de santé et de maison. Cela n'empêche pas de créer un espace mais au moins faut-il qu'il soit structuré selon ces catégories. Il est vrai que chez un multi spécialiste qui ne dispose pas d'un rayon santé ou bien-être, regrouper les objets connectés fait sens, à condition de segmenter. Un autre point essentiel sera de refuser catégoriquement l'exhaustivité. Si on multiplie des références similaires en misant sur le bas prix alors que la catégorie n'est même pas encore comprise par le consommateur, non seulement on se coupe l'herbe sous le pied mais on va complètement désorienter le client qui n'y reviendra sans doute pas avant un moment. Ainsi, les bracelets d'activité prennent déjà ce chemin. Alors que même l'usage et le besoin ne sont pas encore clairement définis, il y a déjà des rayons qui alignent des dizaines de références en démarrant à 19 euros sans autre explication. Sur ces marchés, il faut encadrer le consommateur, le rassurer, l'aider et au contraire choisir pour lui.

## L'info

**En 2014 et en France se sont vendues plus de montres GPS pour le sport que de montres connectées.**



# 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 préféreront certainement la montre GPS **vívocomplete** 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**® | **vívocomplete**™

\* Rejoignez le mouvement

©2015 Garmin Ltd. ou ses filiales.



## L'info

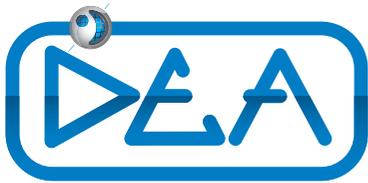
**Avec un cambriolage toutes les 90 secondes en France, la maison intelligente est surtout celle qui se garde toute seule pour une majorité de consommateurs.**

### ASSISTANCE OBLIGATOIRE

Peu importe comment le client y arrive mais au final, il doit se retrouver devant un rayon qui vend les objets connectés du domaine de ce qu'il est venu acheter. Les achats spontanés, ce sera au rayon gadgets. La première chose qui doit l'interpeller sera l'usage évident et le bénéfice apporté par la connexion. Cela ne peut pas se faire en se contentant de placer l'objet en rayon. Au minimum cela exige un présentoir qui explique en images l'utilité. Prenons l'exemple du casque de sport avec cardio intégré. Il faudra au moins le voir placé dans l'oreille. La seconde étape vers une meilleure mise en scène sera d'avoir recours à la vidéo. Intégrer un écran de tablette dans le présentoir avec une vidéo de 30 secondes vaut largement tous les écrits. Voir l'utilisateur courir avec le casque en entendant la fréquence cardiaque permet de comprendre immédiatement. Le mieux sera évidemment de faire expérimenter mais ce n'est que rarement possible car le client doit télécharger une application et pouvoir disposer de l'appareil. Dans notre exemple, le casque intra pose des problèmes d'hygiène. A défaut, la démonstration active fera l'affaire mais implique tout de même un appareil et un smartphone en libre toucher. Tout cela demande de l'investissement mais c'est le prix à payer pour démocratiser l'objet connecté et surtout c'est aussi une chance inouïe pour le magasin physique de justifier son existence à l'avenir. ■

### LA VENTE

L'objet connecté oblige à redéfinir la manière de vendre un appareil technologique. Par définition, l'objet connecté transgresse les règles et les frontières pour des usages le plus souvent associés à la vie quotidienne. Non seulement, il s'agit d'expliquer un nouvel usage mais en plus il faut adresser des consommateurs très divers dont beaucoup n'ont que de vagues notions technologiques. A ce stade de leur implantation, les objets connectés obligent donc à faire des choix radicaux en rayon. Et cela commence par le référencement qui doit être fait en adéquation avec la typologie de clientèle du magasin. Ce qui est retenu doit pouvoir être compris par le client. Plutôt que de viser l'exhaustivité, il s'agit de proposer un choix restreint avec des produits qui se différencient aisément par l'usage que l'on en fait. Le magasin est force de proposition et ne doit surtout pas décevoir l'utilisateur qui ne sait pas ce qu'il veut. Pour le magasin, cela replace aussi le vendeur au cœur du dispositif. Non seulement, il doit être formé et maîtriser l'usage de ce qu'il vend mais surtout il doit être présent pour un consommateur forcément perdu. Le site Internet pourra pallier l'absence humaine par des vidéos. Regroupées par usages et besoins, les objets connectés devront afficher leur utilisation et leur utilité au premier coup d'œil. Signalétique simple et claire, vidéos, mise en scène : tout ce qui pourra y contribuer sera la bienvenue. C'est bien évidemment l'utilisation du produit qui sera privilégiée quand c'est possible et à défaut, il faudra au moins le montrer en fonction.



Des accessoires connectés indispensables,  
pour tous les usages !



Venez découvrir nos produits au MEDPI - Stand D38 Hall Ravel  
ou sur [www.dea-factory.com](http://www.dea-factory.com)

## MONTRE CONNECTÉE

**L**a montre connectée est la parfaite illustration de toutes les difficultés qui freinent l'adoption de l'objet connecté. Pas d'usage évident, une ergonomie critiquable, de la copie plutôt que de l'innovation, la liste est longue... C'est donc aussi un sujet particulièrement intéressant. Avec 190 000 unités vendues en 2014, on ne peut pas dire que le consommateur ait été convaincu et ce n'est pas faute d'une offre car il y en avait déjà des dizaines en rayon. Premier problème, l'usage. Une immense majorité de Français portent une montre au poignet. Il s'agit donc de la remplacer. Ce postulat de départ pourtant évident ne semble absolument pas avoir été pris en considération par les constructeurs, sinon pourquoi proposeraient-ils des montres à recharger tous les jours et qui ne donnent l'heure que si l'on appuie sur un bouton ? Pour accepter une telle régression ergonomique, il faudrait vraiment que le bénéfice de la connexion soit immense. Or il ne l'était pas jusqu'à très récemment. Après avoir éliminé les gadgets comme parler à sa montre, en faire un téléphone, y intégrer des jeux, piloter le lecteur musical et autres, il ne reste de sensé que les notifications du smartphone. Etre prévenu d'un appel avec le nom de l'appelant, lire un SMS, un mail ou un post Facebook, c'est un vrai bénéfice mais insuffisant pour déclencher une envie irrésistible. C'est par les spécialistes du sport et du bien-être que l'usage est désormais en vue. Le poignet est un endroit stratégique car il permet de recueillir nombre d'informations concernant le corps humain. Fréquence cardiaque, température de la peau, mouvements : ce ne sont que les mesures les plus évidentes et d'autres suivront à n'en pas douter. Faire de la montre un outil pour le bien-être, la santé, le fitness et le sport est donc une évidence. Déjà, elle peut faire office de bracelet d'activité car on ne va pas multiplier les objets au poignet. Un traqueur seul, qui ne fait que monitorer les pas et le sommeil ne se justifie pas, mais l'intégrer dans une montre, c'est déjà mieux. Et pour le sportif du dimanche, pas la peine non plus d'investir dans une montre de sport dédiée. On ajoute dans la montre connectée un GPS et un cardio pour suivre efficacement le jogging, la balade en vélo et les longueurs de bassin. L'usage est vraiment évident car s'en tenir à une plage cardiaque permet de se faire du bien en évitant de se faire du mal. De plus, on pourra mesurer les progrès et établir un programme de forme par l'application. Autre usage qui semble évident dans un avenir proche, piloter la maison connectée par la montre. Bonne nouvelle sinon, il est désormais possible de produire une montre petite, légère et esthétique qui intègre tout cela. Mieux encore, un écran couleur transreflectif allumé en permanence autorise une autonomie de plusieurs semaines. S'il y a sûrement encore d'autres usages évidents à trouver, au moins une voie possible est tracée. Une montre connectée doit être belle, afficher l'heure en permanence et intégrer les fonctions de bien-être, de sport et de santé. Une autre approche est possible, elle est plus horlogère et d'ailleurs suivie par les fabricants idoines comme Casio et Breitling. Il s'agit d'utiliser la connexion et le smartphone pour servir la montre, par exemple en la mettant à l'heure, en permettant de régler l'alarme ou les fuseaux horaires. ■

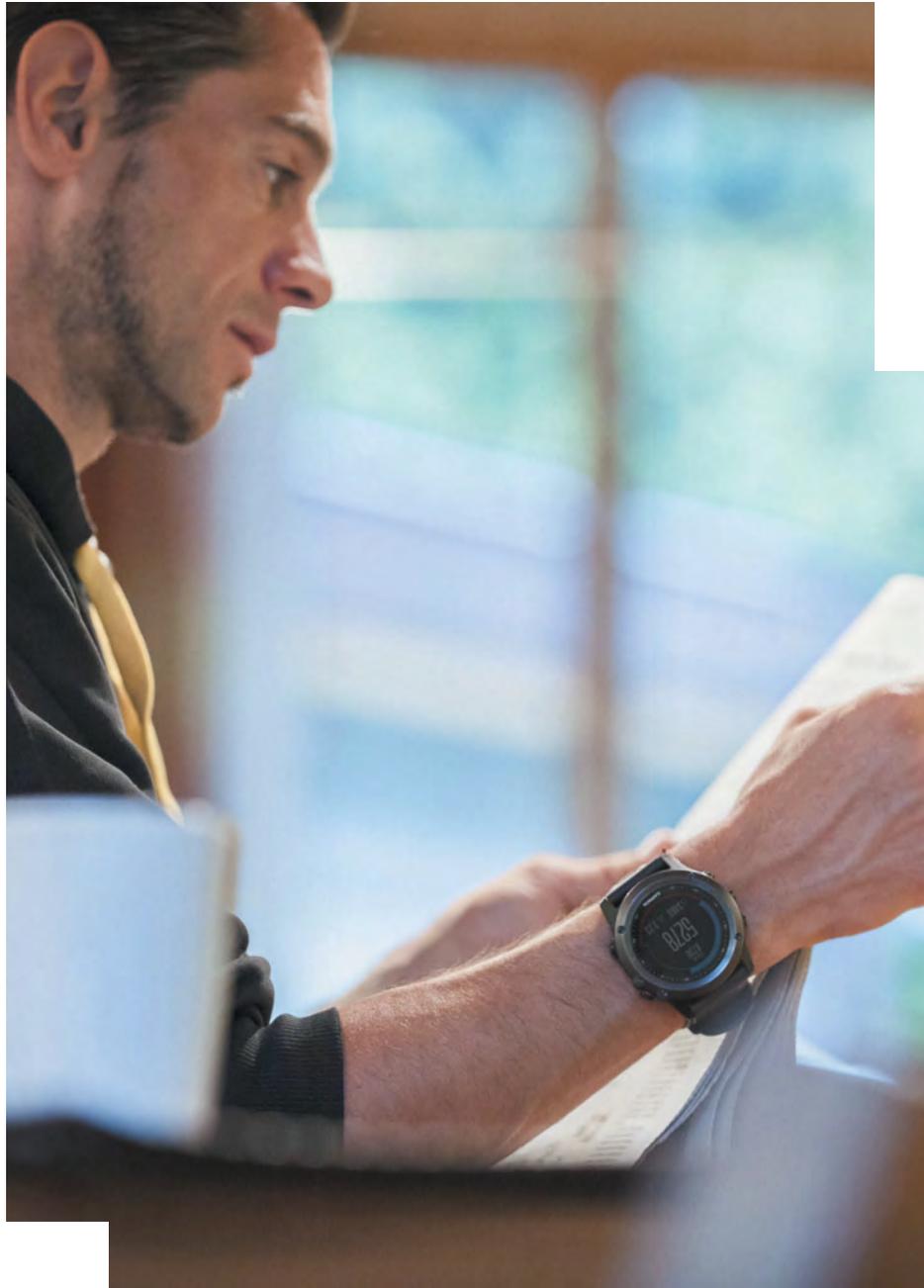




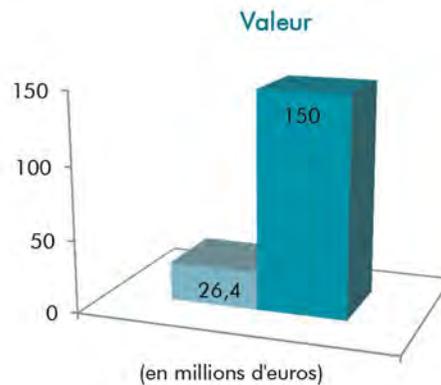
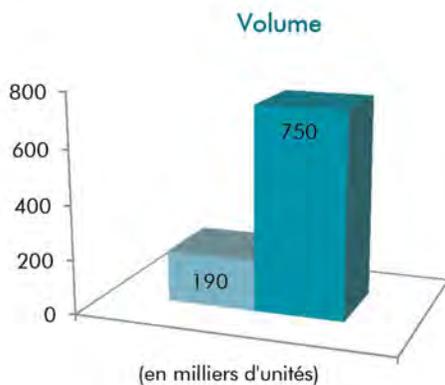
## Casio Edifice EQB-500 L'approche horlogère

■ C'est déjà une belle montre à aiguilles. Entièrement réalisée en acier, elle pèse son poids avec 190 grammes. 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. Cette Casio 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 pas pratique sur une montre à aiguilles. Par le smartphone, on 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 si on ne sait plus où on l'a mis 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.

299 €



## La montre connectée





## Withings Pop Les aiguilles de l'activité

■ Withings a également choisi une approche originale. C'est une petite montre à aiguille qui donne dans la fantaisie avec des couleurs vives, non sans rappeler une certaine montre suisse. Elle fonctionne d'ailleurs à quartz et à piles avec une autonomie de huit mois. Elle intègre un traqueur d'activité qui mesure les pas et le sommeil. Sur la montre, un second cadran permet de suivre l'avancement des travaux pour atteindre l'objectif de la journée. Si elle passe automatiquement en mode nuit, elle détecte aussi quand on se met à courir ou à nager pour permettre de suivre l'activité mais de manière nettement plus simple que chez Fitbit et Garmin. Comme de toute manière, suivre l'activité se fait mieux sur l'application du smartphone, l'idée d'une montre simple à aiguilles qui fasse office de bracelet semble plutôt être une bonne idée. Du coup, on peut envisager une montre de type Casio qui intègre de nombreux capteurs dont les résultats seraient à suivre dans l'application. Reste un aspect montre bon marché peu en relation avec le prix.

149 €

## Garmin Vivoactive Et plus si affinité

■ 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 en 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-fréquence-mètre, 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. De nombreux cadrans de montre et applications sont disponibles en téléchargement gratuit. La même en plus jolie et en métal, on crie au génie !

249 €



## Asus Zenwatch Jolie mais limitée

■ Contrairement à nombre de fabricants, Asus a apporté un soin particulier au design de sa montre. Carrée et construite entièrement en métal, elle est particulièrement fine tout en restant solide. Il demeure cependant quelques imperfections comme l'écran qui n'est pas parfaitement centré. Autre souci, le design est très masculin et ne conviendra donc pas à la gente féminine. L'écran couleur produit une image de qualité et surtout offre une luminosité suffisante pour être lisible au soleil. Pour les fonctions, on reste sur les classiques d'Android Wear avec toutefois l'ajout d'un cardio-fréquence-mètre. Malheureusement, ce dernier est compliqué à utiliser, ne fonctionne qu'à la demande et donne des résultats fantaisistes. Reste que la Zenwatch nécessite d'appuyer sur un bouton ou de secouer le poignet pour lire l'heure et surtout son autonomie se limite à une journée. Ces deux aspects semblent rédhitoires par rapport au maigre bénéfice des seules notifications.

229 €

OBJETS CONNECTÉS

Maintenant,  
vos ampoules se mettent à la musique



## AwoX StriimLIGHT™ Color

Jouez votre musique depuis votre smartphone ou tablette sur vos ampoules.

La StriimLIGHT™ Color est une enceinte Bluetooth ou WiFi de 13 Watt intégrée dans une ampoule multi couleur LED.

Installez-la sur une lampe standard et écoutez directement & sans fil votre musique tout en diffusant une lumière d'ambiance colorée.

[www.awox.com](http://www.awox.com)

*Plus que de la lumière !*



**SÉCURISER**  
CamLIGHT™



**COLORER**  
SmartLIGHT™



**ÉCOUTER**  
StriimLIGHT™



**PARFUMER**  
AromaLIGHT™



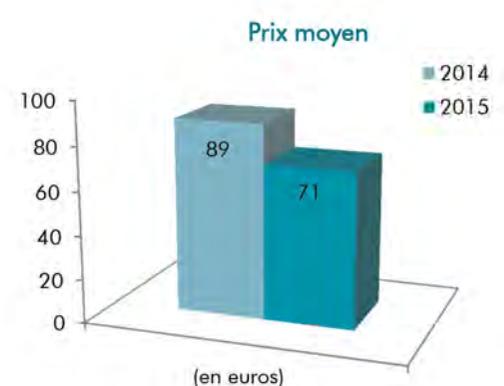
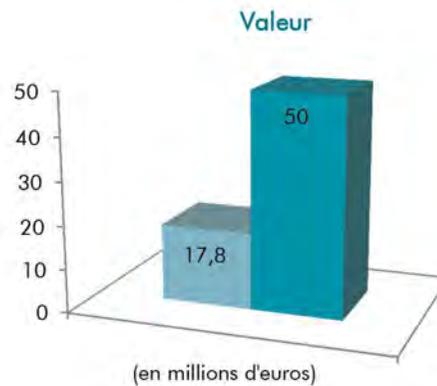
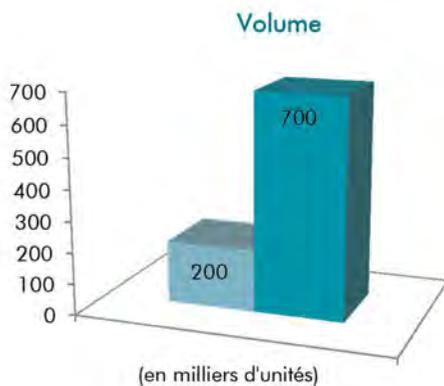


## SANTÉ & BIEN-ÊTRE

**L**a santé et le bien-être se confondent par moment mais constituent tous les deux des secteurs extrêmement prometteurs pour les objets connectés. La distinction est d'ailleurs assez simple. La santé va a priori ne concerner que des populations à risque et/ou malades, moins les jeunes et ceux en bonne santé. Le bien-être touche en revanche une partie croissante de la population, pour ne pas dire tout le monde car le concept est à la mode, connexion ou pas. Pour schématiser, on peut dire que la connexion apporte un suivi ce qui en termes de santé et de bien-être constitue un usage évident, voire essentiel. En revanche, les approches pour l'objet connecté sont multiples. Il y a déjà la remise en forme par l'activité, l'usage traditionnel du bracelet dédié. S'y ajoute la surveillance du sommeil ce qui est déjà plus médical. Le problème du traqueur réside dans la motivation. Une fois le message assimilé, porter un bracelet devient vite lassant, à moins d'être Américain et de faire des bonds de joie quand l'application discerne le badge de bronze pour objectif atteint... Pas besoin de bracelet pour comprendre qu'il faut marcher une heure et se coucher plus tôt. D'ailleurs avec un marché à 200 000 pièces en 2014 et un prix moyen qui s'effondre déjà, le consommateur ne s'y est pas trompé. A partir de là, il y a deux options : l'intégrer dans d'autres appareils

comme une montre ou le rendre plus sophistiqué. Pour autant, il ne s'agit pas de multiplier les capteurs sans interprétation. Typiquement, connaître la fréquence cardiaque tout au long de la journée ne sert à rien, à moins d'être cardiaque justement. S'en servir pour comparer à des moments précis et ainsi avoir une idée de l'état de fatigue s'avère déjà plus intéressant, surtout si des conseils individualisés y sont associés. La balance connectée a connu un certain succès à raison car c'est un excellent moyen pour maigrir ou ne pas prendre de poids. Si les taux de graisse et autre IMC sont un peu fumeux, le suivi de la courbe de poids à chaque pesée incite à faire attention. Coupler la balance à un traqueur fait encore plus sens car combiner activité et manger moins demeure la meilleure recette pour mincir sans frustration. A partir de là, on arrive dans le médical avec des appareils connectés qui mesurent la température, la tension, l'oxygénation du sang, la glycémie, etc. Tant que l'on est en bonne santé, il y a peu d'intérêt à suivre l'évolution de ces données. Pour un malade chronique, c'est évidemment très différent. Cependant, un kit de surveillance peut servir au diagnostic en cas de maladie et l'application peut même se muer en médecin virtuel tant que l'on est dans le bénin. ■

### Le bracelet d'activité





# CAMERA CUBE & FRIENDS

[www.polaroid-me.com](http://www.polaroid-me.com)



Be Original. Be Polaroid.™

Retrouvez-nous au Medpi  
Hall Apollinaire stand V09





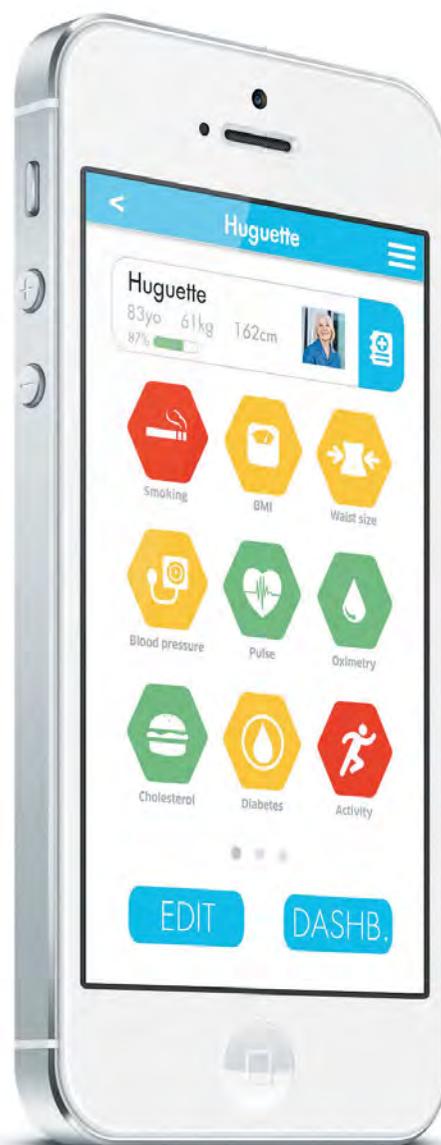
## Bewell Connect MyThermo Sans contact et connecté

■ Ce thermomètre est équipé de la technologie sans contact développée par la société mère Visiomed et qui a fait ses preuves dans le milieu de la santé. Il suffit de porter le thermomètre à la tempe puis d'appuyer sur le bouton pour disposer d'une mesure fiable sur l'écran LCD intégré. Un code couleur renseigne immédiatement sur l'interprétation. En vert tout va bien, en orange il faut surveiller, en rouge il faut agir. Le thermomètre se recharge en USB mais dispose d'une très longue autonomie. Surtout, la mesure est particulièrement juste avec une tolérance d'environ 0,2 degré. Le thermomètre communique avec une application en Bluetooth sous iOS et Android. La mesure apparaît à l'écran du smartphone et il suffit de l'attribuer à une des personnes déclarées. Les statistiques qui en résultent permettent de suivre l'évolution de la maladie, particulièrement utile pour les enfants mais aussi pour transmettre au médecin. L'application vous indique aussi la pharmacie, le médecin ou l'hôpital le plus proche, le cas échéant.

99 €

## Bewell Connect Le médecin virtuel

■ La marque grand public du groupe Visiomed continue à étendre sa gamme d'objets connectés pour la santé avec notamment un tensiomètre sans fil de qualité médicale qui effectue toujours trois mesures et tient compte des cas aberrants. Mais c'est surtout du côté applicatif que Bewell Connect innove avec Check Up désormais intégré à l'app sur iOS et Android. Elle propose un bilan de santé avec une projection sur l'avenir. Il s'agit de remplir un questionnaire simple sur ses données vitales et ses habitudes comme par exemple la consommation de tabac. Ensuite, l'application y ajoute toutes les mesures dont elle dispose par les appareils Bewell en sa possession, comme le tensiomètre, le thermomètre sans contact mais aussi le bracelet d'activité. A partir de là, Check Up livre un bilan et surtout une projection d'avenir avec l'évolution prévisible de la silhouette sur les prochaines années. Ensuite, l'application donne des conseils simples pour améliorer l'hygiène de vie et ainsi réduire les risques de santé, notamment cardiovasculaires, tout comme elle montre la nouvelle silhouette prévue. Deuxième fonction, le diagnostic d'une maladie. L'application pose des questions simples, par exemple en localisant la douleur sur un corps à l'écran et aussi en intégrant des données fournies par les appareils comme la température et la tension. A partir de là, Check Up propose un diagnostic simple et en cas de maladie courante donne des conseils et propose même une médication autorisée sans ordonnance comme par exemple en cas de refroidissement avec fièvre, une prise de Paracétamol et une alerte de trois heures pour suivre l'évolution en reprenant la température pour voir si elle a baissé. Pour les cas plus graves qui nécessitent l'appel d'un médecin à domicile ou même le Samu, l'application prépare une fiche bilan.



## Bracelet d'activité Jawbone Up 3 Traqueur nouvelle génération

Jawbone a décidé d'ajouter un capteur à bio-impédance sur son nouveau bracelet Up 3. Le capteur du bracelet mesure la fréquence cardiaque, la température ambiante et celle de la peau. Il est même capable d'analyser la respiration. Ces informations ne sont pas utilisées pour indiquer ces paramètres de manière ponctuelle ce qui n'a pas grand intérêt mais servent de base à une analyse complète de l'état de santé. Ainsi, le bracelet est en mesure de distinguer avec précision les quatre phases du sommeil, comme il enregistre tous les matins la fréquence cardiaque au réveil, un précieux indicateur de sa santé cardiovasculaire. Tout cela se combine pour une analyse pertinente et un smart coach donne des conseils de vie en fonction. Une évolution plus que réjouissante du traqueur d'activité qui va finir par réellement se justifier pour tous. De plus, le bracelet Up 3 garde une autonomie longue d'une semaine et il est encore plus fin que le précédent.

169 €



## Konix Simple Care Smart Tensio Tension sous surveillance

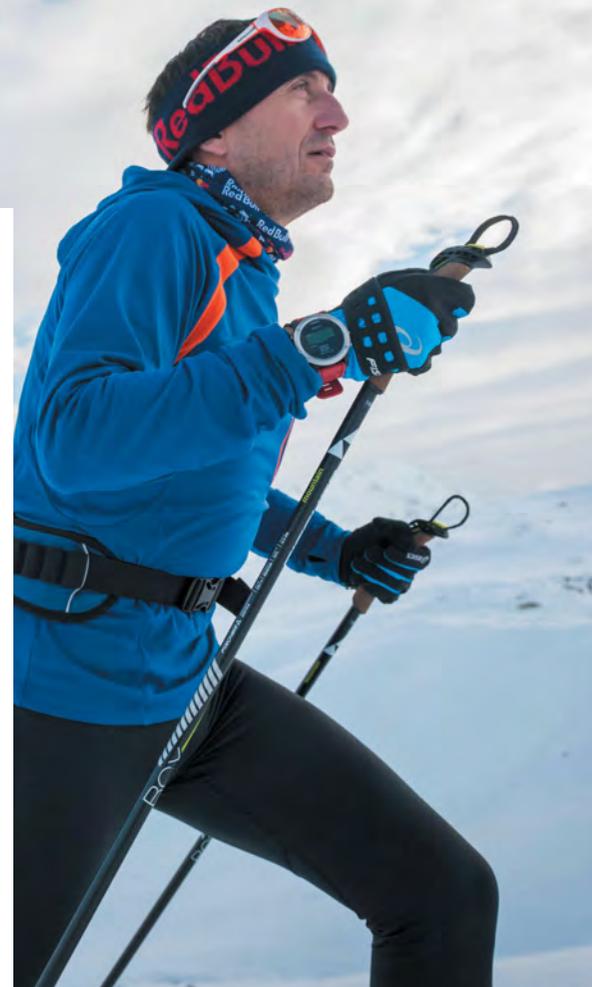
Pour tous ceux qui souffrent d'hypertension ou de problèmes quelconques à ce niveau, un tensiomètre à domicile permet de se surveiller. Plutôt que d'inscrire les mesures à la main dans un carnet, mieux vaut en disposer dans une application sur smartphone consultable à loisir. Simple Care s'est fixé pour mission de proposer des appareils de santé connectés qui sont simples et abordables. Ainsi, le Smart Tensio ne coûte qu'une vingtaine d'euros de plus qu'un tensiomètre standard. Il fait la même chose avec la même précision mais transmet en plus les données sans fil au smartphone. Dans l'application, on dispose alors des statistiques dans la durée, une aide précieuse pour ceux qui doivent surveiller leur tension. L'appareil est simple d'utilisation et il suffit de télécharger l'application, la transmission en Bluetooth est automatique et ne nécessite aucun paramétrage.

69 €

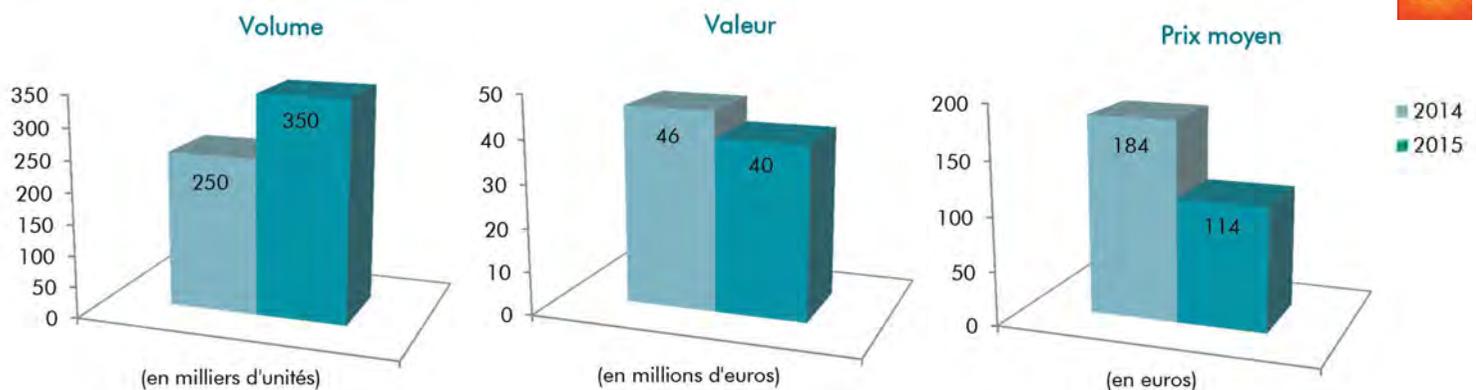


## SPORT

**L**e sport est venu très naturellement à la connexion. Les montres de suivi d'activité existent depuis longtemps et elles se sont logiquement connectées au smartphone dès que ce fut possible. Pour le sport, l'usage est évident. Déjà pendant la pratique, être renseigné sur les différents paramètres comme la fréquence cardiaque, la distance parcourue ou encore l'allure présente un intérêt évident qui permet d'adapter son effort physique à ses possibilités et au type de sport pratiqué. L'ajout d'un GPS est tout aussi utile, déjà pour ne pas se perdre, que ce soit à pied ou en vélo. La connexion permet d'enregistrer l'exercice sur le smartphone puis de comparer les activités pour constater l'évolution et prévoir un plan d'entraînement. L'usage est donc si évident qu'en 2014, il s'est vendu 250 000 montres de sport, soit plus que de montres connectées. Et ce n'est pas fini, tout particulièrement pour la course à pieds qui connaît un engouement sans pareille avec sept millions de pratiquants et un marathon de Paris qui affiche complet des mois avant. La récente intégration du capteur cardiaque dans la montre a permis de se passer d'une ceinture thoracique pour un gain en confort notoire. Les objets connectés pour le sport vont maintenant se spécialiser pour certains et devenir plus universels pour d'autres. Tout comme ils adresseront le sportif de haut niveau et le pratiquant occasionnel. La montre GPS est tout aussi utile pour la randonnée, l'alpinisme, le ski, le vélo, la natation, etc. Jusqu'à maintenant, il n'y avait que des montres spécialisées mais le leader du secteur a sorti un modèle capable de suivre tous ces sports et même de les associer pour le triathlon. D'un autre côté, un sport comme le golf nécessite une montre dédiée. Autre exemple de diversification pour le sportif occasionnel cette fois, il est possible d'intégrer un capteur de fréquence cardiaque à un casque intra-auriculaire. C'est par la voix que le coureur sera informé sur sa fréquence cardiaque. Cela évite d'avoir recours à un appareil dédié alors que le casque pour écouter de la musique pendant le jogging est déjà utilisé par défaut. La prochaine évolution notoire du sport sera d'intégrer les capteurs directement dans les vêtements, à l'image de ce qui se pratique déjà dans les équipes nationales de rugby. Il suffira de porter le maillot ou le cuissard connecté pour suivre sa fréquence cardiaque, sa température corporelle, sa respiration et même ses mouvements pour les analyser. Ce n'est pas de la science-fiction, Asics a déjà annoncé une ligne de vêtements conçus par la société française Citizen Science. Et pour la recharge, l'intégration de panneaux solaires est en cours de développement. ■



## La montre de sport

SMS-Audio Biosport  
La musique et le cœur

■ Développé en partenariat avec Intel, cet intra de sport intègre un capteur de fréquence cardiaque par infrarouge. L'exploit réside dans une miniaturisation extrême et dans une consommation très réduite puisque l'alimentation se fait par la seule prise mini-jack audio du smartphone. La mesure est précise mais pas très réactive. Comme on ne va pas tenir son smartphone à la main, les données sont ingénieusement communiquées au coureur par annonce vocale. SMS Audio n'a pas développé d'application propre et il faut donc utiliser Runkeeper qui est très populaire mais plutôt destiné à la pratique d'entretien. Pour les annonces, il est possible d'en choisir la fréquence et la nature, par exemple la fréquence cardiaque instantanée, la moyenne et la plage actuelle. Le port est confortable et le rendu audio satisfaisant aussi. Le Biosport sera un compagnon idéal pour tous ceux qui font du sport pour s'entretenir et qui veulent se faire du bien.

149 €





# Caméras de vidéosurveillance Wi-Fi®

## Restez connectés partout, tout le temps

Les caméras de la gamme Motorola Home Monitors vous permettent de garder un œil sur tout ce qui compte le plus pour vous. Avec notre système de surveillance et de communication, vous serez à tout moment informé s'il se passe quelque chose chez vous et pourrez garder l'esprit tranquille.



### FOCUS 66

Vision nocturne infrarouge

Affichage de la température ambiante



### FOCUS 85

Commande à distance: rotation, inclinaison et zoom

Vision nocturne infrarouge

Affichage de la température ambiante

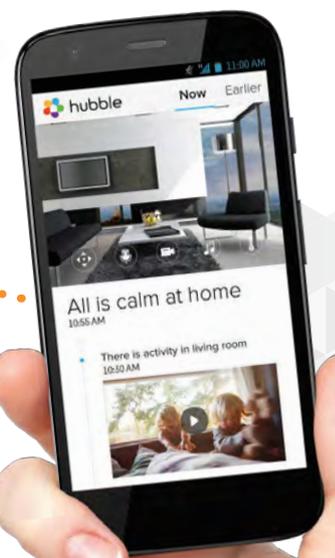


### FOCUS 73

Résistant au vent et à la pluie (IP66)

Commande à distance: rotation, inclinaison et zoom

Vision nocturne infrarouge



Application gratuite:



Surveillance à distance via smartphones, tablettes et ordinateurs compatibles à partir de n'importe où.



Vidéo transmission en direct gratuite



Alertes de température, de détection de mouvements et de niveau sonore gratuite\*  
\*Si supporté par le caméra

Venez visiter notre stand à MEDPI:

# STAND E25 – HALL RAVEL

Des informations complémentaires sont disponibles via [www.binatoneglobal.com](http://www.binatoneglobal.com)

Vous pouvez nous contacter per email: [info.europe@binatoneglobal.co.uk](mailto:info.europe@binatoneglobal.co.uk)

## Garmin Fenix 3 Elle fait tout

■ 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, 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 !

449 €



## TomTom Runner Cardio Intégré

■ TomTom fut le premier constructeur à intégrer un cardio dans une montre GPS pour la course à pied. La mesure est précise et surtout l'ergonomie est très bien pensée. Il suffit de définir une plage cardiaque et la montre vous avertit du dépassement. Ainsi, une cible indique que l'on est dans la bonne plage, une flèche ascendante indique si le rythme est trop rapide et une descendante trop lent. Une vibration accompagne cet affichage. Pour le reste, la montre est autonome, son GPS immédiat, l'ergonomie vraiment bien pensée et l'application smartphone, qui était le point faible, vient d'être refaite.

269 €





MIO



+ DE MOBILITÉ

smanos®



+ DE SÉCURITÉ

VIGILANT



+ DE PRÉCISION

RETROUVEZ-NOUS AU MEDPI  
HALL DIAGHILEV - STAND P22

## MAISON INTELLIGENTE

**C**'est le nouveau nom donné à la domotique et ce changement d'appellation est une bonne idée. Pendant 20 ans, la technologie a tenté d'automatiser la maison mais sans succès, attribuant une connotation d'échec au terme domotique. Tout ce qui manquait à l'époque existe désormais avec la connexion, ce qui fait de la maison un terrain de jeu privilégié. A tel point que les objets connectés pour le foyer partent dans toutes les directions au bonheur la chance, noyant par là-même un consommateur pourtant très intéressé. La question de fond est de savoir s'il faut multiplier des objets pour des usages distincts ou si au contraire il faut envisager un système auquel s'intègrent les différents appareils. Un vaste débat qui pourrait se clore par l'interopérabilité entre appareils de marques différentes, ce que propose Apple avec Home Kit. Il est logique de laisser le volet être géré par un Somfy dont c'est le métier et d'associer la commande à une prise intelligente produite par un spécialiste du Hi-Tech. Les constructeurs sont en train de chercher leur voie comme en témoigne l'extrême diversité dans les approches du système de domotique complet. En France, il semble pourtant assez évident de partir de l'alarme. Le nombre de cambriolages dans notre pays est en constante augmentation et c'est donc une forte motivation pour le consommateur. Construire la solution de domotique autour de l'alarme est une évidence. Les enjeux sont considérables car pour convaincre un large public, il faut que l'installation soit simple, qu'il n'y ait pas d'abonnement et que la gestion se fasse simplement aussi. De tels systèmes sont en train d'arriver sur le marché. La caméra de surveillance doit d'ailleurs s'insérer dans le système d'alarme car seule elle n'a pas grand intérêt. A partir du système d'alarme, il est possible d'étendre vers d'autres fonctions ou de créer des objets indépendants. La liste est longue. Le plus évident est de piloter l'éclairage et les prises de courant à distance et par le smartphone, notamment pour les programmer. Contrôler le chauffage à distance par le smartphone est une fonction toute aussi évidente, par exemple en rentrant de week-end plus tôt que prévu. L'environnement est un autre sujet avec des solutions de qualité d'air et d'économie d'énergie qui se multiplient. L'éclairage est aussi un sujet en tant que tel car l'associer avec d'autres fonctions et le piloter à distance ouvre de nombreuses perspectives. La généralisation du LED va fournir à ce marché un terrain d'expression gigantesque. Encore naissant, ce segment fourmille déjà d'idées avec l'association d'une ampoule à la restitution audio, à la diffusion de parfum, à une caméra de surveillance, un détecteur de fumée, etc. Une fois le salon équipé, il est possible de se pencher sur la cuisine et cela sans obligatoirement passer par le frigo connecté. Le petit-électroménager est la prochaine victime tout désignée de l'objet connecté et sur ce MedPi, il est déjà possible d'admirer la bouilloire connectée. Au-delà de l'aspect gadget, le pilotage à distance est une évidence dans la cuisine mais les usages n'ont pas encore été trouvés. ■

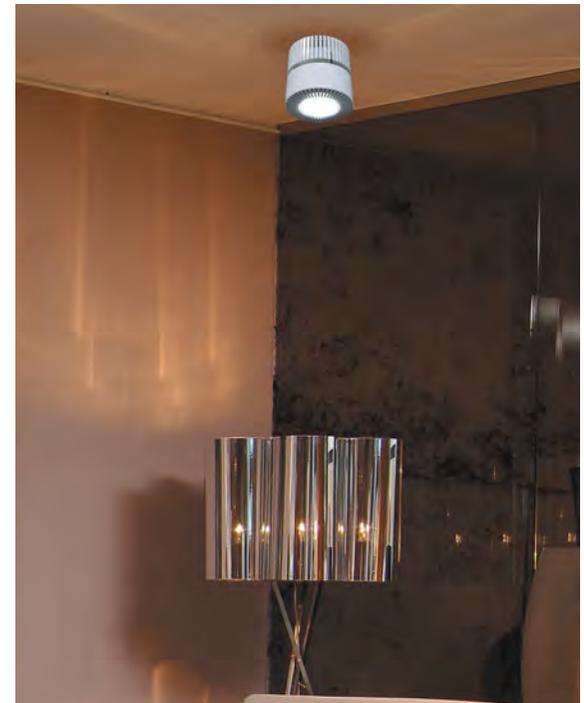




## Tabü Lumen Sphère Boule de lumière

■ La Sphère est la première idée vraiment originale qui concerne la source lumineuse en tant que telle. La Sphère est, comme son nom l'indique une boule en plastique translucide qui renferme une ampoule LED de 2 W et une batterie au lithium-ion. Elle n'est aplatie qu'en dessous pour pouvoir la poser. Une anse en métal permet de la transporter et aussi de l'accrocher n'importe où. La Sphère est étanche et autonome ce qui permet de la placer n'importe où, sur une terrasse, un balcon ou dans un jardin. La batterie lui procure une autonomie de quatre à huit heures en continu suivant la puissance utilisée. Pour recharger la Sphère, il suffit de la poser sur le socle de recharge fourni qui fonctionne par induction. L'usage déjà bien pensé trouve toute sa dimension dans la connexion. Pour cela, il faut télécharger l'application gratuite sur son smartphone (iOS et Android). La communication se fait en Bluetooth LE. Une fois la Sphère en fonction, il suffit de démarrer l'application et elle apparaît immédiatement sans aucun réglage préalable. Un cercle permet de changer les teintes de blanc ou les couleurs selon le mode. Cela permet notamment d'opter pour un éclairage plus ou moins chaud en termes de température. Les changements sont immédiatement répercutés sur la Sphère, c'est très réactif. Bref, une vraie bonne idée.

79 €



## Awox CamLight L'ampoule espion

■ La CamLight associe l'éclairage à une caméra de surveillance. C'est une bonne idée car il est toujours difficile de placer la caméra pour qu'elle puisse surveiller sans entraves visuelles. Il s'agit d'une ampoule LED connectée à culot E27 et en forme de bulbe qui intègre une caméra 360 degrés et motorisée. Il suffit donc de remplacer une lampe de plafond ou murale placée assez haute pour que la caméra puisse couvrir toute la pièce dans laquelle elle est installée. La CamLight enregistre en HD sur carte SD et elle est équipée d'une vision de nuit. Bien entendu, on peut voir ce qui se passe sur le smartphone ou être prévenu suite à une détection de mouvement. Pour éclairer, il faudra en revanche se contenter d'une lumière d'ambiance car la puissance de 7 W correspond à peu près à 40 W en incandescent.

199 €



## MyFox Security L'alarme intelligente

■ MyFox lance un système de sécurité réellement innovant car à la fois peu coûteux, simple à mettre en œuvre et doté de fonctions inédites. Comme sur les autres systèmes, il y a une centrale mais de taille très réduite, une grosse prise électrique en fait qu'il suffit de brancher n'importe où sur le courant. Elle va déjà se connecter au réseau et au Web par le WiFi domestique. Ensuite, elle communique avec les modules et capteurs par fréquence radio. Une sirène autonome de 110 dB ronde et peu encombrante peut facilement se loger n'importe où, par exemple en la posant simplement en hauteur, hors d'atteinte immédiate des cambrioleurs. Le capteur d'intrusion unique se fixe à la porte et aux fenêtres. Il est minuscule et permet la détection avant effraction, déclenchant ainsi l'alarme avant même que le voleur n'ait eu le temps d'entrer. En fait, le capteur enregistre et analyse les vibrations pour déterminer une tentative d'effraction. L'installation est extrêmement simple avec un seul renseignement à fournir ; le mot de passe WiFi. Pour ajouter un module, la détection est automatique et il suffit ensuite de scanner un QR Code avec le smartphone. Bien entendu, tout se pilote par l'application mais un tout petit badge fait également partie de l'offre. Il est associé à une personne qui peut classiquement démarrer ou arrêter l'alarme par pression sur un bouton mais plus astucieux, il suffit de l'avoir sur soit pour automatiquement couper l'alarme en entrant dans la maison. Un historique permet également de savoir qui est à la maison et quand. En cas d'alarme, on est prévenu gratuitement par mail et en push sur le smartphone. Optionnellement, on peut être prévenu par SMS et appel vocal en achetant 200 actes pour une vingtaine d'euros. MyFox propose aussi une caméra innovante dotée d'un volet qui se ferme quand on est à la maison et qui ne filme donc pas à son insu. Autre originalité, si Internet se coupe, en plus de prévenir l'utilisateur, la centrale cherche à communiquer avec une autre, par exemple celle d'un voisin (portée de plus ou moins un kilomètre selon les conditions) et de s'en servir alors de relais pour se connecter au Web le temps que la liaison se rétablisse à domicile.

A partir de **299** €



OBJETS CONNECTÉS



urbanista®



+ DE DESIGN

NEET



+ D'INGÉNIOSITÉ

COCOON LIFE  
En connexions douces avec bébé



+ DE SÉRÉNITÉ

RETROUVEZ-NOUS AU MEDPI  
HALL DIAGHILEV - STAND P22

## Elgato Eve Compatible

■ Ce système est un des premiers à s'interfacer avec le Home Kit d'Apple. Rappelons que tous les appareils qui adhèrent à cette norme doivent être interopérables entre eux quelle que soit la marque. En revanche, Eve n'est compatible qu'avec iOS, iPhone et iPad. Le module Eve Room donne des indications sur la qualité de l'air avec notamment la prise en compte des particules fines. Il indique également la température. Smart Plug est une prise intelligente pilotable à distance, Door / Window est un capteur d'ouverture et Weather pour l'extérieur mesure la température, l'humidité et la pression atmosphérique. Un peu plus tard s'ajoutera un capteur de débit d'eau qui se passe de courant pour l'alimentation, utilisant la seule force de l'eau. Il permettra de suivre la consommation en eau, pour par exemple restreindre les douches d'une heure que prend l'adolescente de la maison... Les prix iront de 39 à 79 euros. Toutes les informations ainsi acquises seront visibles dans une application iOS et il sera possible de créer des scénarios qui impliquent des modules de fabricants tiers car tous les produits Home Kit sont interopérables, ce qui est particulièrement intéressant par exemple pour déclencher des volets ou une serrure automatique.

A partir de **39 €**



## HDSN e-sylife Maison sous contrôle

■ Ce fabricant français a une approche originale de la maison connectée. Sa solution sert avant tout à surveiller l'environnement domestique. Elle innove par une grande simplicité d'utilisation. Le kit de base est livré avec une centrale à connecter au réseau domestique. Elle fait en même temps office de capteur pour la qualité de l'air et les données environnementales comme la température, l'hygrométrie et la pression atmosphérique. Un petit boîtier alimenté par pile communique sans fil avec la centrale pour transmettre la consommation en électricité. Le système est très astucieux puisqu'il s'agit d'une petite pince qui enserre le câble d'arrivée du courant après le compteur. Il suffit d'ouvrir le tableau électrique de la maison pour placer la pince ce qui se fait très facilement. Un tutorial vidéo est disponible sur le site. A partir de là, aucun réglage n'est nécessaire et les informations apparaissent sur l'interface Web et sur l'application iOS ou Android, construites d'ailleurs toutes les trois sur le même modèle. Au-delà des informations classiques comme la température et hygrométrie, on connaît donc la qualité de l'air et ce n'est pas le niveau de CO<sub>2</sub>, juste témoin du confinement, qui est analysé mais toutes les particules polluantes, par exemple contenues dans les produits de nettoyage. Dès que l'on voit la qualité de l'air se dégrader notablement, il suffit d'aérer. La consommation électrique du foyer est mesurée dans la durée et l'application extrapole le coût annuel et également les variations de jour en jour pour mieux maîtriser sa dépense énergétique. Par des mesures ponctuelles, il est également possible d'évaluer la consommation d'un appareil en particulier. E-sylife peut aussi s'interfacer avec une alarme traditionnelle pour la rendre connectée. En fait, la centrale réagit dès que la sirène s'enclenche et prévient alors par SMS et mail. Par la suite, le pack de base peut s'étendre par un compteur d'eau et de gaz, par un détecteur de fumée et un autre d'inondation. Un module de température peut être placée à un endroit sensible de ce point de vue et un module météo à placer à l'extérieur donnera la température et la vitesse du vent. C'est donc une solution complète pour surveiller l'environnement domestique, une première.

**179 €**

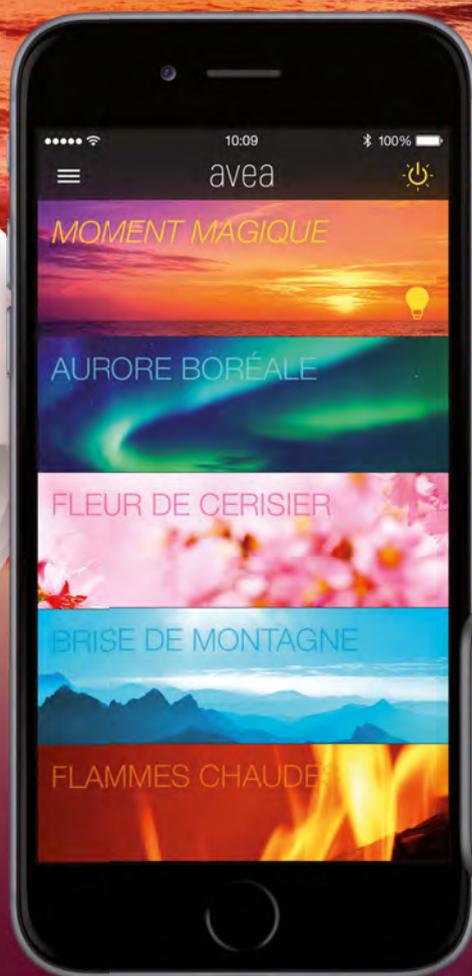


OBJETS CONNECTÉS

# avea

elgato

Ambiance lumineuse dynamique



Télécharger dans  
l'App Store



Bluetooth®  
SMART

[www.elgato.com/avea](http://www.elgato.com/avea)

## AWOX

## Alain Molinié, Président Directeur Général

**A** wox a été un des premiers fabricants à proposer de l'éclairage connecté, pourquoi ce choix ?

Nous avons réalisé qu'il y avait de l'éclairage partout dans la maison et que le passage au LED permettait d'y intégrer tous les capteurs imaginables pour rendre cette maison plus intelligente. En moyenne, on dispose de 30 sources d'éclairage chez soi, toutes potentiellement connectables sans fil. Plutôt que de placer de nouveaux produits partout pour connaître la température ou écouter de la musique, pour ne citer que deux exemples, il est moins intrusif et plus facile de les intégrer dans l'existant ! L'éclairage hybride apporte donc du confort à l'utilisateur, par exemple en intégrant un haut-parleur dans une ampoule pour sonoriser une salle de bain sans avoir à y placer un appareil encombrant et pas forcément résistant à l'eau. Par ailleurs en intégrant de nouvelles fonctions dans un produit déjà existant, on réduit grandement les coûts car on économise une alimentation, un circuit électronique et un boîtier. Il est ainsi possible de proposer un éclairage hybride bien moins cher que s'il fallait acheter les deux séparément. A partir de là, on peut cumuler les lampes hybrides dans la maison sans difficulté, puis les faire interagir entre elles et rendre la maison vraiment intelligente. Une ampoule connectée interagit aussi avec les autres appareils de l'utilisateur. Ainsi en passant devant avec son smartphone, la lampe s'allume automatiquement ou encore flashe à la réception d'un mail. L'éclairage connecté permet surtout d'ajouter des fonctions et des capteurs sans que cela ne soit intrusif ou coûteux.

**Quelles sont les fonctions que l'on peut associer ?**

Les ampoules Aroma Light inaugurent notre gamme Wellness. Il s'agit d'intégrer un diffuseur de parfum. Déjà à la base, il s'agit d'un marché en pleine expansion avec une demande massive et croissante. Ensuite, l'intégration se résume quasiment à ajouter un ventilateur ce qui limite grandement le coût additionnel. La gamme Audio Lightning a grandement contribué à notre notoriété. Il s'agit tout simplement d'ajouter une enceinte amplifiée à l'ampoule LED. Cela permet de diffuser du son partout sans aucune installation de quoi que ce soit. Notre gamme va de l'ampoule audio simple en Bluetooth jusqu'au modèle couleur multi room WiFi de 13 Watts qui suffit à sonoriser une pièce. La Cam Light associe une ampoule LED à une caméra de surveillance. L'intégration n'a pas été une mince affaire car faire entrer dans un si petit boîtier la caméra motorisée, la vision nocturne, le support d'enregistrement et l'électronique nécessaire relevait du défi. L'intérêt d'une telle association est évident. Déjà, la caméra est intégrée dans un objet courant et donc pas visible, tout comme elle n'effraie pas et qu'il n'y a pas de câbles à tirer. Nous avons également intégré un détecteur de fumée dans un spot à culot GE10. C'est une manière élégante et discrète d'installer cet appareil obligatoire. De même, la simplicité de mise en place est évidente puisqu'il suffit de remplacer le spot d'origine.

**Comment évolue ce marché de l'éclairage connecté et quel potentiel a-t-il ?**

L'éclairage en tant que tel bascule progressivement vers le LED et cette transition sera achevée entre 2017 et 2020. C'est un marché qui se comptera en milliards... A l'intérieur de ces ampoules se trouve déjà un circuit électronique, donc ajouter des composants et du logiciel est une évidence, tout comme le téléphone s'est

transformé en smartphone. De plus, cet ajout devient très bon marché, l'écart entre une ampoule simple et une avec des fonctions en plus va donc se réduire de plus en plus. Ensuite, la connexion permet de tout piloter à distance et il y a deux approches possibles. Celle du réseau sans fil propriétaire comme certains constructeurs le proposent déjà et celle d'utiliser les normes universelles comme aujourd'hui le Bluetooth et le WiFi, voie que nous avons choisie car nous pensons que c'est la seule viable à terme. Sur ce marché gigantesque de l'ampoule LED, le connecté représentera un pourcentage significatif à l'intérieur duquel l'éclairage avec des fonctions supplémentaire sera une sous-catégorie au très fort potentiel. Aujourd'hui, le marché de l'éclairage connecté adresse les geeks, dans deux ou trois ans ce seront les primo-adoptants et quelques années plus tard le grand public.

**Ne croyez-vous pas que l'éclairage connecté va à terme être intégré dans les solutions domotiques globales ?**

A terme, il y aura une solution domotique globale mais nous savons aussi que ce ne sera jamais un seul constructeur qui imposera une seule norme à 100% du marché. Il est donc évident que les appareils devront discuter ensemble, être interopérables. Nous sommes déjà au centre de la norme la plus universelle qu'est le DLNA et qui évolue dans ce sens. Mais il ne s'agit pas de choisir une norme au détriment d'une autre, simplement d'utiliser celles qui existent et de suivre leur évolution. ■

« A terme, il y aura une solution domotique globale mais nous savons aussi que ce ne sera jamais un seul constructeur qui imposera une seule norme à 100% du marché. »



# BEWELLCONNECT

**Christine Bérisset, Directrice marketing**

## **E**n quoi la connexion va-t-elle modifier notre rapport à la santé ?

La connexion permet le passage à une santé plus préventive que curative. En proposant une médecine personnalisée et en encourageant les bonnes pratiques de santé, notamment pour les pathologies chroniques, on renforce la relation entre les patients et les professionnels de santé. L'individu devient acteur de sa santé. En comprenant sa situation, il peut changer de comportement pour vivre mieux et plus longtemps. Une nouvelle relation va également s'établir avec le médecin. Elle sera fondée sur l'échange et la compréhension de la pathologie. On rentre dans un nouveau modèle de suivi plus efficace et davantage économe, qui peut être aussi plus humain. C'est toute la chaîne de la santé qui va être bouleversée : le patient, mais aussi l'organisation des hôpitaux, la médecine ambulatoire, le vivre à domicile et la dépendance, la médecine de ville ainsi que les assureurs et les mutuelles. La connexion permet de nouvelles collaborations entre les différents acteurs de cet écosystème autour de la prévention, le parcours de soin, l'amélioration de l'observance... La santé connectée n'est pas un effet de mode, c'est une combinaison d'innovations et de ruptures majeures au service de la santé et du mieux-être de la personne.

## **Qui est concerné ? Le patient, le malade chronique, tout le monde ? Pourquoi ?**

Le patient, le malade chronique, la famille, tout le monde est potentiellement concerné. Des plateformes d'interprétation médicale innovantes accompagneront la personne et permettront d'améliorer son confort et la gestion de sa santé ou celle de sa famille au quotidien. L'usage est très large. Le malade chronique s'inscrira plus dans une démarche de prévention des risques qui nécessite un historique des données et un suivi qui permet au médecin de faire un diagnostic plus fiable. Une maman pourra suivre la santé de ses enfants et être assistée en cas de doute sur la conduite à tenir (par exemple en cas de fièvre) mais elle pourra aussi définir ses objectifs personnels pour retrouver son poids de forme et rentrer dans sa robe préférée. Ces nouvelles applications ou services sont trans-générationnels et adaptés à tous : aux futurs et jeunes parents, aux familles, aux malades et aux personnes âgées. Ils permettront de suivre l'évolution de la santé tout au long de la vie, en réseau avec tous les acteurs de santé.

## **S'agit-il d'innover par les objets ou par les solutions ?**

Cela ne sert à rien de vendre des objets connectés si on n'analyse pas les données. Mesurer et connecter est utile mais pas révolutionnaire. Mesurer, connecter, analyser et recommander puis conseiller : c'est la révolution de la santé connectée intelligente. Quel intérêt de mesurer sa température, sa tension ou son nombre de pas si on ne sait pas s'en servir pour faire évoluer un comportement ou adopter de bonnes pratiques de santé ? Un objet connecté n'a de sens que s'il est intelligent et permet des interprétations médicales. On retrouve cette intelligence du côté applicatif. On peut classer les applications en trois niveaux : celles qui vous fournissent des tableaux, des graphiques et vous permettent de vous autogérer ; celles qui vous assistent et vous aident à remplir vos objectifs de santé et celles qui vont aller jusqu'à l'évaluation de vos risques et qui ont une approche préventive avec une

détection des signes de gravité. Les objets peuvent certes aider la motivation en cas d'objectif d'entraînement ou pour quelques kilos à perdre mais une solution interprétative globale permet d'aller plus loin dans la prévention. Nous pensons que la santé connectée pourra notamment participer à la prévention du risque cardio-vasculaire. L'innovation passera aussi par des programmes de pédagogie et de prévention de la santé. Ce ne sera pas la technologie ou le design qui intéresseront la personne dans la santé connectée mais de pouvoir optimiser son capital santé pour apprendre à bien vivre et à bien vieillir.

## **Comment se présente l'avenir de la santé connectée ?**

Le potentiel des objets connectés de santé est immense tant les impacts sont variés et pourraient avoir des effets sur les systèmes de santé. C'est résolument un sujet de société. La révolution technologique peut entraîner une révolution économique pour les organismes publics et privés de santé. C'est une opportunité sans pareille d'améliorer la prévention collective, ce qui permettrait d'équilibrer des dépenses de santé qui plombent le système. Cela rejoint la volonté de l'état qui est de développer l'ambulatoire et la télémedecine. La montée en puissance de la santé 3.0 devrait entraîner chaque année des économies de plusieurs milliards d'euros. ■



« La santé connectée n'est pas un effet de mode, c'est une combinaison d'innovations et de ruptures majeures au service de la santé et du mieux-être de la personne. »

## GARMIN

Frédéric Saint-Etienne, Communication manager France

**L**a montre connectée pour le sport est une évidence, comment voyez-vous évoluer ce segment ?

La montre connectée pour le sport intéresse à la fois le pratiquant assidu de haut niveau comme le sportif occasionnel. Leurs besoins en sont pas les mêmes et pour nous la voie est toute tracée, nous proposons des gammes très larges pour satisfaire les différents besoins et nous allons encore les étendre. Par exemple, nous adressons celui qui fait du sport pour l'entretien par notre nouvelle montre Vivoactive alors que la Fenix3 se destine avant tout aux sportifs de haut niveau qui sont très exigeants. Sinon, l'échange et le partage par la dimension sociale et les réseaux prend de plus en plus d'importance dans le sport et cet aspect est un axe de développement majeur pour nous.

**Est-ce que le bien-être et le sport vont fusionner puisque vous intégrez le tracking d'activité dans vos montres GPS désormais ?**

Effectivement, il est assez logique qu'à partir du moment où on porte une montre connectée, elle fasse office de traqueur d'activité. Nous en proposons déjà d'ailleurs. Plus largement, il est évident qu'une montre connectée intègre le suivi des activités sportives pour ceux qui n'ont pas l'usage d'un appareil dédié. Pour le coureur occasionnel par exemple. Notre Vivoactive est déjà une montre fine et légère avec un écran couleur affiché en permanence et une longue autonomie de trois semaines mais c'est aussi un traqueur d'activité et un montre GPS multi-sport. En parallèle, le sportif plus exigeant préférera une montre dédiée et celui qui veut garder sa montre optera pour un bracelet d'activité dédié.

**Plus largement, comment voyez-vous l'avenir de la montre connectée ?****Ne faut-il pas une composante bien-être, santé ou sport pour qu'elle se justifie réellement et pouvez-vous concilier cela avec une approche horlogère ?**

Pour que la montre connectée en général puisse se développer rapidement, il faut déjà développer des usages qui apportent une véritable valeur ajoutée en plus d'une simple prolongation du smartphone. Nous ne sommes qu'au début de l'histoire et il est certain que le bien-être et le sport sont les premiers usages supplémentaires qui justifient la montre connectée. Mais il est certain que cela ira bien plus loin avec par exemple des applications domotiques évidentes et surtout des usages que l'on n'imagine même pas encore. Si nous avons réussi à apporter des usages évidents, c'est que nous sommes présents sur le secteur de la montre de sport depuis plus de 10 ans et il est donc logique que cette expérience nous sert quand on parle d'utilisation au quotidien. C'est ainsi que nous avons intégré un écran couleur qui s'affiche en permanence avec une longue autonomie car recharger une montre tous les jours et appuyer sur un bouton pour lire l'heure ne nous paraît pas être très ergonomique.

**Comment voyez-vous évoluer la connexion et les objets connectés dans les secteurs que vous couvrez ?**

Dans les secteurs du sport et du bien-être que nous couvrons, la révolution est déjà en cours depuis quelque temps. La connexion apporte une dimension sociale qui change le rapport à la pratique sportive. Partagez ses entraînements, se mesurer amicalement pour se motiver ou suivre son mari qui court le marathon de Paris, autant d'exemples qui changent beaucoup de choses et font aussi que les pratiquants sont de plus en plus nombreux. La course à pied est devenue un phénomène de masse et la dimension sociale n'y est pas étrangère. Cette nouvelle approche va faire évoluer nos produits connectés et nous allons en créer d'autres. ■



« L'échange et le partage par la dimension sociale et les réseaux prend de plus en plus d'importance dans le sport et cet aspect est un axe de développement majeur pour nous. »

# INNELEC MULTIMÉDIA

**Patrick Fleurentdidier, Directeur BU Objets Connectés et Mobilité**

**A** la fois distributeur et constructeur, vous êtes sur tous les segments. Santé, bien-être, montres, sport, domotique, quels sont les domaines les plus prometteurs et pourquoi ?

Nous avons décidé de concentrer notre offre sur trois univers principaux : la maison connectée, le sport, la santé et le bien-être. C'est la tendance que nous observons également chez nos principaux distributeurs à ce jour. Les objets connectés sont promis à un très bel avenir lorsqu'ils apportent une réelle valeur ajoutée aux consommateurs et ne se réduisent pas à de simples gadgets. Particulièrement dans l'univers santé & bien-être, nous proposons des produits qui révolutionnent les usages. Par exemple, nous développons une gamme d'objets connectés allant de l'électrostimulation à la brosse à dents, la fourchette, le tensiomètre, le thermomètre ou la balance. Chacun de ses produits change réellement l'expérience consommateur et apporte un bénéfice constaté chez ceux qui l'utilisent. Avec la brosse à dents Rainbow de Vigilant et son application ludique, les enfants apprennent les bons gestes en jouant. Finie la corvée et les disputes entre parents et enfants. La fourchette 10S Fork de Slow Control permet quant à elle de réapprendre à manger correctement. Bluetens propose plus d'une centaine de programmes de kinésithérapie, de relaxation, de soins et de fitness, etc.

**En tant que fabricant avec Konix Simple Care, comment définissez-vous la santé connectée en grand public ?**

La santé connectée va révolutionner les comportements et les usages. Chaque individu pourra se constituer un véritable carnet de suivi médical, très simplement sur son smartphone ou sa tablette, et ainsi transmettre ces informations à son médecin. Nous avons fait le choix avec le système Konix Simple Care de laisser le libre arbitre aux consommateurs sur l'exploitation de leurs données personnelles. Ce point est particulièrement sensible dans un contexte où certains événements peuvent susciter des doutes sur la confidentialité des données, sujet éminemment important dans le domaine de la santé.

**Pour la domotique, comment gérer une multiplication d'objets et de solutions ?**

En matière de domotique, il faut apporter des solutions simples et rassurantes pour éviter la confusion. Innelec est le partenaire exclusif pour la France de la gamme Smanos qui propose des produits très simples d'utilisation avec une liste particulièrement complète d'accessoires comme le détecteur de mouvement, d'intrusion, de bris de vitres, d'humidité... Les capteurs se connectent très facilement à l'unité centrale sans aucune connaissance technique préalable et sans abonnement. Ainsi Smanos offre des solutions sur-mesure à moindre coût. Nous sommes de 50 à 70% moins chers que les solutions classiques de ce marché.

**Comment vont évoluer les différents segments et quelles sont vos ambitions ?**

Toutes les études montrent que les objets connectés vont prendre une place croissante et centrale dans l'avenir. Nous avons fait le choix de nous concentrer sur les trois secteurs qui nous semblent les plus prometteurs. Une fois l'effet gadget

passé, nous sommes convaincus que cet axe de diversification apportera une croissance significative à Innelec. C'est pourquoi nous avons fait des objets connectés un axe central de notre stratégie. ■

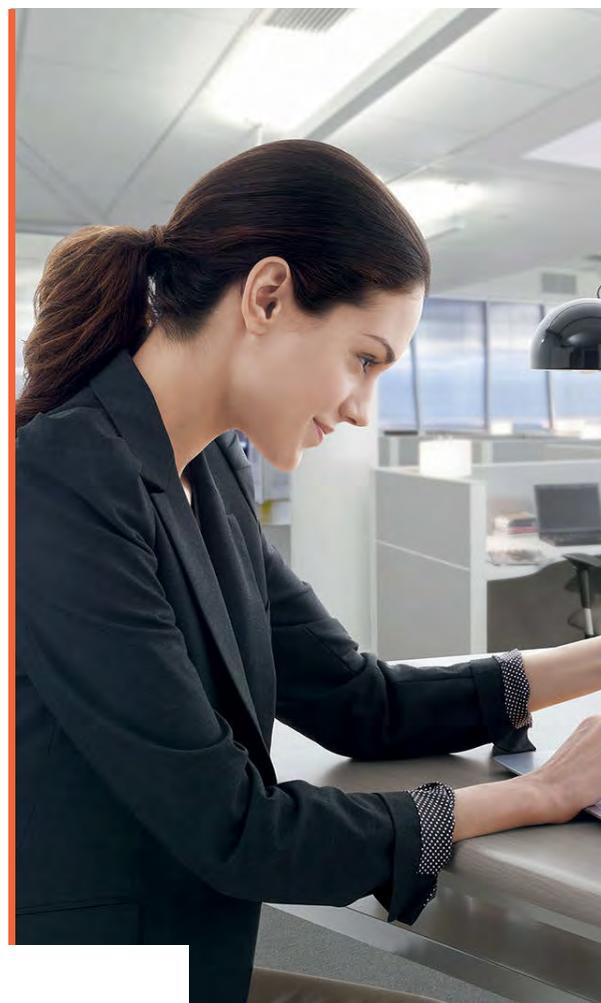


« La santé connectée va révolutionner les comportements et les usages. »

## LES APPAREILS

Année  
massive

LES APPAREILS MOBILES



# MOBILES



Cette année encore, l'appareil mobile fera le gros des ventes dans l'univers des biens technologiques. GfK prévoit environ 34 millions d'unités, téléphones mobiles, smartphones, tablettes et ordinateurs portables confondus. C'est un chiffre en augmentation de cinq millions par rapport à l'année dernière et montre à quel point les Français sont attachés à leur appareil technologique personnel. Ce n'est donc pas un problème d'engouement auquel le marché doit faire face mais plutôt à une dévalorisation qui se traduit par un prix moyen en baisse sur la plupart des segments. Le smartphone, qui représente le marché phare de la mobilité, devrait encore croître en volume de plus de 10% pour dépasser les 20 millions d'appareils vendus, sauf qu'en même temps son prix moyen va baisser de 8%. Si cela conduit encore à un chiffre d'affaires positif sur le smartphone, la tablette devra composer avec un volume en baisse d'une dizaine de pourcents et un chiffre d'affaires qui baisse du double en raison d'un prix moyen en baisse de 14%. A l'inverse, l'ordinateur portable devrait retrouver la croissance en volume et surtout en valeur grâce à un prix moyen qui pourrait monter de 6%. Si chacun de ses segments suit des logiques propres, il n'en demeure pas moins que la valorisation du produit par l'innovation et la performance demeure la clef et que si l'industrie et la distribution ne suivent pas une stratégie commune pour la mettre en scène, tout le monde est perdant. Il est vrai qu'un smartphone devient difficile à améliorer mais les modèles les plus haut de gamme particulièrement intéressants cette année montrent que c'est toujours possible.

La tablette est un peu dans la même situation mais elle peut devenir plus universelle dans son emploi en se rapprochant du notebook. Et l'ordinateur portable s'est complètement réinventé en intégrant le tactile de manière astucieuse pour élargir son champ d'utilisation. Alors quand on interroge les enseignes et les fabricants, tous semblent accepter une fatalité d'un consommateur qui n'aurait plus les moyens d'investir et qui s'en tiendrait volontairement à l'entrée de gamme. Or, c'est totalement faux. Ce sont les industriels et la



distribution qui, par l'offre et sa mise en scène, déterminent ce que les consommateurs vont acheter. Si le linéaire regorge d'appareils entrée de gamme tous semblables avec pour seul argument un prix le plus bas possible, le consommateur n'ira pas de lui-même chercher à investir dans l'innovation ou la performance. La tablette, ayant fait l'objet d'une lutte concurrentielle acharnée entre fabricants et enseignes, illustre parfaitement ce schéma. L'ordinateur portable, resté à l'écart de cette lutte stérile, a du coup réussi à retrouver une certaine valorisation. Cela montre bien que ce sont les acteurs du marché qui régissent la valeur et l'innovation par leurs actions et que le consommateur ne fait que suivre l'image qui lui est transmise. D'ailleurs, la santé insolente de certains acteurs focalisés sur le haut de gamme et qui ont les moyens d'imposer leur politique aux enseignes montre bien que c'est possible.

## LES APPAREILS MOBILES FOCUS

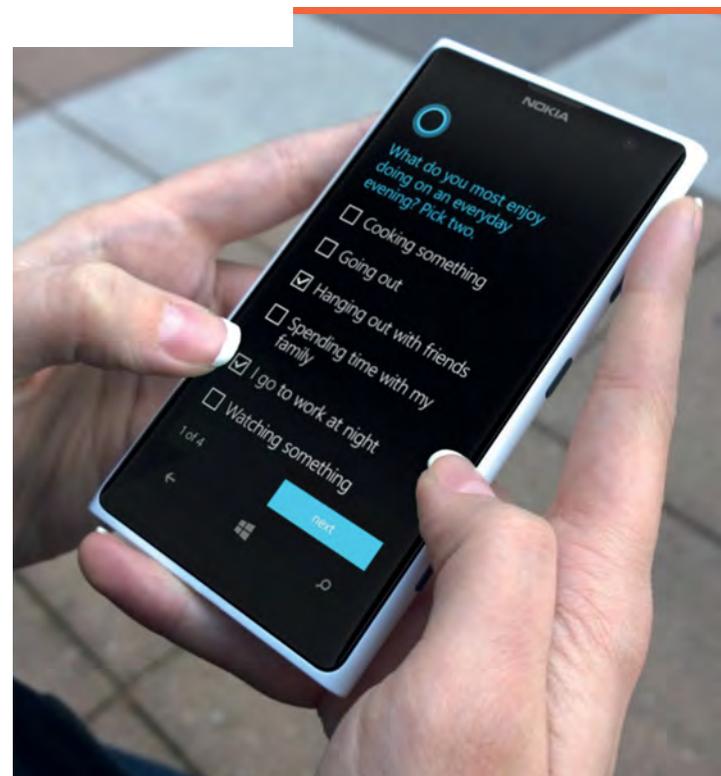


**I**l paraît de plus en plus évident que c'est par l'écosystème associé que les appareils mobiles se définissent et se caractérisent désormais, avant même d'aborder leur spécificité propre qui se caractérise surtout par le degré de mobilité. Les objets connectés sont dans toutes les bouches mais leur utilisation passe avant tout par une application et un appareil mobile qui va créer l'environnement dans lequel ils vont s'utiliser plus ou moins aisément. Avant de décider si un smartphone sous iOS est plus ou moins performant ou en avance technologiquement sur son homologue sous Android ou Windows, c'est par son système d'exploitation et l'environnement applicatif qu'il crée que la différence se fait, et se fera de plus en plus. Les usages propres à l'appareil mobile demeurent la photo, la navigation sur le Web, la productivité et le multimédia mais ils n'évoluent guère. En revanche, l'appareil mobile en tant que cerveau des nouveaux marchés de la santé, de la maison, du sport, du bien-être et même de la voiture doit pouvoir accueillir ces nouveaux objets dans son système de la meilleure manière possible. Si on prend une photographie des écosystèmes à l'heure actuelle, la situation est très différente selon les environnements. Tous les objets connectés et tous les appareils qui se connectent, comme par exemple une chaîne audio, le font à travers une application disponible sous iOS et Android. Celle sous iOS est toujours qualitative et bien faite, celle sous Android s'en approche désormais mais il y a encore des problèmes de compatibilité entre les versions, écartant ainsi des smartphones plus anciens. Les smartphones sous Windows Phone sont globalement à l'écart de ces nouveaux marchés car il n'y a pas d'application le plus souvent. Enfin, les ordinateurs et les tablettes sous Windows sont concernés lorsque l'objet ou l'appareil tiers se pilote par une interface Web. Si pour l'heure cette adéquation du système avec les objets et appareils connectés peut encore paraître peu déterminante pour la vente d'un smartphone, d'une tablette ou d'un ordinateur, demain ce sera un élément clef à la fois pour les parts de marché de tel ou tel environnement mais aussi pour la possibilité de valoriser un appareil dans un environnement.

### IOS TOUJOURS DEVANT

iOS occupe évidemment une place privilégiée car il est facile de maîtriser un environnement pour ses propres appareils, de surcroît peu nombreux. Alors on peut toujours s'étonner du fait que les iPhone se vendent très bien à des prix astronomiques alors que technologiquement ils ne sont plus en avance, loin de là. Mais en contrepartie, iOS offre un environnement supporté par tous les objets et appareils connectés avec souvent une longueur d'avance et une garantie de bon fonctionnement. La politique de certification des applications par Apple est contraignante mais garantit un fonctionnement fiable et une bonne ergonomie, surtout selon des standards respectés et facilement assimilables par l'utilisateur. De plus, iOS anticipe le changement radical que

l'objet connecté va apporter en se posant les vraies questions d'usage. Avec les objets et appareils connectés qui se multiplient, les applications remplissent l'écran après l'écran l'appareil mobile et il est évident que sous peu, il sera très difficile de s'y retrouver. Certains acteurs de l'objet connecté tentent bien de proposer des applications qui réunissent tous leurs produits mais aucun ne peut prétendre à déclencher un réflexe d'exclusivité chez le consommateur. iOS a anticipé ce problème de démultiplication en proposant d'intégrer les appareils dans des applications cadres comme celle de la santé. A la maison, l'interaction entre les appareils deviendra sous peu un souci majeur une fois que l'on pourra piloter ses volets, son chauffage, ses prises et des associations possibles à un système d'alarme ou de surveillance. Apple a pris les devants en exigeant une interopérabilité de ceux qui voudront s'intégrer au protocole Home Kit. En créant ainsi dès le début un environnement propice au nouvel écosystème de l'appareil mobile et des objets qui l'accompagne, Apple assure la pérennité de son offre valorisée car le consommateur sera prêt à payer pour en être. Et comme aucune offre entrée de gamme ne permet d'y accéder, la valorisation de l'appareil maître est garantie.



Smartphone 4G avec écran IPS 5.0" et 5.5"  
the smart purchase.\*

Pegasus

Taima



Le DAS (débit d'absorption spécifique) des téléphones mobiles quantifie le niveau d'exposition maximal de l'utilisateur aux ondes électromagnétiques, pour une utilisation à l'oreille. La réglementation française impose que le DAS ne dépasse pas 2W/kg; DAS Pegasus : 0,337W/Kg à 149,90€/ DAS Taima: 0,354W/Kg à 179,90€. Visuels non contractuels. \*l'achat malin. Google, Google Play, Android and other marks are trademarks of Google Inc. The Android robot is reproduced or modified from work created and shared by Google and used according to terms described in the Creative Commons 3.0 Attribution License. Le DAS (débit d'absorption spécifique) des téléphones mobiles quantifie le niveau d'exposition maximal de l'utilisateur aux ondes électromagnétiques, pour une utilisation à l'oreille. La réglementation française impose que le DAS ne dépasse pas 2W/kg; DAS Pegasus : 0,337W/Kg à 149,90€/ DAS Taima: 0,354W/Kg à 179,90€. Visuels non contractuels. \*l'achat malin. Google, Google Play, Android and other marks are trademarks of Google Inc. The Android robot is reproduced or modified from work created and shared by Google and used according to terms described in the Creative Commons 3.0 Attribution License.

**ANDROID EN FORCE**

De son côté, Android peut compter sur le fait que son système est majoritaire dans les appareils mobiles qui représentent 90% des volumes du marché, soit les smartphones et les tablettes. De plus, Google a fait évoluer son système de manière spectaculaire pour aboutir à une version 5 à la fois ergonomique, performante et ouverte sur le reste du monde. Quel que soit l'appareil ou l'objet connecté, une application Android est de la partie. En revanche, l'univers Android est très fragmenté puisque de nombreux fabricants peuvent l'utiliser pour les appareils mobiles de leur choix. Il faut donc compter sur une grande variété, en termes de performances notamment, ce qui peut poser problème. De plus, Google ne garantit pas l'application, ni pour sa compatibilité, ni pour son ergonomie. Sans parler de mises à jour du système qui se font sporadiquement ou pas du tout avec souvent le problème de la compatibilité pour des modèles un peu anciens dès qu'ils ont passé une petite année de service. Par ailleurs, Android ne semble pas vouloir fédérer quoi que ce soit en termes de nouveaux marchés, laissant les fabricants à chaque fois s'entendre ou pas. Si tout cela ne pose pas vraiment problème pour l'instant avec des objets connectés qui n'en sont qu'à leurs débuts et des interactions naissantes, il est probable que dans un futur proche cela devienne une véritable gageure pour la vente même des terminaux. Ainsi, le consommateur pourrait se dire qu'il achète un smartphone ou une tablette la moins chère possible, sachant que de toute manière dans un an il faudra en changer et que si on opte pour du haut de gamme, cela ne garantit en rien un fonctionnement meilleur des objets associés ou une meilleure ergonomie de l'environnement. Google a certes eu le mérite de créer une interface adaptée à la montre connectée bien avant Apple avec Android Wear mais là encore, cela a surtout provoqué une unification du hardware autour du moins-disant avec notamment les problèmes que l'on connaît sur l'usage et l'autonomie. L'innovation en la matière est venue d'ailleurs. Tout cela ne crée guère un terrain favorable à la valorisation des smartphones et des tablettes sous Android. Il y a trop de fragmentation et pas assez de raisons pour vouloir la performance.

**WINDOWS UNIVERSEL**

Apple et Google ont en commun une énorme limitation quant à leurs écosystèmes mobiles. Ils sont limités aux smartphones et aux tablettes simples et ne s'étendent pas aux autres écrans personnels ou familiaux que sont l'ordinateur et le téléviseur. Mac OS évolue dans un monde complètement à part de celui d'iOS, sans même intégrer le tactile. Chrome OS est un échec cuisant en Europe et surtout ne permet en rien de poursuivre agréablement l'expérience d'Android. Quant à Android TV, Google fait de gros efforts en créant des ponts et en rendant l'expérience séduisante mais le résultat n'est

guère probant, surtout au pays de la box opérateur. Windows demeure aussi à l'écart du téléviseur sauf parla console maison. En revanche, Windows tente de fédérer les autres écrans avec le PC et Windows Phone. Le problème réside dans un Windows 8 complètement schizophrène entre l'usage classique à la souris et la cohabitation avec le tactile. Pour autant, Windows s'avère nettement plus universel dans l'usage dès que la taille d'écran dépasse celle du smartphone. En ayant rendu plus accessible financièrement son système pour les petits écrans, Microsoft a intelligemment généré un marché de tablettes qui ont su créer de la valeur par rapport à leurs homologues sous Android en associant un clavier et un usage de productivité. Si Windows Phone a réussi à convaincre et que Microsoft, avec le rachat de Nokia, a su créer un environnement favorable à un écosystème complet et cohérent qui reprend des parts de marché, Windows 8 n'a jamais su générer un environnement applicatif convaincant. L'arrivée de Windows 10 devrait changer tout cela puisque le système sera unique depuis le smartphone jusqu'à l'ordinateur de bureau. Cette fois-ci l'intégration du tactile et de la souris semble franchement réussie et crée par là-même les bases d'un univers applicatif qui devrait pouvoir convaincre les fabricants d'objets et d'appareils connectés. Espérons que Microsoft ne dépense pas tout son argent dans des campagnes de publicité bizarres et investisse dans l'aide au développement pour rattraper le retard pris sur iOS et Android. Toujours est-il que permettre aux objets connectés d'être pilotés sur tous les écrans personnels et de la maison, du smartphone à l'ordinateur sans restriction d'ergonomie, est sans doute une excellente piste pour l'avenir.

**L'info**

**34 millions d'appareils mobiles devraient se vendre cette année !**





oodrive

# Personal Cloud

Le cloud à vos couleurs  
pour vos clients

Synchronisation, partage & stockage  
des fichiers en ligne



oodrive  
Trusted Cloud Solutions  
[www.oodrive.com](http://www.oodrive.com)



## L'info

**Le prix moyen d'un smartphone est de 271 euros, celui de la tablette est de 174 euros alors que l'ordinateur portable s'affiche à 553 euros. C'est une bonne base pour fixer les objectifs du rayon.**

### PAR LE WEB

Il y a une autre évolution à considérer, celle de créer des sites Internet qui reprenne à l'identique le design des applications. C'est actuellement la tendance chez les poids lourds de l'objet connecté. L'utilisateur retrouve ainsi son interface à l'identique sur le smartphone, sur la tablette et sur l'ordinateur, peu importe le système d'exploitation qu'il utilise : iOS, Android ou Windows. Les constructeurs d'objets ou d'appareils connectés ont ainsi réagi à une fragmentation des systèmes imposés par Apple, Google et Microsoft. On ne peut que les en féliciter mais cela contrarie aussi les plans de ces mêmes géants.

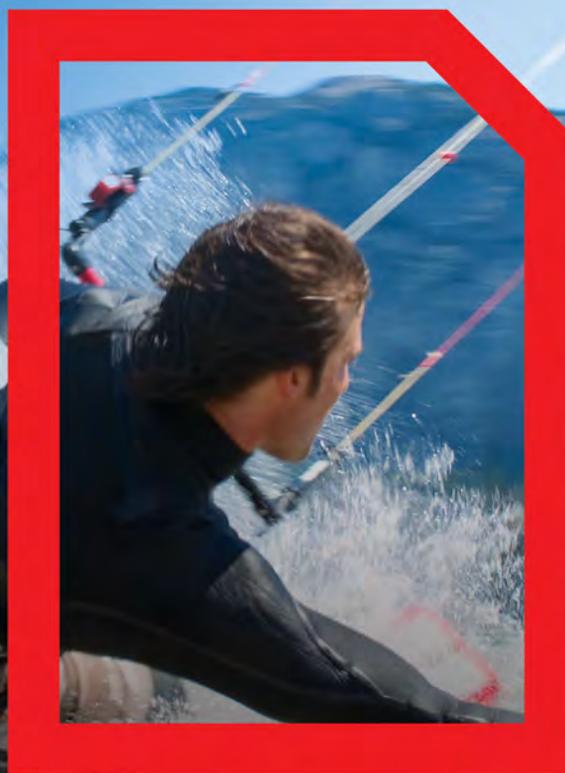
### POSSIBILITÉS LIMITÉES

C'est donc probablement par l'adaptation des appareils mobiles aux nouveaux marchés de la connexion que la valorisation pourra se créer. Car il faut voir la réalité en face. Le smartphone sous Android et sous Windows est devenu extrêmement fin et se résume pour l'essentiel à un écran en face avant. Dès le premium de l'entrée de gamme, les performances sont plus que suffisantes en raison d'une lutte acharnée entre les fabricants de processeurs, avec des constructeurs chinois et un Intel très agressifs face à la suprématie de Qualcomm. Il y a toujours des choses à faire par les matériaux, l'appareil photo et surtout l'écran au cœur de chaque smartphone mais difficile de faire dépenser plus de 200 euros au consommateur sans réelle innovation. La tablette est logée à la même enseigne, voire pire. Fine, performante et dotée d'un bon écran, que faire de plus si ce n'est créer un usage plus universel que seul Windows permet. C'est encore l'ordinateur qui dispose désormais des meilleures cartes. Intel, qui fournit un processeur Core m à la fois puissant et très peu énergivore, permet aux constructeurs de réinventer l'informatique à tous les niveaux et surtout en créant de la valeur. L'ordinateur ultra-portable est encore largement minoritaire en France ce qui représente déjà un terrain de conquête conséquent. Ensuite, les ordinateurs qui se transforment en tablette et vice versa peuvent devenir si performants et si légers qu'ils peuvent réellement prétendre à offrir la même ergonomie dans tous les usages, qu'ils soient productifs ou consultatifs. Cette orientation pourrait bien tendre vers un marché réduit à deux appareils, un smartphone et une tablette PC. ■

## LA VENTE

Le smartphone est devenu un appareil pour la distribution depuis la multiplication des forfaits sans engagement. Comme il ne l'était pas vraiment auparavant, autant utiliser cette arrivée récente pour bâtir un rayon à valeur ajoutée. La problématique actuelle est simple, il ne se vend que de l'entrée et du haut de gamme, rien entre les deux. Est-ce une fatalité ? Pas sûr si le rayon séduit le consommateur. Actuellement, il aligne une multitude de modèles autour de 100 euros qui ne se différencient en rien les uns des autres. À côté se trouvent quelques modèles plus onéreux et deux ou trois haut de gamme à 600 euros que les clients attirés par la montée en gamme achèteront peut-être, tout simplement parce que le nom de la marque ou du modèle leur est connu. Souvent, on trouve non loin un stand Apple qui met l'iPhone en valeur sur un mobilier qui autorise le libre toucher. Le simple fait d'organiser ce rayon de manière claire avec une montée en gamme progressive basée sur l'usage devrait changer la donne. De plus, le smartphone doit être utilisable par le client et c'est franchement simple à mettre en place. Ainsi, on pourra regrouper quelques modèles à moins de 100 euros sous l'étiquette premier prix mais en ajoutant tout de même un usage de différenciation. Tel modèle est sous Windows, tel autre est 4G et tel autre dispose d'un écran de 5 pouces. À partir de là, la montée en gamme s'organise simplement. Par la mise en avant de modèles précis, par exemple un 5 pouces performant et fin doté de la 4G à 200 euros. Les arguments pour faire accepter le surcoût seront un bel écran et de la performance pour surfer sur le Web, regarder un film et jouer à des jeux, le tout avec une excellente prise en main. Le modèle 5,5 pouces Full-HD doté d'un capteur photo performant à 299 euros se justifie par une qualité d'image exceptionnelle pour les vidéos et les photos. Si ces arguments sont de plus vérifiables directement par le consommateur, on aura fait ce qu'il faut. Pour les tablettes, le raisonnement est exactement le même sauf que le rayon est encore moins attractif actuellement. Dans un espace restreint s'entassent de nombreuses références toutes similaires qui ne se distinguent que par le prix. Si d'aventure on y trouve caché au milieu une tablette de montée en gamme par la finesse, par la performance et par la qualité d'écran, elle n'aura aucune chance. Enfin, le rayon informatique ne joue pas la carte pourtant évidente de l'écosystème. L'ordinateur portable ultra-mobile ou hybride tablette PC doit montrer ce dont il est capable en rayon, déjà en montrant les deux usages principaux que sont le mode tactile / tablette et le mode productivité / clavier. À partir de là, il est aisé d'y associer des accessoires et des périphériques pour appuyer le discours et surtout pour maximiser le panier. Il est simple de mettre un ordinateur ultra-portable en situation résidentielle par l'association avec un moniteur de grande taille, une souris et une enceinte Bluetooth par exemple. Non seulement, on démontre ainsi au consommateur que la petite taille n'est pas un frein au confort à domicile mais de plus on pourra immédiatement vendre un périphérique à valeur ajoutée.

La bonne caméra.  
La bonne carte.



## Carte microSDXC™ SanDisk Extreme®

Ne loupez jamais l'action - Maintenant dotée de la classe de vitesse U3, cette carte rapide et à haute performance, alliée à votre caméra d'action de dernière génération vous permet de capturer vos vidéos de sports extrêmes en qualité 4K Ultra HD



SanDisk  
Extreme

64 GB   
U3 XC I

JUSQU'À  
Mo/s\*  
**60 300X**

**4K**  
ULTRA HD

© 2014 sandisk Corporation. tous droits réservés. SanDisk et SanDisk Extreme sont des marques déposées de SanDisk Corporation, enregistrées aux Etats-Unis et dans d'autres pays. Les marques et logos microSDHC et microSDXC sont des marques déposées de SD-3C, LLC. \*1 Go = 1 000 000 000 d'octets. Une partie de la capacité n'est pas disponible pour le stockage de données. †Appareil compatible requis. La prise en charge de la vidéo 4K Ultra HD (3840 x 2160) et Full HD (1920 x 1080) peut varier en fonction de l'appareil hôte, de la taille du fichier, de la résolution, de la compression, du débit, du contenu et d'autres facteurs. Voir [www.sandisk.com/HD](http://www.sandisk.com/HD) pour plus d'informations.

VOUS N'OUBLIEZ JAMAIS  
LES MOMENTS IMPORTANTS DE VOTRE VIE  
Si vous les confiez à

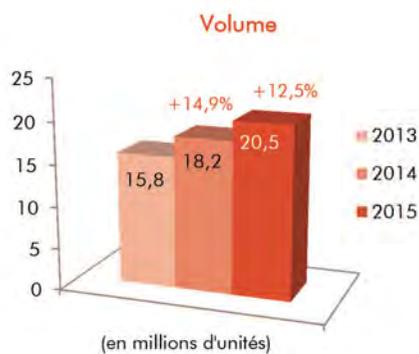
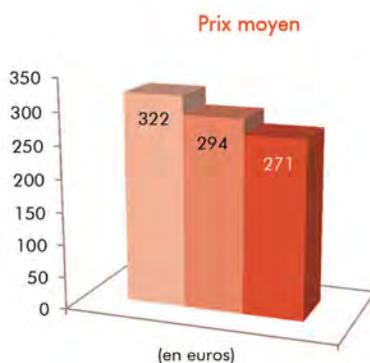
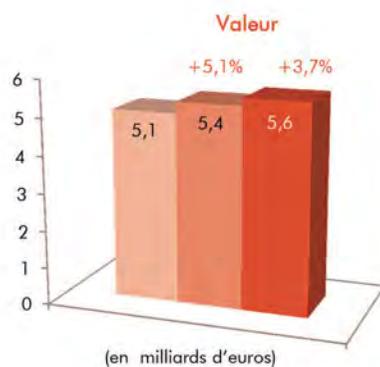
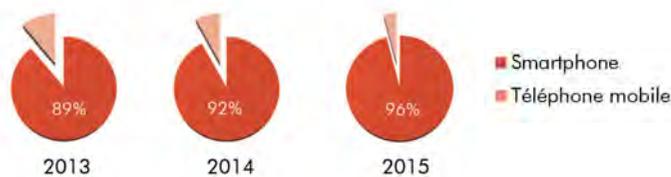
**SanDisk®**

## LE SMARTPHONE

**L**e smartphone est un cas particulier dans l'univers des biens technologiques. Il s'en vend des masses avec plus de 20 millions prévus cette année mais en même temps un clivage de plus en plus fort se crée entre une entrée de gamme à moins de 200 euros, tendance à la baisse, et un haut de gamme à plus de 500 euros, tendance à la hausse. Si ce phénomène s'explique par l'attrait du statut social d'un objet de marque, ce n'est pas une fatalité et sans doute aussi à mettre au crédit d'une communication défailante, aussi bien par le constructeur que par le distributeur. Il est vrai que le smartphone est un peu arrivé au bout de la réelle innovation avec une finesse extrême, des bords d'écrans inexistant, de bonnes performances et même un appareil photo décent. Pour autant, tout le monde a un smartphone et tout le monde en change tout le temps. La question n'est plus de savoir si on a un smartphone ou non mais plutôt quelle relation on entretient avec lui. Et là, on entre dans le domaine de la mode. De nouveaux modèles de chaussures sortent par centaines alors que toutes les formes et toutes les matières ont été vues et revues. Le smartphone se suffit à lui-même par le rapport affectif qu'il établit avec son propriétaire. Il n'a pas besoin d'apporter la nouveauté mais en revanche, il doit se décliner et créer des tendances en tant qu'objet tout aussi personnel et valorisant qu'une montre ou un bijou. Or si on regarde la production actuelle, c'est l'uniformité qui règne. Au mieux, une marque de renom se fend d'une tendance qui est immédiatement copiée par tous les autres, par exemple le dos en verre des

Sony. Certains osent la couleur ou changent l'aspect du plastique, la belle affaire. A partir de 200 euros si on demeure objectif, un smartphone de 5 pouces intègre tout ce qu'il faut et fait de belles photos, tout en étant ultrafin. Un iPhone 6 et un Galaxy S6 y ajoutent la performance extrême et une qualité d'écran exceptionnelle mais surtout soignent leur look et leur message marketing. Entre le smartphone à 200 euros et celui à 600 euros, c'est un peu le désert de la création. Il y a certes eu des tentatives pour créer des modèles fashion mais en les faisant payer trop cher ou en étant trop extrêmes. Aujourd'hui, le smartphone se personnalise par la coque ! Nous attendons celui qui ose créer la swatch du smartphone. Si on s'en tient à la technologie, le smartphone ne met pas assez en avant ses points essentiels dans la perspective de l'usage. L'aspect photo et vidéo est en général illustré par des Mpixels pour le capteur et des pixels pour l'écran sauf les rares exceptions du haut de gamme avec l'appellation Retina chez Apple et AMOLED chez Samsung. Sans chercher à spécialiser le smartphone, communiquer sur un pack photo et vidéo par la qualité de la prise de vue et de la restitution sur l'écran en tant qu'usage ne paraît pas aberrant et d'ailleurs quelques nouveaux entrants s'y risquent. Pour en revenir à l'aspect design et mode, communiquer sur le nombre de millimètres pour l'épaisseur est un non-sens car cela ne fait pas rêver et réduit l'objet à un concours de taille. A-t-on déjà vu un horloger avancer comme principal argument l'épaisseur de sa montre ? Messieurs les constructeurs, un peu de créativité par les lignes et la désirabilité ! ■

## smartphone

Parts de marché  
Valeur sans subvention



## iPhone 6 L'incontournable

■ L'iPhone reste l'icône du haut de gamme. Un constat d'autant plus vrai que cette nouvelle version est celle qui a le plus bouleversé le concept depuis sa sortie en 2007. Le design tout d'abord a été totalement revu, plus fin, plus en courbes. Le passage à un écran plus grand apporte un meilleur confort d'utilisation tout en laissant possible l'utilisation à une main. La qualité d'affichage est d'ailleurs excellente même si on regrette un peu que la définition ne soit pas plus levée. Le capteur photo 8 Mpixels est lui 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 ait tourner toutes les applications de manière parfaitement fluide. L'autonomie est en revanche assez courte avec une journée d'utilisation. En plus d'un très bon hardware, l'iPhone bénéficie aussi de la meilleure offre logicielle du marché. En bref et malgré son prix très élevé, l'iPhone reste le smartphone de référence.

709 €





## Samsung Galaxy S6 Un grand cru

■ Avec le Galaxy S6, Samsung effectue un virage à 180 degrés. Exit la finition plastique texturé, le S6 se met à l'aluminium et au verre. Le résultat est à la hauteur des attentes avec un produit vraiment premium et agréable à prendre en main, même si le design en lui-même n'est pas des plus original. Les bonnes nouvelles continuent avec un excellent écran Super AMOLED et surtout ce qui est probablement le meilleur capteur photo du marché. Samsung rivalise sans problème avec Apple et son iPhone sur ce point. Coté performances, le processeur Exynos maison fait des merveilles avec une fluidité sans faille et une autonomie très correcte d'une journée et demie. Cerise sur le gâteau, la surcouche TouchWiz a été allégée et s'avère plus simple d'utilisation. Seul vrai regret : la disparition de l'emplacement micro-SD pourtant très pratique. A noter que la version Edge avec l'écran bombé en guise d'angle est plus réussie esthétiquement mais n'apporte pas assez de fonctions pour justifier le surcout.

709 €

## Asus Zenfone 2 551 Tout d'un grand

■ Assez classique du point de vue design, le Zenfone 2 bénéficie d'une bonne finition. L'ergonomie est convaincante même si le bouton dorsal pour le volume demande un petit temps d'adaptation. La coque est amovible et Asus propose un grand nombre de modèles de remplacement pour ceux qui souhaitent personnaliser leur téléphone. L'écran de 5,5 pouces Full-HD offre de bons angles de vision et un bon rendu mais la luminosité est un peu faible, ce qui limite mécaniquement la lisibilité en extérieur. La photo est elle aussi satisfaisante, pour peu qu'il y ait une bonne luminosité ambiante. Le Zenfone 2 utilise un processeur Intel Atom encore très rare sur les smartphones. Les performances sont excellentes mais l'autonomie d'un peu plus d'une journée est un peu en deçà de nos attentes. Malgré quelques faiblesses, le Zenfone 2 représente l'un des meilleurs rapports qualité/prix en milieu de gamme.

299 €





## Mobiwire Pegasus Entrée de gamme premium

Plutôt spécialisé dans les produits en marque blanche pour les opérateurs, Mobiwire propose depuis quelques temps des smartphones sous sa propre marque. Lancé il y a quelques mois, le Pegasus s'attaque à un marché entrée/milieu de gamme de plus en plus disputé. Le design n'est pas très original mais il est agréable à l'œil et surtout la finition est très soignée, même si l'on aurait aimé avoir des plastiques un peu moins sensibles aux traces de doigts. La prise en main est bonne et les boutons tombent bien sous les doigts. L'écran de cinq pouces est une bonne surprise, la résolution HD est correcte mais surtout la dalle est très lumineuse et contrastée ce qui la rend parfaitement lisible, même en plein soleil. La colorimétrie est elle aussi très correcte. Les performances photo sont un peu aléatoires, le capteur ayant une désagréable tendance à surexposer les clichés tout en manquant un peu de détails. Le processeur Mediatek quadruple cœur permet à l'Android embarqué de fonctionner de manière fluide tout en étant compatible 4G. Malheureusement, le téléphone est handicapé par une mémoire interne limitée à 4 Go ce qu'une carte micro-SD ne peut pas entièrement compenser. L'autonomie atteint elle une solide journée. Bien qu'ayant quelques faiblesses notamment au niveau de la photo et du stockage, le Mobiwire Pegasus est un smartphone qui apporte de la valeur en entrée de gamme.



159 €



## Microsoft Lumia 535 La performance abordable

Depuis son rachat de Nokia, Microsoft semble concentrer ses efforts sur l'entrée de gamme. Vendu 128 euros, le Lumia 535 est l'un des modèles les plus intéressants proposés par la marque. Premier point assez inhabituel à ce niveau de prix, le design très coloré est réussi et surtout la finition est parfaite. Microsoft propose vraiment un appareil séduisant. On apprécie également l'écran relativement grand de 5 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 en entrée de gamme mais ce n'est pas le cas ici. Le capteur 5 Mpx ne fait pas de miracles mais pour peu que l'on soit dans de bonnes conditions lumineuses, 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 est une excellente affaire pour les petits budgets.

129 €



399 €

## Alcatel Onetouch Hero 2+ En grand

■ Encore inconnu il y a quelques années, Alcatel Onetouch s'est imposé comme un acteur sérieux du marché des smartphones. Adoptant un format phablet avec son écran de 6 pouces, le Hero 2+ doit bien entendu être manipulé à deux mains. Il reste cependant léger mais sans transiger sur la finition qui est excellente. L'écran de 6 pouces Full-HD est très lumineux et offre des angles de vision très larges. Couplé à la grande taille, ces caractéristiques en font un bon choix pour qui veut jouer ou regarder des

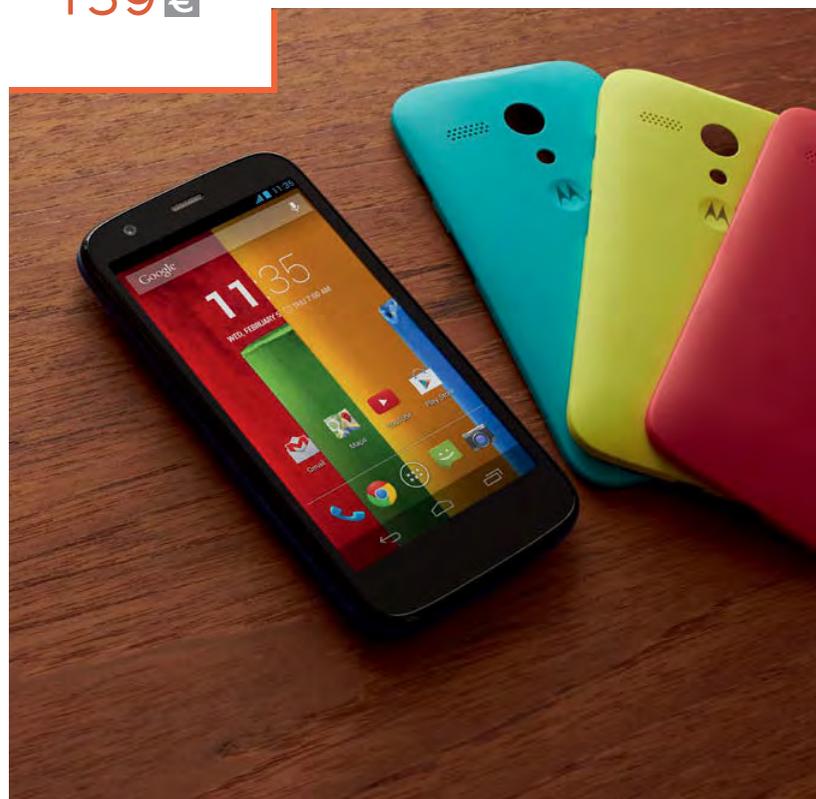
vidéos sur son téléphone. A noter qu'un stylet est présent mais Alcatel offre assez peu d'applications l'utilisant ce qui est un peu dommage. Les performances du téléphone sont bonnes avec un Android très réactif mais l'autonomie est assez courte avec à peine une journée d'utilisation sur une charge. Ce point faible mis à part, le OneTouch Hero 2 est un très bon smartphone géant pour les budgets limités.



## Motorola Moto E 4G 4G pour petits budgets

■ Pour qui veut un bon smartphone d'entrée de gamme sous Android en restant chez une « grande » marque, les options ne sont pas si nombreuses. C'est pourtant ce qu'offre Motorola avec ce Moto E 4G. Le design est relativement simple mais le téléphone est agréable à prendre en main même s'il est un peu lourd au vu de sa taille. A noter que l'on peut personnaliser les couleurs via le site Moto Maker de la marque. L'écran de 4,5 pouces offre une bonne luminosité et de belles couleurs mais il est un peu handicapé par la résolution assez basse. En revanche, la partie photo est très moyenne, avec des faiblesses évidentes dès que la luminosité baisse. Les performances sont bonnes, avec de surcroît un support d'Android 5 encore assez rare à ce niveau de prix. On apprécie aussi la compatibilité 4G. Malgré quelques faiblesses, le Moto E 4G est un bon terminal abordable.

139 €



# VinylPlay

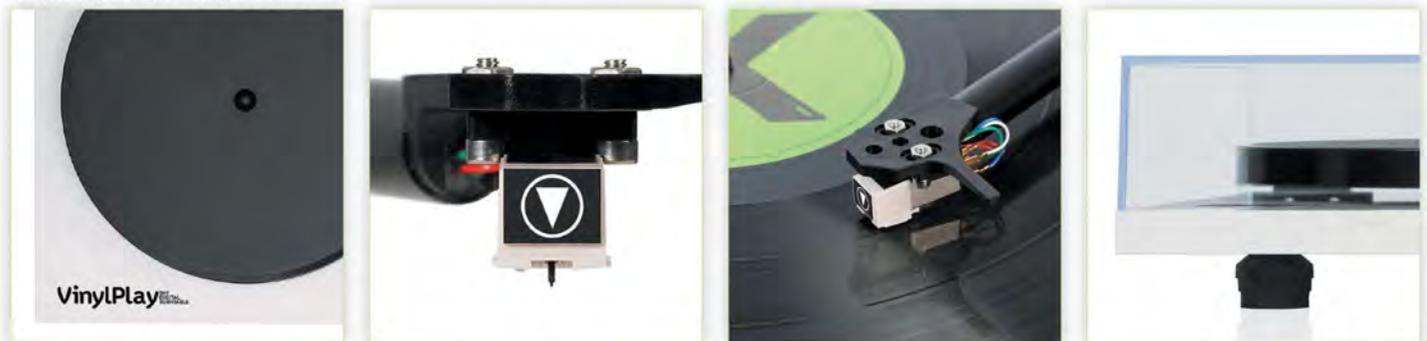
THE  
DIGITAL  
TURNTABLE



Véritable platine de qualité Hi-Fi,  
fabriquée en UK



VinylPlay Platine Vinyle Numérique



- Jouez, diffusez en streaming et archivez votre musique
- Ajoutez des enceintes amplifiées pour un système hi-fi opérationnel immédiatement
- Un beau design; un bon son; Installé en 2 secondes
- Diffusez la musique en streaming via les systèmes SONOS

## HAIER

**Christophe Chancenest, Directeur commercial et marketing Europe****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 l'ajout d'un clavier. Nous avons d'abord lancé une 10 pouce, puis une 8 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.

**En France et malgré l'évolution des ventes sans abonnement, le smartphone 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 séniors car ce segment permet une réelle différenciation.

**Sur le smartphone, 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. ■

« Le smartphone est devenu le point d'entrée de toute la technologie mobile désormais, notamment avec les objets connectés. »



# MOBIWIRE

**Elizabeth Heib**, Marketing & Communication Manager

## **E**n France et malgré l'évolution des ventes sans abonnement, le milieu de gamme ne fonctionne pas. Pourquoi ?

En fait, il semble que la population française se divise en deux entre ceux qui veulent une marque pour la reconnaissance immédiate du statut social et ceux qui cherchent simplement ce dont ils ont besoin au meilleur prix. Or désormais, il est possible de trouver tout le nécessaire pour le design, la performance et la qualité sous les 200 euros. A partir de ce constat, nous essayons de proposer plus à un prix donné, que ce soit en design ou en performances et nous pensons qu'à partir de là il est possible de faire dépenser un peu plus au consommateur, tout en restant sous cette barre établie. Cela implique aussi une certaine prise de risque qui consiste à faire des compromis pour pouvoir mettre en avant une fonctionnalité particulière, tel l'écran ou le capteur photo afin de toucher une cible pour laquelle cette fonction importe particulièrement. C'est ainsi que l'on peut se distinguer et tenter un positionnement premium dans la limite des 200 euros.

## **Est-il possible de maintenir la valeur avec de l'entrée de gamme premium ?**

Oui, comme évoqué par la meilleure performance et la meilleure qualité au meilleur prix mais aussi par la mise en avant d'un aspect ou d'une fonction. Pour que cela puisse se faire, il faut que l'offre premium soit immédiatement reconnaissable et pas noyée dans le linéaire au milieu des fabricants sans nom. C'est pourquoi nous avons travaillé à une identité de marque immédiatement reconnaissable par des codes simples que nous appliquons à tous nos produits, nos notices, nos emballages et notre communication, notamment sur le point de vente. Ainsi pour ne citer que deux exemples, notre code couleur vert acidulé sur fond blanc se repère facilement tout comme notre communication visuelle est basée sur des icônes à la fois simples et reconnaissables. Nous ne voulons pas nous démarquer par une marque mais marquer les esprits par une image de marque. Ainsi, il est facile de nous repérer dans le linéaire ce qui permet de vendre une valeur ajoutée.

## **Aujourd'hui, comment innover ?**

Déjà, il faut être là dans la durée et disposer d'une stratégie de gamme avec le temps nécessaire pour la mettre en œuvre. Sinon, c'est surtout par le design au sens large qu'il va falloir se démarquer désormais, à la fois en raison d'une technologie arrivée à maturité mais aussi parce que le smartphone est devenu personnel avant tout. Il faut donc déterminer et si possible anticiper les tendances du marché et de la mode, par exemple en optant actuellement pour des lignes courbes et de l'aluminium brossé. Le but est de faire du smartphone entrée de gamme premium un objet de convoitise que l'on a envie de posséder et qui soit en phase avec les tendances du moment.

## **Comment voyez-vous évoluer le marché du smartphone en France ?**

Actuellement, le marché s'ouvre aux marques qui ont une forte identité pour créer un segment entre les marques haut de gamme et celles sans nom identifié. C'est là que devrait se faire la croissance la plus importante sur ces prochaines années et c'est là que nous nous plaçons. Notre

ambition est de profiter au maximum de cette tendance pour arriver à un tiers de notre chiffre d'affaires sur smartphone en retail, pour un tiers en marque blanche opérateurs et un tiers sur les terminaux de paiement. ■



« Nous avons travaillé à une identité de marque immédiatement reconnaissable par des codes simples que nous appliquons à tous nos produits. »

## SONY MOBILE

**Olivier Terme, Directeur marketing France****E**n France et malgré l'évolution des ventes sans abonnement, le milieu de gamme ne fonctionne pas. Pourquoi ?

Il est vrai qu'il y a un ventre mou. D'un côté il y a une offre entrée de gamme notamment alimentée par les nouveaux entrants et de l'autre nous avons les marques historiques qui misent sur le haut de gamme. Il faut voir aussi que le marché du smartphone sans abonnement est en train de se structurer, l'offre et le rayon se mettent en place. Les smartphones que nous lançons actuellement se destinent justement au milieu de gamme et nous pensons qu'ils peuvent changer la donne. Nous avons déjà rencontré le succès avec le M2 et nous sommes très confiants que le M4 Aqua positionné autour de 300 euros va remporter lui aussi un franc succès. Déjà, nous nous inspirons des codes, du design et de la finition de nos modèles haut de gamme. Nous y ajoutons une fonction unique présente sur le haut de gamme, en l'occurrence l'étanchéité. Nous pensons ainsi pouvoir convaincre un consommateur qui cherche une marque réputée et des fonctions uniques mais dont le budget ne suffit pas pour acquérir un de nos modèles haut de gamme.

**Est-il possible de maintenir la valeur avec de l'entrée de gamme premium ?**

Dans l'ensemble, nous sommes focalisés sur le milieu et le haut de gamme mais ce segment de l'entrée de gamme premium nous intéresse et nous l'investissons, notamment avec le prochain E 4G autour de 150 euros. Il apporte au consommateur le label Sony et ce qui fait notre force, soit un beau design, un bel écran de 4,7 pouces, une belle qualité photo et une longue autonomie. Nous pensons que même si le budget est très serré, le consommateur pourra être enclin à dépenser un peu plus pour cela. Nous n'irons pas en-dessous de ce niveau de prix. Il est évident que pour convaincre un consommateur qui vise principalement le prix, il faut investir à la fois dans le rayon, notamment par le conseil des vendeurs, mais aussi en communication pour créer une image de marque suffisamment forte pour motiver l'acquéreur potentiel. Notre image en haut de gamme aide, c'est certain et il est vrai que le vendeur est enclin à nous recommander.

**Aujourd'hui, comment se différencier, comment innover ?**

Il est vrai que le smartphone est devenu un produit mature qui ne peut se réinventer totalement à chaque génération. Pour autant, l'innovation est toujours possible et nous le prouvons. Elle peut aussi venir de l'écosystème car de plus en plus le smartphone se retrouve au centre d'un univers connecté. Ainsi, un smartphone peut s'accorder à une montre connectée... Nous pensons aussi que l'expérience doit se prolonger désormais par le contenu. Ainsi notre Xperia Lounge permet aux possesseurs de nos smartphones d'avoir accès à du contenu en exclusivité. Ainsi jusqu'au 31 mars, ils avaient accès gratuitement aux 21 épisodes de la série Black List. Elle a été remplacée par la possibilité de choisir trois films sur une liste de 25. Nous proposons aussi des accès backstage pour des concerts, la possibilité de personnaliser les smartphones par des thèmes liés au contenu, etc. Nous offrons aussi de poursuivre ces expériences sur le grand écran du téléviseur par une transmission sans fil simple à mettre en œuvre.

« L'innovation est toujours possible et nous le prouvons. »

**Comment voyez-vous évoluer le marché du smartphone en France ?**

Il va rester dynamique, du moins jusqu'à ce que le renouvellement complet du téléphone mobile simple soit achevé. La croissance va se poursuivre, sans doute aussi plus fortement sur l'entrée de gamme. La question de la valeur n'est pas vraiment un problème pour nous car une marque comme la nôtre n'est positionnée que sur les segments à valeur ajoutée. Le design et la personnalisation sont un sujet essentiel qui permet de faire monter en gamme, les couleurs, les textures, autant de pistes à explorer. Il ne faut pas en oublier l'aspect technologique bien sûr car un bon appareil photo et une longue autonomie sont des arguments qui portent vraiment. Comme nous sommes sur du renouvellement sans abonnement de plus en plus, le cycle va peut-être se ralentir un peu. Il est certain que des innovations marquantes, comme par exemple le paiement à distance, pourraient pousser à changer plus rapidement. ■



# URBAN FACTORY

LE PLEIN  
D'ENERGIE



Batterie de secours  
de 2 200 mAh à 15 000 mAh



[www.urban-factory.com](http://www.urban-factory.com)

Medpi - Espace Ravel - Stand D18



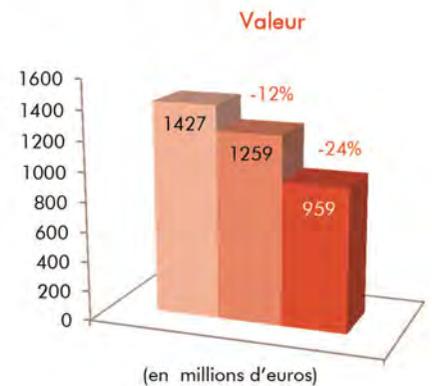
## LES APPAREILS MOBILES LA TABLETTE

# LA TABLETTE

**L**a tablette fait désormais partie intégrante du paysage de l'appareil mobile entre le smartphone plus petit et l'ordinateur plus grand. L'usage est très rapidement devenu évident, la tablette est idéale pour consulter sans nécessiter une table pour s'appuyer dessus. Il s'en vendra plus de 5 millions cette année, soit un million de plus que d'ordinateurs portables. Certes, les volumes baissent après avoir atteints des records mais on s'achemine progressivement vers un marché de renouvellement. La tablette est victime de son usage évident et simple. De par la forme, elle se résume pour l'essentiel à son écran en face avant ce qui limite les possibilités de design. Les performances doivent être suffisantes pour utiliser les applications sans ralentissements et la qualité d'écran est logiquement essentielle. A cela s'ajoute encore l'espace de stockage et l'autonomie. Il y a donc peu de leviers à faire valoir pour la montée en gamme. A cela s'ajoute une distribution qui, devant les volumes phénoménaux, a pratiqué la politique du prix le plus bas, quitte à dévaloriser le produit en soi et rendre l'expérience décevante, poussant ainsi certains consommateurs à abandonner la tablette définitivement. Comme en smartphone, il y a quelques rares modèles haut de gamme qui se vendent mais en dehors de l'iPad d'Apple, il faut largement soutenir ces ventes par des offres spéciales comme en est coutumier Samsung. En dehors de cela, seule l'entrée de gamme se vend jusqu'au 150 euros. Le prix a joué un rôle si important que la tablette de 7 pouces est devenue majoritaire uniquement en raison de son coût plus bas. C'est d'autant plus déprimant que la tablette peut aisément justifier la montée en gamme. Des constructeurs chinois comme Haier proposent notamment des tablettes légères, fines, autonomes, belles et dotées de bonnes performances comme d'une bonne qualité d'écran. En 10 pouces, elles se vendent autour de 250 euros. Sauf qu'à ce prix, aucune tablette ne se vend réellement. Les rayons en sont responsables en partie, multipliant sur un linéaire le plus court possible un maximum de modèles qui se distinguent essentiellement par l'étiquette du prix. Un modèle séduisant à 200 euros passe complètement inaperçu. C'est comme si au rayon vin, on plaçait au milieu des bouteilles 3 étoiles à 4 euros un Latour grand cru. Seul Apple bénéficie de son espace dédié, même chez Carrefour. Du coup, les constructeurs cherchent des alternatives qui permettent de gagner un peu d'argent et en ont trouvé une avec la tablette sous Windows. Plus universelle et accompagnée d'un clavier, elle ajoute la productivité et se démarque ainsi clairement de la masse sous Android. Avec un Windows 10 très prometteur, cette cannibalisation venue de l'ordinateur risque bien de progresser si on ne trouve pas un moyen pour valoriser la tablette sous Android. ■



## La tablette



## Apple iPad Air 2 La référence incontestée

■ La marque à la pomme ne se repose pas sur ses lauriers et améliore franchement l'iPad Air avec cette deuxième version. Premier changement majeur, la tablette déjà très compacte est encore affinée pour atteindre une épaisseur de 6,1 millimètres. On perd aussi un peu de poids avec pour résultat une ergonomie meilleure que jamais, en particulier pour une tablette de 10 pouces. Petite nouveauté esthétique : l'arrivée d'une finition dorée en plus de l'argent et du gris. L'écran a aussi droit à un bon coup de jeune puisque la dalle des désormais laminée. La dalle et la vitre sont fusionnés. Ainsi on gagne en lisibilité et en précision tactile. La tablette embarque une variante triple cœur du processeur A8 utilisé sur l'iPhone et qui offre donc des performances inégalées à ce jour. L'autonomie baisse un peu mais reste plus que respectable avec environ 10 heures sur une charge. Apple signe là son produit le plus impressionnant depuis longtemps.

499 €

# Entrez Dans Une Nouvelle Ere De Solution Réseau Avec Le Kit CPL **AV1200** !

HomePlug AV2

## Kit d'adaptateurs CPL AV1200 Prise Gigogne, 1 port Gigabit

TL-PA8015P KIT



HomePlug AV2  
1200Mbps



2x2  
MIMO



Gigabit  
Lan



Prise  
Gigogne



Plug  
and Play



## Kit d'adaptateurs CPL AV1200 Prise Gigogne, 3 ports Gigabit

TL-PA8030P KIT



### **TP-LINK Programme Partenaire TP-LINK Advantage +**

Pour les revendeurs à valeur ajoutée (VAR) cherchant à accéder à de meilleures offres et à un support adapté, TP-LINK a conçu le Programme Partenaires TP-LINK, Advantage + pour récompenser votre fidélité. Veuillez consulter <http://www.tp-link.fr/var/>

## Sony Xperia Tablet Z4 Insubmersible

559 €

■ Difficile de se distinguer avec un produit premium tant le segment haut de gamme est dominé par Apple et son iPad. Sony réussit toutefois ce tour de force avec sa Xperia Tablet Z4. Si elle reprend peu ou prou le même design que sa grande sœur, cette tablette est encore plus fine (6,1mm) et légère (389 grammes). Ces mensurations d'exception lui confèrent une ergonomie incroyable pour une tablette dotée d'un écran de 10 pouces. Elle peut être confortablement utilisée d'une seule main sans le moindre problème. Rien à redire non plus sur l'excellente finition. On apprécie vraiment que l'étanchéité soit toujours de la partie et même facilitée par le fait que le connecteur micro-USB est désormais étanche à son tour et non pas dissimulé derrière une trappe. Pour l'écran, le passage à une résolution au-delà du Full-HD apporte encore un peu plus de finesse d'affichage à une très bonne dalle. Les performances ont exceptionnelles de leur côté, le processeur Qualcomm Snapdragon 810 fait du bon travail sans être trop gourmand puisque la Xperia Tablet Z4 tient une douzaine d'heures sur une charge. Voici donc l'option haut de gamme la plus convaincante sous Android.



## Lenovo Yoga Tablet 2 Un pied malin

■ Cette nouvelle génération de Yoga Tablet reprend à l'identique le design du modèle de l'an passé. On retrouve donc une forme originale avec un cylindre sur une des tranches de la tablette. Ce cylindre permet d'obtenir une bonne préhension d'une seule main et dissimule aussi un pied qui permet à la tablette de tenir toute seule sans avoir à investir dans un accessoire supplémentaire. Autre avantage notable, cela laisse plus d'espace à la batterie. Ainsi l'autonomie dépasse sans problème les 16 heures tout en conservant des performances de premier ordre. Contrairement à nombre de tablettes abordables, l'écran de huit pouces Full-HD est de très bonne facture, avec une luminosité élevée et des couleurs assez justes. En bref la Yoga Tablet 2 est une tablette originale et agréable à utiliser. Autre bonne surprise, elle est vendue à un prix attractif.



## Samsung Galaxy Tab S 8.4 Un écran stellaire

■ Assez paradoxalement les tablettes produites par Samsung ont été souvent bien moins convaincantes que les smartphones de la marque. Avec cette Galaxy Tab S 8.4, la marque change de cap. Première constatation, le design est soigné, même si tout plastique, et surtout la tablette est particulièrement compacte. Couplé à la taille de l'écran, cela lui confère une très bonne ergonomie encore renforcée par la présence de boutons physiques. Mais le vrai point fort de cette tablette réside dans son écran Super AMOLED. Très présente sur les smartphones, cette technologie est nettement moins commune sur les tablettes et c'est bien dommage tant l'affichage est bon avec des couleurs resplendissantes et des noirs infinis. Pour ne rien gâcher, Samsung a embarqué une configuration puissante qui garantit une fluidité parfaite dans toutes les situations. La Galaxy Tab S 8.4 est donc l'une des meilleures tablettes compactes du marché.

349 €



239 €

*Chi*



## ASUS Transformer Book T300 *Chi*

**LA PUISSANCE D'UN PC. LA FINESSE D'UNE TABLETTE.**

À partir de 699€\*

Le Transformer Book T300 Chi est équipé d'un processeur Intel® Core™ M

Découvrez la magie d'un nouveau PC avec Intel Inside®

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

In Search Of Incredible : Rechercher l'exceptionnel.

\*Prix public conseillé (TTC). Chaque distributeur reste libre de sa politique tarifaire.



## Asus Memo Pad 7 Très nomade

La disparition de la Nexus 7 avait laissé un certain vide pour les amateurs de tablettes compactes, performantes et pas chères. Asus comble ce vide avec cette Memo Pad 7. Bien que soigné, le design ne marquera pas les esprits. Ceci dit la finition est bonne et surtout la tablette respire la solidité, un point important pour un modèle nomade. Ecrans de 7 pouces oblige, la tablette est légère et surtout assez compacte pour être emportée facilement. Autre point positif, le choix un bon écran Full-HD très lumineux, au point d'être parfaitement lisible en extérieur. A l'intérieur officie un processeur Intel Atom qui assure des performances suffisantes mais aussi et surtout une bonne autonomie. Comptez ainsi une bonne dizaine d'heures sur une charge.

199 €



## Haier W800 Une touche de Windows

Si le marché des tablettes est dominé par Android et iOS, Windows opère depuis quelques temps un certain retour porté notamment par des tablettes comme cette W800. Esthétiquement elle est assez banale, Haier donne dans la sobriété avec une robe noire très classique. La finition est toutefois irréprochable et la tablette est solide, surtout avec sa housse/clavier. L'ergonomie est bonne mais le positionnement des boutons demandera un peu d'adaptation. On apprécie aussi la connectique très riche. L'écran de 8 pouces offre de bon angles de vision et une forte luminosité mais il est un peu handicapé par une résolution assez faible. Les performances du processeur Intel Atom intégré sont de bonne facture mais limitent l'usage de la W800 à la bureautique ou au multimédia léger. L'autonomie de six heures est correcte pour une tablette Windows. Le gros point fort de la W800 réside dans l'accès à la multitude de programmes Windows rendus exploitables par la présence d'un clavier. Idéal donc pour qui veut une tablette capable d'un peu de productivité sans se ruiner.

199 €

# TOSHIBA

Leading Innovation\* >>>

\*TOSHIBA, à la pointe de l'innovation

Toshiba recommande Windows.

## Craquez pour le Satellite Click Mini

2-en-1 PC et Tablette

13h d'autonomie en Full HD



## Satellite Click Mini

Craquez pour le Satellite Click Mini équipé de Windows 8.1. Vous allez apprécier son design ultra-fin et profiter de son écran Full HD jusqu'à 13h non-stop !\*

\* Autonomie de la batterie en mode PC, Full HD et éclairage de l'écran faible.



Travail, loisir. À vous de choisir.  Windows

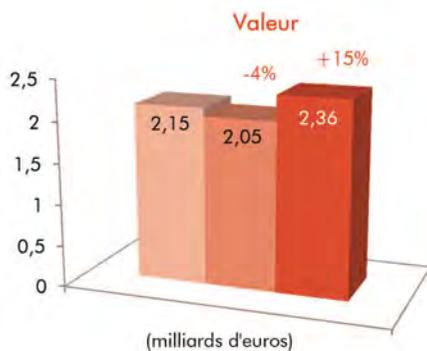
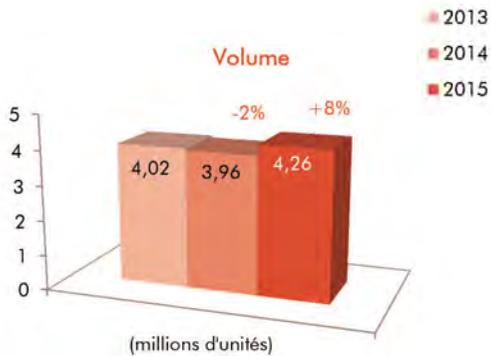
[toshiba.fr/satellite-click-mini](http://toshiba.fr/satellite-click-mini)

## L'ORDINATEUR PORTABLE

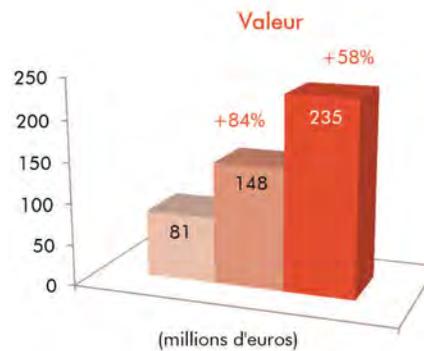
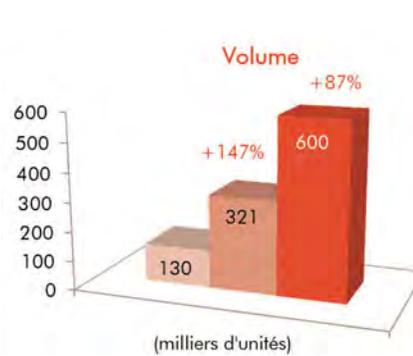
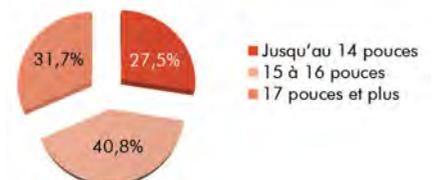
**L'**ordinateur portable a d'abord été affecté par la déferlante de la tablette alors que dans le même temps il perdait sa locomotive entrée de gamme avec le netbook qui a disparu. Si cela a évidemment conduit à une baisse du volume mais aussi de la valeur, cette épuration fut peut-être salutaire et a permis de retrouver un peu de valeur et des arguments de montée en gamme. L'arrivée du nouveau segment des ordinateurs hybrides ou tablettes PC y a contribué aussi. En fait les hypermarchés se sont concentrés sur les tablettes moins chères pour réduire le linéaire des ordinateurs ce qui a permis aux multi-spécialistes de s'exprimer pour faire remonter la valeur en mettant en avant la montée en gamme. Malheureusement cette belle dynamique a été enrayée par l'offre Microsoft à la rentrée 2014 qui a certes généré des volumes conséquents mais a aussi fait baisser le prix moyen. Quoi qu'il en soit, l'ordinateur portable a endigué son recul en 2014 avec une légère baisse en volume et en valeur. En 2015, ce marché devrait retrouver la croissance aussi bien en volume qu'en valeur et les armes ne manquent pas. Très attachés aux grandes tailles, les Français commencent à se focaliser de plus en plus sur l'ultra-mobilité. Pratiquement un tiers de la valeur est désormais réalisé sur des tailles d'écran de 14 pouces et moins. Et si les 15 pouces demeurent majoritaires, ils ont aussi tendance à s'affiner

et à perdre du poids pour gagner en autonomie. Ces ordinateurs ultra-portables sont aussi des objets de séduction. Avec de belles matières et une finition soignée, il est possible de faire monter en gamme sans même être obligé d'adopter l'hybridation. Un 14 pouces non tactile réalisé en aluminium brossé et qui ne pèse qu'un kilo peut tout à fait exercer la même attraction qu'un smartphone haut de gamme. Les tablettes PC ont démontrées leur pertinence avec un usage tablette et un usage ordinateur réunis dans un seul appareil. La solution la plus fréquemment retenue est d'avoir une tablette à laquelle se fixe un clavier qui la transforme en notebook. Cette catégorie double son volume chaque année et ce devrait encore être le cas cette année. Avec les deux usages combinés, il est vrai qu'il est possible de justifier une large segmentation. Les modèles plus petits de 8 à 10 pouces sont avant tout des tablettes qui peuvent se muer en ordinateur à l'occasion. Les 11 et 12 pouces sont autant les deux. Les 13 pouces et plus sont avant tout des notebooks avec un usage occasionnel tablette. Cette diversité devrait être garante de valeur et de croissance. Arrive aussi Windows 10 cet été ce qui devrait largement alimenter les ventes. Cette version réussit enfin à associer le tactile à la souris sans schizophrénie et devrait aussi bénéficier d'un environnement applicatif plus convaincant. ■

## L'ordinateur portable



## Les Tablettes PC

Par la taille d'écran  
Valeur 2013Par la taille d'écran  
Valeur 2014



## HP X360 Spectre Principe abouti

■ Avec ce X360 Spectre, HP propose un notebook transformable milieu de gamme particulièrement réussi. Il est taillé dans un bloc d'aluminium brut franchement séduisant. C'est solide mais aussi un peu lourd. La connectique est bien fournie et le clavier comme le pavé tactile sont très confortables. Le côté convertible est assuré par une double charnière qui fonctionne à merveille et permet de replier l'écran au dos du clavier pour en faire une tablette. C'est efficace mais le poids de l'appareil rend une utilisation d'une seule main un peu difficile. Pour l'écran, HP a fait le choix du Full-HD et sélectionné une bonne dalle bien réglée. On apprécie le fait que la vitre tactile soit fusionnée à l'écran comme sur certains smartphones ce qui limite fortement les reflets. Contrairement à nombre de concurrents, HP a fait le choix d'un classique processeur Core i5, ce qui permet au X360 Spectre de bénéficier de performances bien meilleures que celles des Core M. Le plus impressionnant est que l'autonomie n'est pas sacrifiée pour autant puisque nous avons atteint les neuf heures sur une charge. Le X360 Spectre est un ordinateur ultraportable très séduisant qui a l'avantage de se transformer en tablette à l'occasion.

999 €

## LES APPAREILS MOBILES L'ORDINATEUR PORTABLE



### Asus Zenbook UX305 La bonne affaire

Assez discret ces derniers mois dans le domaine des ultra portables, Asus frappe un grand coup avec cet UX 305. Au menu un ultrabook très bien fini à un prix très agressif de 600 euros. Malgré le prix, aucune concession n'a été faite quant à la qualité de fabrication. On conserve une construction en aluminium et une finesse exemplaire de 12,3 mm. Le pavé tactile et le clavier 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 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. En interne officie un processeur Intel Core M 5Y10 accompagné de 4 Go de mémoire vive et de 128 Go de stockage. Une configuration suffisante pour la plupart des usages bureautique et une autonomie d'un peu plus de 6 heures 30 sur une charge. Asus fait donc un quasi sans faute et propose l'un des meilleurs rapports qualité/prix.



599 €

### Acer Switch 11 Equation réussie

Sorti l'été dernier, le Switch 11 était la tablette PC abordable la plus convaincante du marché. Cette mise à jour ne change pas les fondamentaux. Le Switch 11 conserve un design réussi avec des lignes épurées et une finition bien meilleure que ce que à quoi on est habitué à ce niveau de prix. La charnière magnétique est bien pensée et permet de passer très facilement du mode tablette au mode ordinateur. Le clavier est compact mais plutôt confortable et permet de travailler dans de bonnes conditions. En revanche avec un seul port USB, la connectique est réduite. L'écran IPS de 11 pouces est de qualité avec une bonne luminosité, même si le traitement de la dalle est un peu trop sujet aux reflets. Le passage du processeur Intel Atom au Core M est bénéfique pour cette machine puisque l'on gagne en puissance sans devoir faire de compromis sur l'autonomie qui dépasse les sept heures. Avec son design soigné, des performances très correctes et un prix attractif, le Switch 11 est l'un des hybrides les plus intéressants.

499 €





# OFFREZ UNE POUSSEE D'ADRENALINE A VOS CLIENTS AVEC AMD



Avec un processeur accéléré AMD FX ou AMD A10, les mordus de course ressentiront chaque portion de route de DIRT RALLY.

Faites bénéficier vos clients de l'offre Dirt RALLY, offert pour l'achat d'un PC équipé de l'APU AMD A10 ou AMD FX\*.

Devenez partenaire de l'opération avec AMD France !

\* 1x PC avec processeur AMD A10 ou AMD FX acheté = 1 jeu offert !

*Cette offre de bundle jeu est valable pour un achat à partir du 01 Juin 2015 sur les PC-portables ou PC de bureau propulsés par les processeurs AMD A10 et AMD FX avec graphiques Radeon.*

*Le jeu est téléchargeable avec un simple « checkeur-système » à installer sur le PC.*

*Pas besoin de coupons. Téléchargement sur [amd.com/gamepromo](http://amd.com/gamepromo).*



© 2015 The Codemasters Software Company Limited (« Codemasters »). Tous droits réservés. « Codemasters »®, « EGO »®, le logo Codemasters et « DiRT »® sont des marques déposées de Codemasters. « Dirt Rally »™ et « RaceNet »™ sont des marques de Codemasters. Tous les autres copyrights et marques appartiennent à leurs propriétaires respectifs et sont utilisés sous licence. Développé et publié par Codemasters. Ce jeu n'est PAS sous licence ou associé à FIA ou toute entreprise liée. Toute copie, adaptation, location, revente, usage en salles d'arcade, tarification pour usage, diffusion, transmission câblée, performance publique, distribution ou extraction non autorisée de ce produit ou de toute marque déposée ou copyright faisant partie de ce produit est interdite.

© 2015 Advanced Micro Devices, Inc. Tous droits réservés. AMD, CrossFire, FreeSync, le logo AMD avec la flèche et leurs combinaisons sont des marques d'Advanced Micro Devices, Inc. aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Les autres dénominations mentionnées le sont pour référence et ne peuvent être protégées par leurs propriétaires respectifs.

## Microsoft Surface 3 Surface light

Après un Surface 3 Pro franchement excellente mais très chère, Microsoft décline sa gamme avec un modèle plus abordable. Si cette version est plus petite en 10 pouces, elle en reprend le superbe design industriel et surtout la finition parfaite. On est clairement en face d'un des tablettes PC les plus réussis du marché. Format tablette oblige, la connectique est relativement limitée, il faudra se contenter d'un port USB, d'une sortie mini Display Port et d'un lecteur micro-SD. Le pied très pratique est toujours présent mais il n'offre plus que trois positions au lieu d'être complètement ajustable. L'écran est très réussi aussi. Non seulement il offre une très bonne image mais de plus son format 3/2 est particulièrement pratique en mode tablette. En interne officie un processeur Intel Atom X7 de dernière génération. Ce dernier offre des performances très correctes et surtout permet de d'atteindre les neuf heures d'autonomie. Que du bon pour cette Surface 3 donc qui souffre cependant d'un prix un peu élevé, en particulier si on considère que l'indispensable Type Cover avec clavier n'est pas fournie de base.

719 € avec clavier



## Thomson 14 Ultra-slim La surprise française

Thomson Computing surprend avec cet ultraportable résolument haut de gamme. Premier constat, le design est très soigné, avec une coque tout métal qui fleure bon le design industriel et une finition très soignée. Autre point fort, Thomson réussit à faire rentrer un écran de 14 pouces dans un châssis de 13,3 pouces. Cela permet un format très compact par rapport au confort d'utilisation. Autre point de satisfaction, l'écran Full-HD est bien réglé, lumineux et surtout fait l'impasse sur le tactile en choisissant une finition mate lisible en toutes circonstances. La grande finesse de l'appareil est rendue possible par l'utilisation d'un processeur Core M d'Intel qui permet au passage de fonctionner sans ventilateur. Thomson a intégré la version la plus performante du Core M et les performances sont donc suffisantes pour la bureautique et le multimédia. L'autonomie est longue avec près de neuf heures sur une charge. Thomson nous surprend donc agréablement avec ce 14 pouces le plus fin et le plus léger du marché qui est franchement désirable, un peu à l'image d'une certaine marque à la pomme.

1 399 €





## Asus Transformer T300 Chi Détachable

Si Asus propose avec son UX305 l'un des meilleurs ultraportables du marché, la marque n'en continue pas moins à explorer le concept des tablettes PC. Le T300 Chi utilise les derniers processeurs Intel Core M et cela se voit. Cet hybride de 12 pouces est vraiment fin, séduisant et bien fini. Asus reprend le concept de tablette couplée à un dock clavier pour ce modèle. Cela se traduit par une ergonomie satisfaisante, tant en mode notebook que tablette. En revanche, le fait de devoir utiliser un adaptateur pour bénéficier d'un port USB est franchement ennuyeux même s'il est fourni. L'écran de 12,5 pouces adopte une résolution au delà du Full-HD ce qui se traduit par une finesse d'affichage extrême. L'écran est bien réglé et contrasté mais les reflets sont très présents. Les performances sont suffisantes, le Core M embarqué fait un bon travail et assure une autonomie plus que correcte avec sept heures sur une charge. Pas de révolution donc mais une machine bien conçue et séduisante.

1 049 €



## ACER

Fabrice Massin, Directeur Marketing &amp; Communication France

**Quelle est votre stratégie pour valoriser une tablette qui en a grandement besoin ?**

Nous avons travaillé l'ergonomie, la fluidité du tactile et nous proposons des modèles de grande taille avec une très bonne qualité sonore pour profiter de ses contenus dans les meilleures conditions. Nous laissons libre-choix aux consommateurs de sélectionner son système d'exploitation car notre gamme se compose des environnements Android ou Windows. De plus, nous leur proposons une largeur et profondeur de gamme à tous les niveaux de prix ce qui permet de répondre à l'ensemble des besoins actuels du marché. Nous valorisons également notre offre à travers différentes opérations marketing que nous déployons dans les magasins. Elles peuvent être liées au divertissement tel que notre partenariat avec la sortie, fin 2014, du Film Hunger Games 3 pour lequel Acer faisait gagner, pour l'achat d'un produit, un voyage à Los Angeles, des abonnements d'un an au cinéma ou des codes de téléchargements. Nous proposons également tout au long de l'année des offres de remboursement.

**Décrivez-nous votre vision d'un PC 2-en-1 innovant ?**

Lorsqu'Acer a commercialisé son premier PC 2-en-1, l'Iconia W510 en 2012, son objectif était clair, pouvoir passer d'un mode PC en mode tablette rapidement, avec une charnière robuste qui puisse supporter les mouvements et aussi résister dans le temps. Acer a encore innové en 2014 avec l'Aspire Switch 10 en développant un produit proposant quatre modes d'utilisation avec une conversion encore plus facile et rapide grâce à sa charnière magnétique brevetée Acer Snap Hinge qui permet de clipser et déclipser le clavier de l'écran de manière intuitive et rapide, sans autre loquet ou bouton supplémentaire. Nous couvrons également toutes les tailles d'écran sur ce segment de marché en proposant des dalles de 10, 11 ou 12 pouces avec des formats différents.

**Comment voyez-vous évoluer l'offre notebook cette année ?**

L'offre du premier semestre restera identique à celle des premiers mois de l'année. L'arrivée de Windows 10 permettra de l'enrichir grâce notamment à l'apport de nouveaux usages que ce système d'exploitation engendrera comme les hologrammes 3D, la réalité augmentée, des fonctions tactiles plus avancées que sur Windows 8, la reconnaissance faciale et aussi des fonctions gaming qui permettront de streamer certains jeux Xbox, sur PC ou tablette Windows.

**Le notebook pour joueur doit-il devenir fin et léger aussi ? Quelle importance à ce segment pour vous ?**

Oui, car aujourd'hui les technologies embarquées permettent d'affiner le design des notebooks. Ce n'est pas parce qu'un notebook est épais qu'il ventile davantage. C'était le cas il y a quelques années mais plus aujourd'hui. Acer a mis au point une technologie spécifique pour le design du châssis de notre gamme gamer Aspire VNitro Black Edition, le rendant plus fin avec seulement 2,5 cm d'épaisseur tout en proposant une ventilation révolutionnaire avec Acer TurboBoost qui accélère la vitesse du ventilateur de 19 %, tout en abaissant la température du processeur de 11 %. Le gaming est un segment stratégique pour Acer. Nous avons d'ailleurs commencé à lancer différentes opérations dédiées aux gamers par le biais de partenariats avec des éditeurs de jeux (Assassin's Creed Unity, PES

2015, NBA2K) et notre participation à des événements majeurs dans le secteur du gaming tels que la Paris Games Week et la DreamHack ; sans oublier nos ambassadeurs influents dans leurs communautés et nos propres équipes à l'international « Acer Team », au nombre de 6, concourant sur différents jeux (Starcraft II, FIFA, Heroes of the Storm, Trackmania, ...).

**Qu'attendez-vous de Windows 10 ?**

Nous attendons un système d'exploitation vraiment optimisé pour le tactile, fédérant tous les points forts des précédents systèmes Windows 7 et 8, et offrant à l'utilisateur une interface commune sur tous les appareils, smartphone, tablette, notebook et PC comme le propose déjà l'environnement Android. D'autre part, Microsoft a travaillé son nouveau système d'exploitation pour le rendre plus simple d'utilisation et a développé de nouvelles technologies qui apporteront forcément au consommateur une expérience plus sûre, fluide et innovante. ■



« L'arrivée de Windows 10 permettra d'enrichir l'offre, notamment grâce à l'apport de nouveaux usages que ce système d'exploitation engendrera. »

## ASUS

## Mustapha Nhari, Directeur commercial France

**Quelle est votre stratégie pour valoriser une tablette qui en a grandement besoin ?**

Le marché de la tablette est entré dans une nouvelle phase de sa jeune histoire et il s'agit désormais d'un cycle de renouvellement. Les premiers possesseurs vont vouloir changer leur tablette pour des produits plus design, plus fins, plus autonomes et plus performants. Asus est depuis toujours présent sur ce marché et y a déjà apporté nombres d'innovations comme le clavier embarquant une deuxième batterie, des matériaux haut de gammes (aluminium brossé, cuir), des écrans hautes résolutions, des processeurs de dernière génération. Par exemple, la ME572C se distingue par son écran Full-HD, son processeur Intel quadruple cœur et son design extrêmement soigné. Afin de rester dynamique et dans cet esprit d'innovation, nous voulons développer de nouveaux axes de croissances autour de la tablette, via une plus grande personnalisation du produit. Il est aujourd'hui essentiel pour un acheteur de tablette de sentir que son produit sera différent de celui de son voisin. Cela passe par le design, avec des coques interchangeables et colorées, mais aussi par les fonctionnalités avancées, telle que la housse de protection disposant d'une batterie supplémentaire, ou encore une housse disposant de haut-parleurs. Enfin, nous voulons faire sortir la tablette de la maison, c'est pourquoi la plupart de nos nouvelles gammes seront équipées d'un emplacement carte SIM permettant d'utiliser la fonction téléphone en plus de la fonction data.

**Décrivez-nous votre vision d'un PC 2-en-1 innovant ?**

Asus est pleinement engagé dans le marché du 2-en-1, avec une part de marché dépassant les 40% en France. C'est d'ailleurs Asus qui a démocratisé ce segment avec le lancement du T100 en fin d'année 2013 et qui participe à sa croissance ininterrompue depuis. C'est le segment où nous prévoyons la plus forte croissance des ventes sur l'année 2015. C'est donc logiquement que nous continuons d'innover avec des produits plus fins, plus légers, plus autonomes. Le T100CHI en est l'exemple parfait, avec une épaisseur de seulement 7,2mm et moins de 580 grammes sur la balance. Cerise sur le gâteau, il est équipé d'un écran Full-HD IPS. Nous innovons aussi sur des tailles d'écran supérieures, avec des produits aux performances plus poussées et dont le T300CHI est l'ambassadeur avec un écran de 12,5 pouces en 2560x1440 pixels, un nouveau processeur Intel Core m, un disque SSD de 256 Go et jusqu'à 8 heures d'autonomie. Il est aussi livré avec un stylet permettant la prise de note précise, car la force des produits 2-en-1, c'est justement cette conjugaison des deux mondes : consultation et productivité.

**Comment voyez-vous évoluer l'offre notebook cette année ?**

Nous savons qu'il existe aujourd'hui un parc d'anciens modèles de plus de cinq ans qui représente 25 % du parc installé. Ce sont les personnes qui ont dans un premier cas investi dans une tablette il y a quelques années et qui souhaitent acquérir un produit couvrant un besoin plus important en performance et productivité, soit dans un second cas des personnes qui considèrent le remplacement de leur ordinateur vieillissant et vont donc découvrir une toute nouvelle génération de produits. C'est l'occasion pour Asus de proposer une offre complète et variée sur tous les segments de prix, ce qui constitue notre grande force. Nous avons donc toutes les armes pour répondre à l'évolution des besoins consommateurs, qui s'orientent vers trois segments : le portable sédentaire traditionnel offrant de bonnes performances, un bon confort d'utilisation et un espace de stockage suffisant pour tous les fichiers multimédia. Sur le segment de la mobilité, nous avons récemment lancé la nouvelle gamme CHI mais aussi l'UX305, l'ordinateur portable



13,3 pouces le plus fin au monde (1,23 cm d'épaisseur pour 1,2 kg). Il est équipé du nouveau processeur Intel Core m et d'un écran très haute définition. Enfin, sur le segment du gaming, Asus continue de dominer le marché avec la gamme Republic Of Gamer bien connue des joueurs. C'est une gamme transverse qui regroupe des moniteurs, des accessoires, des ordinateurs fixes comme le G20 et bien sûr des ordinateurs portables, comme le G751, monstre de puissance, avec son double système de refroidissement CPU/GPU et son design hérité du bombardier furtif américain.

**Le notebook pour joueur doit-il devenir fin et léger aussi ? Quelle importance à ce segment pour vous ?**

Le segment du gaming est très important pour nous car il s'adresse à des utilisateurs très connaisseurs, très renseignés et donc forcément prescripteurs. Ces clients vont pousser le matériel dans ses derniers retranchements et profiter de toute l'expérience et du savoir-faire d'Asus en matière de fiabilité. Une partie de ces clients, les plus exigeants, privilégient d'abord les performances extrêmes au détriment de la mobilité. Pour les autres, Asus propose aussi des ordinateurs portables plus fins et plus légers, comme le G501 avec un tout nouveau châssis fin (20,6 mm) et léger (2,06 kg), un processeur Intel quadruple cœur, un SSD d'une capacité allant jusqu'à 512 Go et une carte graphique de série NVIDIA GTX. Cela devrait lui permettre d'accompagner l'utilisateur dans un très grand nombre de jeux sans aucun souci de fluidité et de puissance. Ils sont équipés de dalle Ultra-HD de type IPS et profitent d'un revêtement mat pour un confort de jeu optimal. Afin de garantir un fonctionnement optimal, Asus a développé un nouveau système de refroidissement plus fin et privilégie les matériaux les plus innovants.

**Qu'attendez-vous de Windows 10 ?**

A chaque nouvelle version de Windows, c'est l'occasion pour ASUS d'attirer de nouveaux clients et de faciliter le renouvellement du parc existant. De plus, les nouvelles versions de Windows apportent leurs lots d'innovations, permettant de tirer le meilleur parti des nouvelles technologies et Windows 10 ne fait pas exception. C'est aussi l'occasion de dynamiser le réseau commercial et de marquer une nouvelle page de l'histoire de l'informatique. Cette fois-ci, la possibilité de mettre à jour gratuitement son ordinateur sous Windows 7/8.1 nous assure une transition douce entre les deux gammes présentes en magasin. Au niveau des fonctionnalités, le basculement automatique du mode tablette vers le mode bureau selon l'utilisation sur notre gamme 2-en-1 facilitera la prise en main et l'adhésion sur ce segment en forte croissance. De par notre fort engagement dans le gaming, le jeu en réseau multiplateforme ainsi que la possibilité de streamer le contenu Xbox One sur l'ordinateur renforcent l'expérience de jeu. Enfin, la refonte visuelle du menu Démarrer réconciliera les nostalgiques des anciennes générations de Windows, tout en garantissant un accès rapide aux applications et à leurs contenus. Asus travaille de concert avec Microsoft afin de s'assurer que tous les ordinateurs portables équipés de Windows 7/8.1 seront éligibles à la mise à jour dès la sortie de celle-ci. En ce qui concerne les machines préinstallées, une partie de nos gammes sera disponible dès la sortie et tous les portables vendus à partir de septembre 2015 seront sous Windows 10. ■

HP

## Denis Pioletti, Chef de produit PC portables et convertibles France

### Quelle est votre stratégie pour valoriser une tablette qui en a grandement besoin ?

Concernant les tablettes, HP apporte une offre complémentaire à celle existante sur le marché et a développé une proposition de valeur différente. Nous avons ainsi annoncé la gamme de tablettes HP Stream sous Windows 8.1. Au-delà de très bonnes spécifications (Intel Atom Quad Core, 32GB de stockage), cette gamme permet de bénéficier d'avantages additionnels comme le pack Office 365 gratuit pendant 1 an ou un accès au service de stockage OneDrive avec 1To offert. Cette offre complète est disponible à un prix très compétitif, dès 99 euros aujourd'hui pour la tablette HP Stream 7. HP propose par ailleurs des tablettes connectées. En effet, aujourd'hui on souhaite pouvoir être connecté dès que l'on en a besoin et où que l'on se trouve. Or, la plupart des tablettes du marché ne le permettent pas, à moins de se connecter à un point d'accès WiFi. Le service HP DataPass propose de disposer de 200 Mo de téléchargement de données gratuites, utilisables pendant une période de 24 mois. Grâce à ces tablettes, on peut ainsi se connecter très intuitivement au réseau 3G français et bénéficier de tous les avantages d'une connectivité continue sur les tablettes éligibles à ce service ! Il est ensuite possible de prolonger l'expérience en achetant de la data directement depuis la tablette via une offre dédiée. L'offre HP DataPass s'inscrit totalement dans les nouveaux modes de vie nomades et ultra-connectés !

### Décrivez-nous votre vision d'un PC 2-en-1 innovant ?

Nous voyons deux types d'utilisateurs pour les PC 2-en-1 ou hybrides. D'un côté, ceux qui ne souhaitent pas déroger au PC portable, tout en ayant besoin d'une tablette. De l'autre, ceux qui recherchent avant tout une tablette, tout en ayant besoin de produire malgré tout. Pour la première catégorie, la meilleure option est un PC dit convertible. Les gammes HP x360 sont des ordinateurs innovants et ultra-flexibles bénéficiant des toutes dernières technologies. Ils s'utilisent en mode tablette, chevalet, tente ou PC classique, en fonction des besoins. HP s'attache à concevoir des PC convertibles légers, fins, dotés d'une grande autonomie, et permettant de rivaliser avec les PC portables classiques en terme de productivité et de confort d'utilisation. Le dernier né de cette famille est le HP Spectre x360. Il concentre tous ces atouts. Il bénéficie d'un châssis ultrafin en aluminium brossé, pèse 1,5 kg, ne fait aucune concession sur les performances avec ses processeurs Intel Core i5 ou i7 et affiche une autonomie record, jusqu'à 12h30 ! Convertible par nature, il permet de passer très facilement en mode tablette grâce à sa charnière exclusive. Pour la seconde catégorie, le PC hybride avec clavier détachable représente le choix idéal. La gamme HP x2 regroupe cette offre avec d'excellentes tablettes associées à des claviers de qualité. Le HP Pavilion x2 par exemple est un ordinateur portable comprenant une tablette détachable de 10 pouces qui bénéficie d'une grande autonomie et de bonnes performances. Il s'accompagne d'un clavier avec une charnière innovante, permettant de basculer très facilement du mode tablette au mode PC portable. Un PC 2-en-1 innovant doit s'adapter aux nouveaux usages, et en premier lieu ceux liés à la mobilité, en offrant un large choix de formats et de modèles, et ce, sans faire de compromis sur la performance et la qualité.

Windows 10 permettra de bénéficier d'une expérience encore meilleure en privilégiant les aspects multi-produits, la mobilité, le tactile et le jeu.



### Comment voyez-vous évoluer l'offre notebook cette année ?

L'adoption des PC hybrides ou convertibles va résolument s'accélérer en 2015. Les utilisateurs recherchent désormais un PC portable qui peut répondre à des usages de mobilité de plus en plus importants. A nouveau, selon les profils, des utilisateurs chercheront un PC portable qui peut se transformer en tablette, ou une tablette avec un usage de PC portable. Nous sommes convaincus que les produits hybrides, d'une manière générale, vont prendre une part significative des ventes dès la rentrée des classes. Au-delà des nouveaux formats, les PC traditionnels resteront cependant les plus demandés. HP améliore en permanence l'expérience utilisateurs avec des PC portables toujours plus fins, plus légers et au design soigné. On introduit par exemple de plus en plus la couleur. Les textures sont également travaillées et renouvelées. Nous travaillons pour cela à partir d'échantillons représentatifs et avec des bureaux de style dans plusieurs pays à travers le monde. HP se renouvelle sans arrêt pour capter l'air du temps et les tendances de demain afin d'être toujours en phase avec les attentes de ses clients.

### Le notebook pour joueur doit-il devenir fin et léger aussi ? Quelle importance à ce segment pour vous ?

Le segment des PC portables gamers est très important pour HP, le gaming se développant fortement sur les plateformes mobiles. Le côté fin et léger d'un notebook pour joueur, c'est justement un point d'attention très important pour HP !

Avec le nouveau PC Portable HP Omen, nous avons particulièrement soigné le design et les performances, chères aux joueurs exigeants. Je pense que nous avons créé un PC portable dont le châssis, la finesse et les matériaux utilisés sont remarquables. Les composants intégrés permettent de jouer aux derniers jeux vidéo tout en proposant un portable ultraléger (2,1 kg) et ultrafin (19,9 mm). Les performances pures sur un châssis aussi beau et fin ne sont pas oubliées, notamment grâce à la carte graphique Nvidia GTX 660M et au processeur Intel Core i7. Avec HP Omen, nous avons créé une très belle machine, qui permet, au-delà de ses performances pour les jeux, de bénéficier d'une expérience multimédia complète, notamment grâce son écran tactile.

### Qu'attendez-vous de Windows 10 ?

Le lancement d'un nouveau système d'exploitation de Microsoft est toujours un événement. Windows 10 permettra de bénéficier d'une expérience encore meilleure sur nos PC, privilégiant les aspects multi-produits, la mobilité, le tactile et le jeu. Nous attendons donc impatiemment sa sortie. ■

# THOMSON COMPUTING

**Philippe Rodriguez, Directeur marketing**

## Quelle est votre stratégie pour valoriser une tablette qui en a grandement besoin ?

Cette année Thomson Computing a pour objectif de promouvoir très fortement l'essor des tablettes dotées d'un processeur Intel et ce pour trois raisons. La première sera l'apparition de nos premières tablettes sous Windows en 7 pouces, 8 pouces et 10 pouces. La nouvelle politique économique de Microsoft (Windows gratuit pour tout appareil inférieur à 9 pouces) va pousser très fortement les marques à développer Windows sur d'autres plateformes que le traditionnel PC ou notebook. Ensuite, le nouveau processeur Intel Sofia va nous offrir la possibilité de proposer des tablettes attractives en termes de prix sans rogner sur la qualité ou la puissance. La troisième raison sera de commercialiser très prochainement une tablette d'un nouveau genre sous Android mais dotée d'un processeur Intel. Ce projet nommé IRDA est né d'une étroite collaboration entre Google et Intel. Il permettra une mise à jour d'Android pendant deux ans sans changer de tablette. Le consommateur final bénéficiera donc d'une tablette à la fois puissante et systématiquement actualisée.

## Décrivez-nous votre vision d'un PC 2-en-1 innovant ?

Le 2-en-1 a connu un essor exceptionnel en France. Thomson a contribué à cet essor en commercialisant deux 2-en-1 en 2014 dont le premier 8,9 pouces, unique à cette époque. Pour 2015, le 2-en-1 devrait s'orienter vers un usage notebook plutôt qu'un usage tablette. L'innovation viendra par la qualité du clavier Pogo Pin qui permettra plus de connectivité avec son environnement (disque dur, graveur externe, port USB). L'apparition du processeur Intel Core m permettra de créer des 2-en-1 aussi puissants que les notebooks classiques. La taille de l'écran devrait s'orienter de plus en plus vers le 11,6 pouces et le 12,2 pouces. Notre innovation en ce début d'année 2015 pour le 2-en-1 est l'apparition d'une station d'accueil qui permet, de transformer son 2-en-1 en ordinateur de bureau. Nous avons donc un 2-en-1 qui devient un 3-en-1 : tablette, notebook et PC de bureau.

## Comment voyez-vous évoluer l'offre notebook cette année ?

Le notebook reste un des marchés le plus important du secteur IT. Thomson Computing nourrit des ambitions dans cette catégorie reine mais nous restons pour l'instant plus observateur qu'acteur. Cependant, nous pensons que le nouveau processeur Intel Core m va permettre de développer très largement les notebooks avec un châssis ultrafin. Apple ayant lui aussi communiqué sur sa nouvelle gamme MacBook et MacBook AIR, l'offre va s'orienter clairement vers le notebook au style très épuré et très fin mais puissant grâce à au Core m. Nous lançons d'ailleurs le notebook Thomson Prestige Ultraslim, le 14 pouces le plus fin du marché qui pour autant ne fait aucune concession avec un châssis entièrement réalisé en aluminium, le processeur Intel Core m le plus puissant, un SSD de grande taille et un écran mat Full-HD.

## Le notebook pour joueur doit-il devenir fin et léger aussi ? Quelle importance à ce segment pour vous ?

Avant d'être fin et léger, il doit d'être puissant et ergonomique. Si le constructeur peut ajouter finesse et légèreté sans rogner sur la performance, c'est évidemment

mieux. Thomson Computing souhaite proposer des notebooks gaming dès cette année. Nous avons travaillé d'arrache-pied pour allier châssis ergonomique, puissance et design. Nous sommes convaincus que Thomson Computing peut proposer des machines qui raviront les gamers. Nous présentons d'ailleurs cette gamme pour la toute première fois au MedPi. Le jeu vidéo a une grande importance dans notre pays en France avec des éditeurs phares mais aussi des joueurs de très haut niveau. En tant que marque française, Thomson Computing doit se positionner sur ce marché mondial mais sous large influence Française, avec Ubi Soft, Quantic Dream et bien d'autres encore.

## Qu'attendez-vous de Windows 10 ?

Windows 10 est censé réconcilier les nostalgiques de Windows 7 avec les nouveaux utilisateurs Windows 8. Pour avoir travaillé et commencé certains tests machine sur Windows 10, je peux vous assurer que Microsoft a fait du bon travail. La quasi-totalité des consommateurs vont basculer sous Windows 10 en 2015 avec notamment une mise à jour gratuite pour leur machine. Nous prenons très au sérieux cette transition et nous ferons le nécessaire pour que chaque utilisateur d'une machine Thomson puisse profiter pleinement des qualités nouvelles de Windows 10. C'est une nouvelle ère qui s'ouvre pour Windows avec une totale convergence entre tous les appareils que ce soit le téléphone, la tablette, le notebook ou bien le tout-en-un. Cette convergence et cette mutation

multi-support permettra l'essor de Windows 10 sur tout type de plate-forme à partir de quatre pouces. ■

Avec Windows 10, c'est une nouvelle ère qui commence avec une totale convergence entre tous les appareils que ce soit le téléphone, la tablette, le notebook ou le tout-en-un.



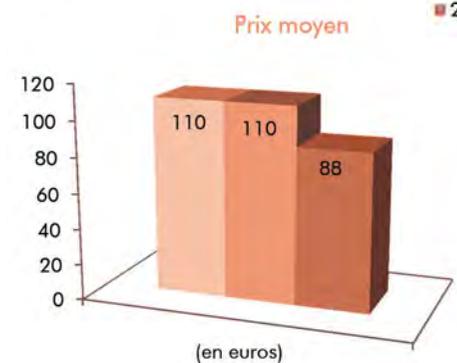
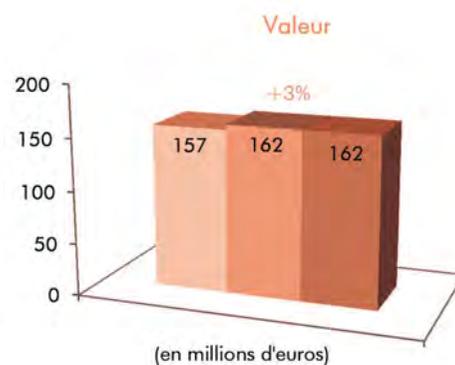
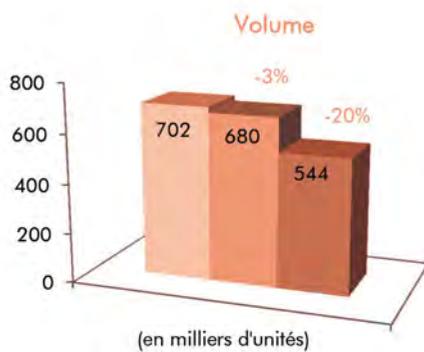


## L'ACCESSOIRE

**L'**accessoire et le périphérique sont des sources de valeur importantes pour les rayons de l'appareil mobile. Les marges sont généralement conséquentes et l'encombrement restreint. Il faut juste que le rayon donne envie d'accessoiriser l'appareil maître au moment de l'achat. Le smartphone n'est pas très demandeur d'accessoires à valeur ajoutée avec des objets d'une grande banalité, tel le câble ou le chargeur. La coque est déjà plus intéressante car elle fait du smartphone un accessoire de mode. Malheureusement, le rayon n'est pas du tout organisé dans ce sens avec des alignements de coques à l'infini, tuant dans l'œuf toute velléité de mise en avant. Restent des accessoires d'usage plus particuliers comme des kits pour la photo avec support et ajout d'objectif par exemple. La tablette n'est pas facile à accessoiriser. Elle nécessite une housse et c'est à peu près tout. En revanche, elle se dote volontiers du périphérique

qui la transforme en outil de productivité : le clavier sans fil. Il est astucieux d'en avoir un assortiment assez conséquent car les ventes sont en forte hausse. De même, les jeux mobiles sur tablette suscitent de plus en plus d'engouement. Vendre des manettes de jeu dédiées au rayon tablette est donc une bonne idée. C'est l'ordinateur portable qui est le plus à même de générer des ventes associées et malheureusement les enseignes n'en profitent que très peu. Avec une tendance vers la mobilité et donc vers des notebook et tablettes PC de plus en plus fins, léger et petits, améliorer le confort en usage résidentiel devient une priorité pour l'utilisateur sauf que le rayon ne lui en donne pas l'idée. Rien qu'une tête de gondole qui mettrait cela en scène provoquerait à coup sûr des ventes immédiates. Il suffit d'associer l'ordinateur portable à un moniteur, à une souris, à une imprimante et à une enceinte sans fil pour illustrer l'usage à la maison. ■

### Le moniteur





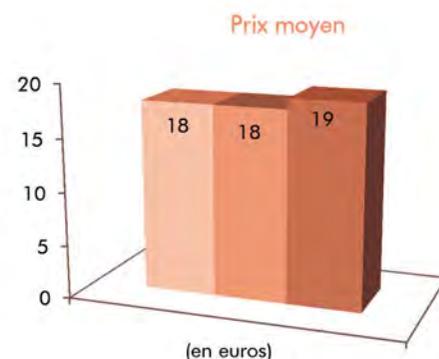
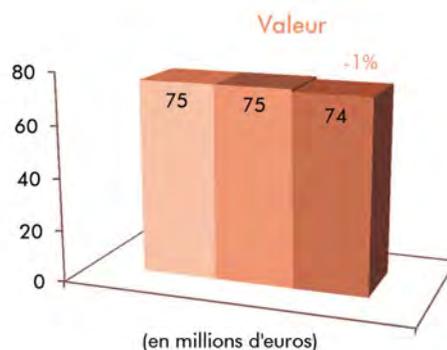
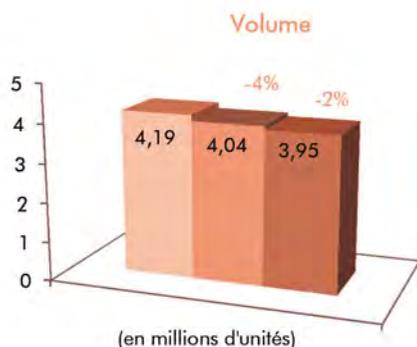
## Iiyama B2888UHSU De l'Ultra-HD pour jouer

Le jeu sur PC est en forte progression et les joueurs sont prêts à investir dans leur passion. Un moniteur de grande taille et en haute définition devrait figurer dans tout rayon de matériel pour le jeu ! Les joueurs sur PC sont d'ailleurs les premiers à pouvoir profiter vraiment de contenus Ultra-HD sauf que jusqu'ici, aucun écran n'était vraiment à la hauteur en termes de

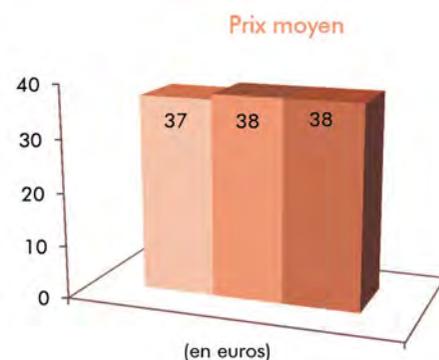
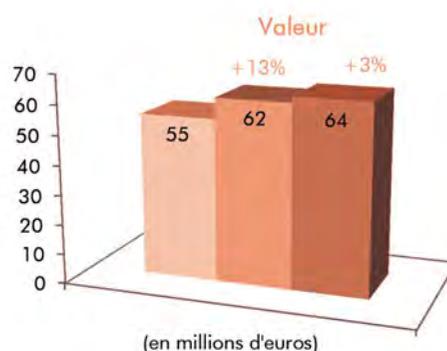
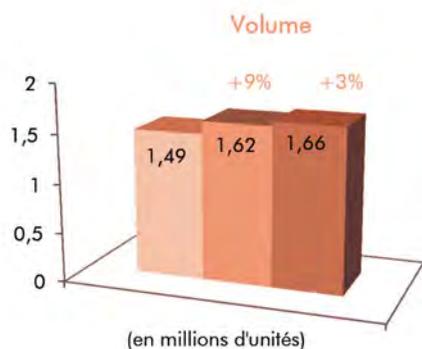
réactivité. Iiyama lance un moniteur de 28 pouces très rapide, particulièrement adapté pour le jeu vidéo ! Même si l'écran ne paie pas de mine avec sa coque en plastique noir, la réputation de la marque dans le monde des gamers n'est plus à faire et son positionnement tarifaire en fait l'une des références à avoir absolument en rayon.

499 €

## La souris



## Le clavier

Logitech MX Master  
Wireless Mouse  
La souris pieuvre

■ Avec la MX Master, la marque helvétique se renouvelle dans le haut de gamme. A l'instar de la MX Revolution sortie en 2006, Logitech montre qu'il a toujours une longueur d'avance dans l'usage de la souris. La MX Master Intègre ainsi tout le savoir-faire de la marque avec déjà un design original sculpté à la main. Logitech y a ajouté quelques nouveautés très pratiques au quotidien comme la nouvelle molette pour le pouce qui permet selon son paramétrage d'effectuer diverses actions comme le défilement horizontal, passer d'un onglet à un autre, faire un zoom avant/arrière ou encore d'ajuster le volume. On retrouve également la fameuse molette au centre de la souris qui, désormais, selon la vitesse de défilement passe automatiquement du mode cranté au mode roulement libre. Autre fonction pratique, la zone où repose le pouce sert aussi de bouton qui, là aussi, suivant sa configuration permet par exemple de passer d'une application à une autre. Autre fonction pratique, la MX Master est une souris sans fil compatible à la fois avec la norme Unifying mais aussi Bluetooth Smart ce qui permet de l'appairer avec trois appareils et de passer de l'un à l'autre en appuyant simplement sur le bouton dédié. Enfin, le capteur laser Darkfield assure son fonctionnement sur la quasi-totalité des surfaces, même le verre. Côté autonomie, la batterie intégrée assure un fonctionnement pendant près d'un mois.



99,90 €

steelseries



# RELEVEZ LE DÉFI.

"OLOFMEISTER"

Olof Gustafsson  
CS:GO Pro player  
Fnatic



"ZEUS"

Daniil Teslenko  
CS:GO Pro player  
NaVi



SteelSeries est un partenaire historique de l'eSport et soutient la communauté du gaming de différentes façons, en sponsorisant des tournois et des équipes notamment.

En travaillant en étroite collaboration avec les meilleurs joueurs mondiaux, nous récoltons des informations précieuses pour améliorer nos produits. Notre but étant de fournir en permanence le meilleur produit avec les toutes dernières innovations. Si un produit convient aux joueurs professionnels dont on connaît le niveau d'exigence en matière de performances et de précision, alors nous sommes certains que nos produits conviendront à tous les autres joueurs.

Plus d'informations sur [STEELSERIES.COM](http://STEELSERIES.COM)

## Acer CB270HU Moniteur

■ Si dans le domaine des moniteurs il y a des modèles spécifiquement dédiés à telle ou telle catégorie d'utilisation (jeu, bureautique, photo, etc.), cet écran Acer saura s'adapter à toutes ces catégories en même temps. Certes, ce n'est encore le moniteur parfait mais il satisfera bon nombre d'utilisateurs à la recherche d'un écran polyvalent. Son design est sobre, sans fioritures, et sa finition est correcte avec une coque noire brillante. Il est ajustable en inclinaison, en hauteur et dispose d'un mode pivot qui est pratique pour consulter de longues pages Web par exemple. La dalle affiche une diagonale de 27 pouces capable d'une résolution de 2560 x 1440 pixels avec un temps de réponse de 10 ms ce qui reste tout à fait convenable pour le joueur occasionnel. A l'usage, l'uniformité de l'éclairage est satisfaisante, tout comme la température des couleurs qui pourra être ajustée le cas échéant en fonction des besoins spécifiques. Dans les films, l'écran manque un peu de contraste mais les couleurs sont correctes. Pour la photo et après quelques réglages, il répondra présent et en bureautique on appréciera sa large surface de travail offerte par la résolution WQHD. Au final, avec le CB270HU, Acer propose un moniteur vraiment polyvalent et plutôt abordable.



449 €

## Sandisk iXpand Clef USB

■ Cette clef USB à peine plus massive qu'un modèle standard dispose aussi d'un connecteur Lightning 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.



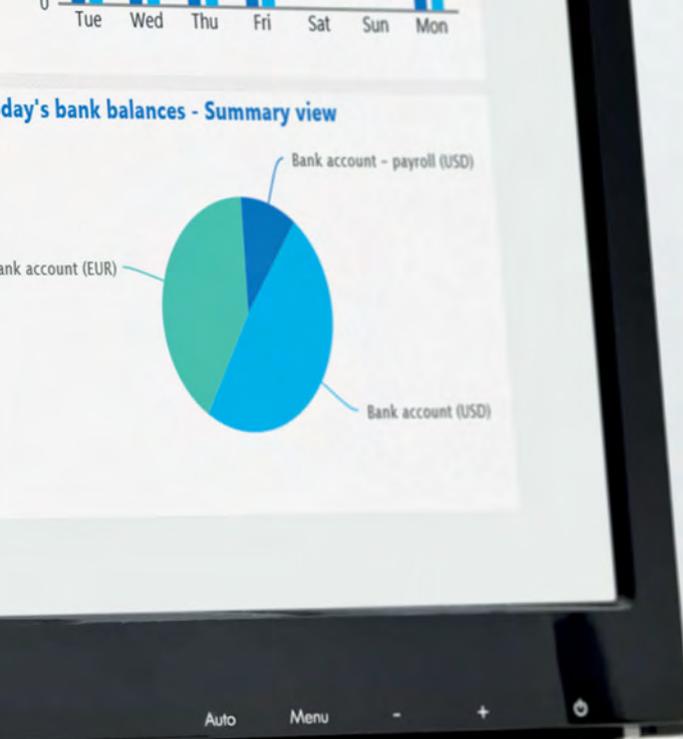
49 €

## Noreve Tradition B Etui iPad Air 2

■ L'iPad Air 2 est sans doute la tablette la plus séduisante actuellement et montre qu'il est toujours possible de faire encore mieux. Elle séduit par sa finesse et son poids plume mais demande aussi à être protégée dignement, surtout au regard du prix ! On peut certes se contenter d'une housse minimaliste qui ne donne pas trop d'embonpoint mais la protection sera limitée et surtout une bonne partie de l'aspect valorisant de la tablette disparaît. C'est là qu'intervient Noreve avec son étui Tradition B pour l'iPad Air 2. Déjà les productions de cette marque française sont réputées pour leur qualité de fabrication et l'usage exclusif de cuir véritable. Cet étui s'inscrit dans cette tradition. La version de base est fabriquée en cuir de vachette à la fois très joli, très résistant et très agréable au toucher. L'iPad est serti par une coque en dur qui évite les rebords et garantit la rigidité. Le dessous est revêtu de cuir épais et amorti ce qui permet de résister aux chocs, même importants. Le rabat est similaire et se fixe grâce à une languette aimantée qui est très pratique à utiliser. Bien entendu, l'iPad se met en veille quand on ferme et se réveille quand on ouvre. Une béquille déployable au dos permet de placer l'iPad à la verticale en mode paysage. L'étui Tradition B protège efficacement, s'avère très agréable au quotidien et c'est un objet luxueux en harmonie avec la tablette d'Apple. Il existe aussi des modèles pour les tablettes haut de gamme sous Android.

84,90 €





# XH81V – UN ATOUT POUR VOS VENTES

- ▶ Compatible avec les nouveaux processeurs
- ▶ Absolument silencieux et pas encombrant
- ▶ Idéal comme PC de bureau et multimédia
- ▶ Haute résolution 4K grâce au DisplayPort
- ▶ Très faible consommation énergétique
- ▶ Gère deux écrans simultanément
- ▶ Beau design

€ 163,-\*

DISPONIBLE  
DANS DEUX  
DESIGN



## PC SLIM POUR PROCESSEURS INTEL DE QUATRIÈME GÉNÉRATION

Offrez à vos clients un PC alliant beauté, silence et hautes performances : voici le PC slim Shuttle XH81V blanc ! Il offre des possibilités étendues dans un format très réduit, jouit d'une riche connectique (DisplayPort, HDMI, USB 3.0, Gigabit-LAN, RS-232) et d'une grande compatibilité avec la plupart des composants sur le marché. Un socle vertical (PS01), un support VESA (PV02), un adaptateur pour disque dur 3,5" (PHD4), un port VGA (PVG01) et un kit Wi-Fi (WLN-S) sont tant d'options disponibles permettant d'adapter ce PC slim à vos besoins.



**Devenez revendeurs officiel Shuttle et bénéficiez de nombreux avantages offerts**

Informations Programme revendeur : sales@shuttle.eu · +49 (0) 4121 476 834

\* Prix d'achat revendeur conseillé (PRC) auprès des grossistes officiels Shuttle ; périphériques de saisie et écran non contenus dans la livraison.

[www.shuttle.eu](http://www.shuttle.eu)

Tech Data

EDOX  
Divisione multispecialista IT

ECP  
EUROPEAN COMPUTER PERFORMANCE

SAB

Shuttle®



## Madcatz CTRL Micro Manette de jeu mobile

■ Cette manette de Madcatz est compacte pour pouvoir s'emporter facilement mais offre néanmoins assez d'espace pour une bonne ergonomie. Comme sur ses grandes sœurs pour console de salon, elle comporte des gâchettes analogiques et deux joysticks progressifs. Leur précision est vraiment bonne, tout comme leur accessibilité pour le pouce. Même de longues sessions ne fatiguent pas trop. L'alimentation se fait par deux piles ce qui garantit une autonomie de plus de 30 heures, simplifie l'usage et réduit les coûts de production. Sur des jeux de course ou d'action à la première personne, ou encore de sport comme d'arcade, le bénéfice est immédiat par rapport au tactile et justifie largement l'investissement. Pour jouer en situation de mobilité, un support permet de fixer le smartphone au-dessus de la manette et cela fonctionne bien même si au début il faut tâtonner un peu. La finition est bonne avec un ajustement irréprochable mais la surface en plastique brillant n'est pas très agréable au toucher. Madcatz propose deux versions, la R à 39 euros pour Android et la I à 49 euros pour iOS depuis la version 7.

39 € (version Android)

## Microsoft Wireless Display Adapter Clé HDMI sans fil

■ Avec le Wireless Display Adapter, Microsoft propose une solution simple pour afficher sur grand écran le contenu issu d'un smartphone, d'une tablette ou encore d'un ordinateur. Pour cela, l'appareil s'appuie sur le protocole Miracast et se connecte simplement sur la prise HDMI du téléviseur, moniteur ou vidéoprojecteur. L'alimentation est assurée par un connecteur USB qui se connecte sur la prise idoine du diffuseur. Le système est compatible avec les environnements Android (à partir de la 4.2.1) et bien entendu Windows et Windows Phone 8.1. Une fois le Wireless Display Adapter connecté au diffuseur,

l'appareil source le détecte automatiquement et se synchronise avec. Aucune application n'est nécessaire. Dès lors, il est possible d'afficher ce que l'on veut sur l'écran. Il faut toutefois ne pas trop s'éloigner du diffuseur au risque de voir apparaître une certaine latence. En effet, la distance maximale entre l'appareil source et le diffuseur ne devra pas excéder la dizaine de mètres. Le Wireless Display Adapter permet de dupliquer en mode sans-fil le contenu mobile sur le grand écran du téléviseur, par exemple pour regarder photos et vidéos en famille.

69,90 €

## Mionix Avior 8200 Souris ergonomique

■ Le spécialiste suédois de l'accessoire pour le jeu a réussi un design exceptionnel avec cette souris. La forme ambidextre est parfaitement proportionnée et procure beaucoup de confort sans nuire à la réactivité. La position de la main est à la fois active et passive. Grâce au galbe du dessus, la main peut se reposer mais en même temps les côtés incurvés plus fins permettent aux pouces de prendre le contrôle pour la rapidité et la précision. Les boutons principaux sont parfaits, tout comme la molette allie crans précis à facilité de mouvement. Même les boutons latéraux se manipulent bien, surtout du côté pouce. Le revêtement soft touch est très qualitatif et semble mieux vieillir dans le temps que celui de la concurrence. Deux larges patins en téflon assurent une bonne glisse et le câble USB à mémoire de forme évite d'être entravé dans ses mouvements. Le capteur laser est largement au-delà des besoins du joueur le plus aguerri, nul besoin de s'étendre dessus. Cette souris, à l'ergonomie et à la précision parfaites, conviendra aussi bien au joueur exigeant qu'à tout utilisateur régulier d'un ordinateur à la maison.



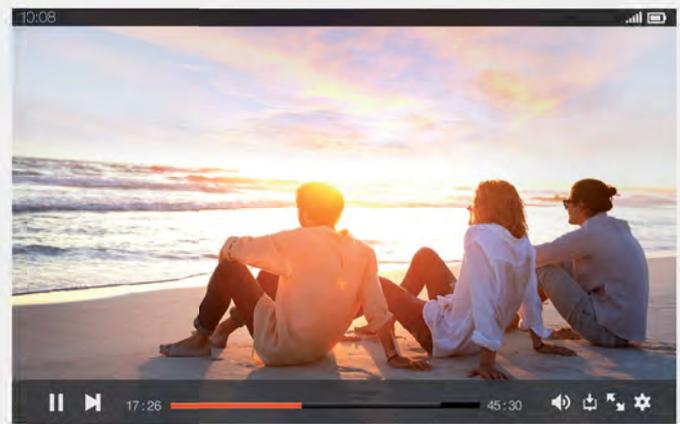
79 €

**lenovo**®

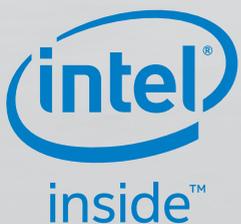
# YOGA

## TABLET 2 PRO\*

LA TABLETTE FAIT SON CINEMA



**RETROUVEZ-NOUS  
STAND DIAGHILEV – U04**



TRAVAILLEZ ET JOUEZ GRÂCE AUX  
PERFORMANCES D'INTEL INSIDE®

\* Tablette équipée du système d'exploitation Android™ 4.4 KitKat

# L'IMAGE & LE SON



L'IMAGE & LE SON

# Année connexion

Enfin, le téléviseur plat s'est stabilisé sur un taux de renouvellement important, autour de 5,5 millions d'unités par an. Reste qu'il faut maintenant endiguer la chute de la valeur pour retrouver des niveaux de prix qui permettent une valorisation et une montée en gamme. Or, les leviers pour y parvenir manquent cruellement. Dès les premiers prix, la finesse et le design peuvent être jugés suffisants, ce n'est plus vraiment un axe de différenciation. La 3D n'est plus du tout un argument, elle n'intéresse pas le consommateur, et la connexion n'est guère considérée comme une valeur ajoutée au pays de la box. Technologiquement, il reste le passage à l'Ultra-HD, la qualité d'image et surtout l'augmentation de la diagonale pour faire monter en gamme.

La qualité déplorable du son d'un téléviseur plat a pour effet positif de soutenir le marché de l'audio-vidéo qui se simplifie beaucoup. Toutes les solutions encombrantes et celles qui incluent un lecteur optique disparaissent progressivement des rayons au profit de la seule barre de son et de sa déclinaison plus récente, le support sonore. Ce segment croît grandement mais souffre également d'un prix moyen en forte baisse. L'audio stéréo se porte très bien de son côté car il négocie habilement le passage au dématérialisé et au sans-fil. La chaîne stéréo classique se porte bien en s'équipant de ces nouveaux atouts. Même le haut de gamme audiophile se met progressivement au numérique sans support physique. Logiquement, ce sont les enceintes autonomes sans fil, particulièrement en Bluetooth, qui progressent le plus fortement alors que le multi-room demeure finalement discret, n'ayant pas encore trouvé la voie vers le grand public. Après une courte période de saturation et d'errements vers la mode, le casque audio demeure une valeur sûre et là encore c'est la modernité qui prime avec l'intra-auriculaire et le sans-fil qui progressent notablement.





**L'**image et le son dans la maison ne sont plus liés à un endroit dans le salon en tant que lieu rituel devant lequel se réunit la famille. Cependant, il y a toujours un téléviseur qui peut s'accompagner d'une barre de son pour améliorer sa qualité audio. De même demeure souvent une chaîne audio stéréo classique avec deux enceintes. A côté de cela s'utilisent d'autres écrans, un second téléviseur certes, mais surtout et de plus en plus une tablette ou un ordinateur portable. Ils s'accompagnent en audio d'une ou plusieurs enceintes sans fil, d'un ou plusieurs casques, voire d'un système multi-room pour les plus technophiles. Et tous ces appareils ne s'alimentent plus par des sources physiques, ou du moins de plus en plus rarement. Si la plupart des foyers disposent encore d'un lecteur DVD ou Blu-ray, ils sont désormais abonnés à des services de télévision par Internet qui proposent des services de vidéo à la demande. En audio, le CD est toujours là mais la musique se stocke désormais sur le smartphone ou sur l'ordinateur avec là aussi un accès de plus en plus fréquent aux services de musique par abonnement comme Spotify. Il ne faut pas croire pour autant que cette mutation est achevée, nous sommes en pleine transition entre ces modes de consommation qui vont encore cohabiter pendant un certain temps ce qui rend l'écosystème image et son très complexe à appréhender. L'industrie et la distribution font face à un défi de taille qui est de proposer des appareils capables d'être le plus universel possible, tout en étant simples à comprendre et à utiliser.

#### AUTOUR DE LA TV

Le téléviseur dans le salon conserve son rôle d'écran familial de grande taille mais il s'intègre aussi dans ce nouvel écosystème plus complexe des nouvelles sources audio et vidéo, tout comme il doit interagir avec les autres écrans et appareils audio ce qui est assez complexe à démontrer. En fait, le téléviseur joue de plus en plus un rôle de simple moniteur. Certes, il y a toujours le moins disant de la TNT terrestre mais de plus en plus, l'alimentation en contenu se fait par la fameuse box, désormais omniprésente et connectée par l'ADSL, le câble ou la fibre. Elle apporte la vidéo à la demande ou par abonnement avec des services qui font désormais beaucoup parler d'eux comme Canal Play ou Netflix. A ce niveau, il n'y a pas beaucoup à faire pour valoriser le téléviseur car la connexion se fait par un simple câble HDMI. Il en va de même avec le lecteur physique qui se vend de moins en moins, tout comme il se vend moins de DVD et de Blu-ray. Ce n'est pas l'arrivée du Blu-ray Ultra-HD, enfin prévue pour la fin d'année, qui va inverser la tendance. Reste à connecter le téléviseur directement à Internet. Pour se démarquer des box, les constructeurs misent de plus en plus sur Android TV et sa plateforme applicative mais les opérateurs se préparent à l'intégrer aussi dans les box. La



## L'info

**En 2015, il devrait se vendre plus de 5 millions de téléviseurs, 5 millions d'appareils audio et 9 millions de casques pour un chiffre d'affaires global autour de 3,5 milliards d'euros.**

communication avec les autres écrans de la maison est une piste plus prometteuse mais qui achoppe à des normes trop diverses selon l'environnement des écrans secondaires. S'il est simple d'afficher en grand par la prise HDMI, ce n'est guère pratique. Les solutions sans fil sont plus prometteuses mais trop diverses entre le Miracast pour les appareils sous Android, le WiFi pour communiquer avec l'ordinateur et des appareils Apple qui nécessitent des solutions propriétaires. On le voit, le téléviseur a bien du mal à s'insérer dans le nouvel univers multi-écrans et dématérialisé au-delà de sa fonction de moniteur. Peu nombreux sont ceux qui seraient prêts à payer pour de toute manière. Au-delà de l'affichage, le téléviseur a abandonné la partie aux opérateurs.

#### DU SON POUR LA VIDÉO

Le téléviseur a bien tenté de jouer un rôle dans l'univers du son à la maison mais cela n'a guère été couronné de succès. La naissance de ce nouveau pôle central audio et vidéo autour du téléviseur n'a pas eu lieu. Tout comme une chaîne audio qui diffuse à la fois le son du téléviseur et la musique n'a pas réussi à convaincre non-plus. C'est donc la barre de son et sa déclinaison le support sonore qui ont plu par la simplicité du message qui est d'améliorer le son du téléviseur. Les tentatives

# CHANGHONG

Make your Imagination Fly



**i SMART-TV**

**So Fast So Easy**

Channel classification, Get what you want fast

**i SMART-TV**

**iSmart-TV** est le nouveau système d'exploitation des téléviseurs connectés Changhong. Il permet le contrôle total de votre téléviseur via votre smartphone. Recherche catégorisée, classification des chaînes, réservation de programmes...

**La gestion de votre téléviseur devient ludique, rapide et intuitive.**

## L'IMAGE ET LE SON FOCUS

de faire de la barre un ensemble complet audio et vidéo ont échoué aussi. Elle se connecte au téléviseur, de préférence en HDMI, pour en améliorer le son, et c'est tout. La seule fonction qui semble s'imposer peu à peu mais sans permettre de créer une réelle valeur ajoutée, c'est l'intégration du Bluetooth qui restitue la musique contenue sur un appareil mobile, surtout le smartphone. Pourtant, il semble sensé d'intégrer la barre dans un ensemble audio multi-room moderne qui puise son contenu dans les services et dans le smartphone. En dehors de quelques tentatives, notamment chez Sonos et Samsung, rien de vraiment concluant n'est apparu sur le marché et les ventes demeurent confidentielles. D'autres constructeurs ont tenté la connexion au réseau domestique en WiFi ou en Ethernet sans plus de succès, une solution sans doute jugée trop compliquée par le public visé. Si les envies de numérique peuvent se fédérer autour du téléviseur quand la famille se réunit, cela se fait par les box opérateurs et n'inclut pas vraiment la musique.

### L'AUDIO DEVIENT MULTIPLE

Le son dans le foyer est une problématique complexe où se côtoient de nombreuses solutions de transition entre le physique et le dématérialisé. Il y a déjà la chaîne stéréo classique qui suscite toujours l'engouement avec des ventes en forte hausse, tant qu'elle est connectée. Elle peut le faire de manière plus ou moins complète. La première étape est évidemment d'intégrer le Bluetooth pour pouvoir diffuser la musique contenue sur un smartphone, c'est le service minimum. Ensuite, elle peut se connecter au réseau domestique en WiFi ou en filaire ce qui étend grandement son champ d'action. Car à partir de là, elle peut se piloter à distance par un smartphone ou une tablette, restituer son contenu musical, diffuser par son intermédiaire les musiques contenues sur un ordinateur ou encore mieux utiliser directement un service en ligne par abonnement tel que Spotify. Cette super-chaîne connectée représente sans aucun doute l'avenir pour ce segment, encore faut-il que la connexion soit simple et l'utilisation évidente. C'est le cas désormais par l'application mobile mais qui demande à être démontrée dans le rayon. Pour l'heure aucun magasin ne montre une chaîne connectée en fonction avec une tablette pour la piloter par son application. Devant cette relative complexité d'une chaîne stéréo qui puise dans toutes les sources, de plus en plus

## L'info

**L'audio résidentiel et nomade  
représentera plus d'un milliard  
d'euros en 2015 avec  
un prix moyen par appareil  
d'environ 75 euros.**



nombreux sont ceux qui cherchent une diffusion plus simple de la musique du smartphone. Si le dock filaire est logiquement sur le déclin, l'enceinte plus ou moins nomade en Bluetooth a le vent en poupe. Avec elle, la frontière entre l'audio résidentiel et nomade devient d'ailleurs très mince. S'il y a des modèles uniquement alimentés par le courant et peu mobiles, le gros des enceintes amplifiées sans fil fonctionnent sur batterie et sont mobiles, au minimum dans la maison, avec extension possible sur le balcon, la terrasse et le jardin. Puis il y a ces modèles plus petits mais déjà costauds au niveau sonore qui pèsent autour du kilo et peuvent donc s'emporter en déplacement.

### LE MULTI-ROOM MOINS VITE QUE PRÉVU

La solution multi-room semble régler tous les problèmes en pouvant s'adapter à toutes les sources et à toutes les situations. Sur le papier, c'est la solution idéale. Il n'y a plus d'appareil central en soi, tout se pilote depuis la tablette ou le smartphone. La musique peut provenir de l'appareil mobile, d'un ordinateur relié au réseau et surtout d'un service en ligne qui fonctionne par abonnement. La modularité permet ensuite d'équiper le foyer selon la taille, le nombre de pièces et l'existant. On peut choisir d'installer une enceinte amplifiée dans chaque pièce, d'en avoir une autonome qu'il est possible de déplacer dans la maison, de relier la chaîne stéréo du salon par un module d'extension et même d'y associer la barre de son du téléviseur. On pensait que ces solutions multi-room qui ont commencé à voir le jour chez la plupart de constructeurs allaient envahir les étals et remplacer toutes les autres formes d'audio résidentiel mais il n'en fut rien. Si l'offre s'est effectivement considérablement élargie et que les ventes sont en hausse, ce segment demeure encore confidentiel si on le compare aux autres formes de diffusion audio. Les 140 000 systèmes vendus en 2014 sont à mettre en perspective avec le million de chaînes stéréo qui se sont vendues sur la même période ! Cela s'explique sans doute par des prix élevés mais surtout par l'aspect anxiogène d'une solution mal comprise par le public. Le multi-room ne pourra s'imposer que si constructeurs et distributeurs font de gros efforts pour démocratiser par la démonstration en magasin.

### L'AUDIO HD

On l'a vu, la plupart des appareils audio s'ouvrent sur le dématérialisé soit en diffusant la musique contenue sur les appareils mobiles ou les ordinateurs, soit en accédant directement aux services de musique en ligne par abonnement. Pour se faire, ils échangent généralement sans fil avec les sources potentielles. Si dans l'audio entrée et milieu de gamme, le Bluetooth et les MP3 sont la norme, dès qu'il s'agit de prétentions audiophiles, on est loin du compte. Pour que la Hi-Fi résidentielle ou nomade puisse aussi s'exprimer dans la modernité, les choses évoluent du côté de sources. Pour l'heure, le CD demeure la référence avec une qualité 16 Bits / 44 KHz. En dématérialisé, on peut aller bien au-delà et gagner à la cause les audiophiles exigeants. Cela commence bien évidemment par la source et donc le fichier. Déjà, le MP3 peut être moins compressé et gagner ainsi en qualité, par exemple si on s'en tient à un débit minimal de 320 kbps. Mais on peut aller plus loin avec d'autres formats dont l'encodage et la compression n'entament pas la qualité d'origine. Désormais, il est courant de trouver des fichiers dont la qualité est de 24 Bits / 96 KHz. Il est possible d'aller encore plus loin mais on arrive à la limite de ce que l'oreille peut percevoir. Cependant, en Hi-Fi, ce n'est jamais la raison qui a présidé au développement des appareils. Toujours est-il que ces



# THOMSON

Ruban  
DS500

Tour Multimédia  
300 Watts – Radio RDS – Slot in CD – NFC – USB Read & Charge

[www.thomsonaudiovideo.eu](http://www.thomsonaudiovideo.eu)

THOMSON est une marque de TECHNICOLOR SA ou de ses filiales utilisée sous licence par BIGBEN INTERACTIVE.  
Bluetooth SIG, Inc. Le nom Bluetooth et les marques déposées Bluetooth sont la propriété de Bluetooth SIG, Inc. Photos non contractuelles.



## L'IMAGE ET LE SON FOCUS

fichiers qualifiés globalement de HD, pour haute définition, commencent à être disponibles en téléchargement sur les sites de vente et même sur les services de musique par abonnement. Tous les appareils audio connectés à prétention audiophile doivent être en mesure de les lire, de les convertir et de les diffuser, qu'il s'agisse d'une barre de son, d'une chaîne stéréo, d'une enceinte amplifiée sans fil ou d'un système multi-room. Ainsi apparaît une nouvelle terminologie comme seul la Hi-Fi a le secret avec la qualité de lecture en Bits et KHz mais aussi celle du convertisseur ou DAC chargé de décoder le fichier numérique et de le transformer en signal analogique. Même l'audio nomade est touché par le phénomène car il faut bien reconnaître que le smartphone n'est pas un baladeur franchement HD, encore que certains modèles intègrent des convertisseurs de qualité capables de décoder du 24 Bits / 96 KHz. Toujours est-il que cela laisse de la place pour des baladeurs dédiés et même des casques capables de lire et de restituer l'audio HD.

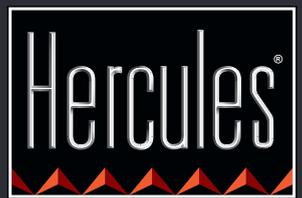
### L'AUDIO NOMADE

L'audio nomade est en pleine croissance ce qui est logique avec un smartphone devenu universel. Il y a principalement deux types de solutions audio pour profiter de la musique en déplacement. Le casque est évidemment la plus évidente et il est largement plébiscité. Après une inflation de casques à arceau mode que l'on se plaisait à exhiber, la demande a évolué et le marché s'est restructuré en fonction. Cela a conduit à une baisse du volume mais qui est restée très mesurée et a finalement eu pour effet positif un prix moyen qui augmente et un chiffre d'affaires de nouveau en hausse. L'effet mode un peu passé, c'est l'adéquation avec les besoins qui prime logiquement. L'intra-auriculaire peu encombrant se vend de mieux en mieux et le sans-fil devient un réel sujet. L'enceinte Bluetooth est l'autre grande gagnante de la vague nomade en audio. Malheureusement, ce sont surtout les modèles miniatures à petit prix dont les volumes croissent exponentiellement. En parallèle, l'offre qualitative avec des prétentions audio est en train de se structurer. Les prix vont de 100 à 400 euros et ce sont typiquement des modèles qui peuvent se glisser dans un sac tout en offrant une grande autonomie. ■

### LA VENTE

Que ce soit le téléviseur ou l'audio, le rayon joue un rôle crucial par la mise en avant et la démonstration. Ces marchés ne sont pas en crise ce que prouvent déjà des volumes et un chiffre d'affaires en hausse. Il reste juste au rayon à faire comprendre la modernité pour faire monter en gamme. Pour le téléviseur, cela passe clairement par la mise en scène des grandes tailles dans un environnement qui permet au consommateur de se représenter l'écran chez lui. En dehors de la comparaison pour montrer qu'un grand écran n'est pas si encombrant, le linéaire ne devrait surtout pas chercher à exposer les tailles en enfilade dans un mur d'image. Qu'il y ait un endroit où sont regroupés quelques petites tailles pour l'équipement secondaire soit, mais pour le reste, place au 46 et au 55 pouces. L'ultra-HD doit régner en maître avec une diffusion d'images en haute qualité. Évidemment, les barres de son et les supports sonores doivent se vendre au rayon téléviseur et être mise en scène avec les diés écrans. L'écoute doit être possible, tout comme la visualisation de ce que cela pourrait donner chez soi. Pour l'audio en tant que tel, il est essentiel de montrer les bienfaits de la connexion et du sans-fil, peu importe qu'il s'agisse d'un casque, d'une enceinte nomade, d'une chaîne ou d'un ensemble multi-room. Un appareil audio Bluetooth activé permet à chaque client de restituer un morceau depuis son smartphone pour se rendre compte par lui-même. Le fameux « Try Me ». Et si l'appareil est connecté au réseau domestique, il doit l'être en rayon avec une tablette en libre toucher qui permet d'expérimenter l'application associée. Tout cela peut sembler évident mais très rares sont les enseignes à proposer de telles mises en avant. Pour le multi-room, on peut même aller plus en loin en affirmant que tant qu'il n'y aura pas de démonstration en rayon, ce segment ne deviendra pas un marché de masse.





www.hercules.com

Nicolas  
**VUILLERMOT**

Rider VTT Trial professionnel  
et ambassadeur des haut-parleurs  
WAE Outdoor à travers le monde



**Made for riders\***

**WAE Outdoor 04Plus**  
Wireless Audio Experience



- \*Haut-parleur sans fil conçu pour les riders



- Certifié IP 66 : résistant à l'EAU, à la POUSSIERE et à la boue



- Résistant aux CHOCS

- Un son clair et puissant, pour vivre tous vos rides avec un maximum d'intensité !



MedPi 2015

ESPACE RAVEL – STAND D26



© Guillemot Corporation 2015. Tous droits réservés. Hercules® est une marque déposée de Guillemot Corporation S.A. La marque et le logo Bluetooth® sont des marques déposées de Bluetooth SIG, Inc. et sont utilisées sous licence par Guillemot Corporation. Toutes les autres marques et noms commerciaux sont reconnus par les présentes et sont la propriété de leurs détenteurs respectifs. Photos et illustrations non contractuelles. Les spécifications, la conception et le contenu sont susceptibles de changer sans préavis et peuvent varier selon les pays.

## LE TÉLÉVISEUR

**C**ertes l'écran plat est devenu un pur marché de renouvellement mais avec environ 5,5 millions de téléviseurs par an, ce n'est pas la crise identitaire. Si certains analystes remettent déjà en cause l'appareil en tant que tel face aux écrans nomades, la réalité est toute autre. Ni l'ordinateur, ni la tablette et encore moins le smartphone ne peuvent remplacer le grand écran du salon. De tels volumes sur un appareil qui n'est pas personnel sont franchement remarquables et pour information supérieurs aux meilleurs scores du cathodique en son temps. Tout juste peut-on constater que le second téléviseur est en péril face à l'équipement individuel. Il est vrai qu'en situation de mobilité au sein du foyer, les nouveaux modes de consommation apportés par la tablette peuvent la faire préférer à un petit poste de télévision secondaire, par exemple dans la chambre d'enfant ou à coucher. Là non plus, le téléviseur ne disparaîtra pas mais son renouvellement peut être soumis à des arbitrages ou au recyclage du poste principal. Pour un nouvel équipement, l'écran nomade de l'ordinateur ou de la tablette peut être préféré.

## CHANGER DE TAILLE

Ce qui plait au consommateur dans le téléviseur, c'est la taille de son image. C'est peut être une évidence énoncé ainsi mais c'est son principal atout et en être conscient permet de mieux appréhender le rayon. Outre le design, le principal apport de l'écran plat réside dans l'intégration de la grande taille dans le salon, devenue nettement plus simple par un encombrement plus réduit et un prix abordable au commun des mortels. La grande taille représente aussi la meilleure

piste pour créer de la valeur. Après, il est évident que le salon français n'est pas extensible et en rien comparable à celui d'un Américain mais tout de même avec un diagonale moyenne d'environ 34 pouces, il y a de la marge de progression. Avec des bords devenus plus fins, même en entrée de gamme, l'encombrement d'un téléviseur a gagné une taille. Désormais tous les salons peuvent accueillir un 40 pouces, nombreux sont ceux suffisamment grands pour du 46 à 48 pouces et le 55 pouces peut se loger fréquemment aussi. Partant de ce constat, il y a un parc installé en petite taille qui est absolument gigantesque, il s'agit de tous les modèles achetés il y a quelque temps alors que l'encombrement était encore plus important et les prix bien plus élevés. Très nombreux sont donc les consommateurs prêts à renouveler leur téléviseur pour acheter plus grand. Or cet argument de renouvellement avec montée en taille n'est jamais réellement exploité, ni en communication, ni dans le rayon. C'est pourtant un argument évident à mettre en avant pour faire monter en gamme. De plus, ce n'est guère compliqué à démontrer en utilisant des espaces de démonstration avec par exemple des mesures de recul et d'encombrement.

## PASSER À L'UHD

Après la taille, le second argument réside dans la résolution avec l'Ultra-HD devenu abordable. Si le contenu ne court pas encore les rues, ce n'est pas grave, il en a toujours été ainsi à chaque changement de définition. L'achat d'un téléviseur se fait dans la perspective d'une durée de vie assez longue, de cinq ans environ. Etre prêt pour l'avenir demeure donc le meilleur argument. Tout comme celui de dire



que la mise à l'échelle du contenu actuel en Full-HD aboutit à une image de meilleure qualité. Comme le gap de prix entre un modèle Full- et Ultra-HD n'est plus si grand, faire passer le consommateur à ce dernier ne sera pas trop compliqué si le rayon est organisé dans ce sens et que le vendeur est rôdé au discours adéquat.

### LE QUANTUM QUOI ?

L'autre argument de qualité est lié à celle de l'image. Et là c'est le drame car c'est un argument difficilement quantifiable en l'absence de nouvelle technologie évidente à comprendre. Le dernier exemple en date fut le rétroéclairage par LED. Après l'échec de l'OLED dont il n'a pas été possible de maîtriser la production de masse, le téléviseur doit faire avec un LCD / LED qui occupe 99,9% du marché. Complicé de créer de la valeur ajoutée dans ce consensus. Pourtant les constructeurs s'emploient à affiner la technologie existante et la dernière trouvaille s'appelle Quantum Dot. Le problème réside dans la technicité de ce nouveau type de rétro-éclairage impossible à expliquer simplement au consommateur. La conséquence est pourtant prometteuse avec un meilleur contraste, plus de dynamique dans l'image, un noir plus profond et des couleurs plus flatteuses, un peu à l'image de l'OLED justement. Certains se basent d'ailleurs sur cette analogie pour créer l'argument commercial mais on le sait, la comparaison n'est pas la meilleure manière de faire. En l'absence de norme simple et claire, d'autres préfèrent inventer la leur et on peut les comprendre, à l'image d'un Samsung qui appelle cela le S-UHD. Il n'empêche que si la technologie est

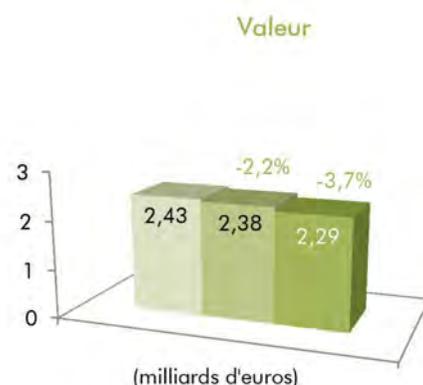
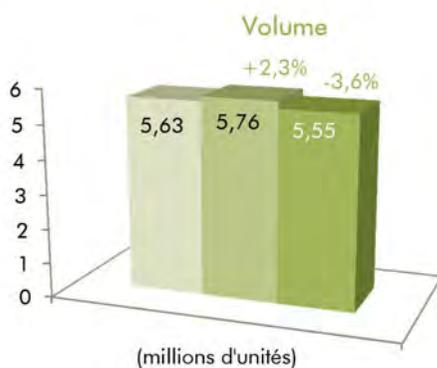
prometteuse, pour l'heure ce ne sera guère un argument que pour les plus technophiles des acheteurs.

### INCURVÉ OU PAS

Dernier argument qui porte, la courbure de l'écran. Cette innovation surtout portée par Samsung fait débat. Il est clair qu'en magasin, un écran incurvé se démarque clairement, déjà par un design franchement plaisant. Après, le bénéfice en termes d'immersion n'est pas si évident. Et ce n'est pas tant le problème d'un contenu qui se déforme ce qui ne gêne que les puristes du home cinéma. Il s'agit plus d'une question de disposition dans le salon. Un écran incurvé qui trône loin des spectateurs répartis dans un large demi-cercle autour n'est pas seulement bizarre à regarder mais exclut aussi de facto les personnes assises aux bords. En revanche, un téléviseur incurvé placé près de spectateurs bien assis en face apporte réellement plus d'immersion. Il y a donc du pour et du contre. Les autres constructeurs hésitent à s'investir dans l'incurvé. Certains proposent quelques modèles sans y croire vraiment, d'autres réduisent la courbure. La solution est peut-être à chercher dans la multiplicité de l'offre avec un modèle plat et incurvé à chaque niveau de gamme. A partir de là, tous les arguments de montée en gamme sont épuisés ou presque. La TV connectée peut encore décider certains qui n'ont pas de box ou ne les aiment pas, notamment avec l'intégration d'un Android TV devenu enfin mature avec une offre réelle à la clé. Mais s'il ne faut pas compter sur la connexion pour différencier les modèles dans le rayon. Par décence, évitons de parler de la 3D qui n'intéresse plus personne. ■



## Le téléviseur



## Samsung UE65JS9500 Voici le S-UHD

■ Il y a fort à parier qu'il ne s'en vendra pas en nombre et pourtant c'est l'un des modèles qu'il faudra avoir en rayon. Le dernier vaisseau amiral de la marque coréenne intègre tout ce qui se fait de mieux en matière d'écran plat. Le design attire fatalement l'œil du spectateur. Il s'agit d'un cadre ultra fin en aluminium et très minimaliste. La connectique est déportée dans un boîtier externe. L'écran est incurvé. Techniquement ça ne sert à rien, mais c'est ce que les constructeurs ont trouvé de mieux pour marquer la rupture par rapport aux années précédentes, aussi, on doit s'en servir en rayon. L'écran est évidemment Ultra-HD et adopte un nouveau type de rétroéclairage, les deux combinés étant appelés S-UHD par Samsung. Il faudra veiller à utiliser les bonnes images mais dans ce cas l'effet de démonstration en rayon est vraiment probant avec un contraste plus marqué et beaucoup de dynamique. Pour le reste, l'écran est connecté et Samsung maîtrise son sujet à ce niveau.

5 990 €



## Philips 50PUK6809 Le juste prix

■ Aujourd'hui, les écrans Ultra-HD se sont vraiment démocratisés et c'est important de retrouver un bon mix en rayon entre les modèles haut de gammes et ceux que l'on vendra dans la vraie vie. Ce modèle fait définitivement parti de cette dernière catégorie. Avec un prix très bas, une bonne qualité d'image et une marque à bonne réputation, il devrait bien se vendre. Le design est simple mais de qualité, faisant la part belle à l'aluminium gris anthracite. On apprécie la finesse des bords. La dalle offre un bon contraste et reste très lumineuse ce qui favorise son utilisation dans les lieux éclairés, comme les magasins par exemple. Il n'est pas incurvé. On le trouve également en 40 pouces, mais le step-up vers le 50 pouces est très abordable, aussi on aurait tort de ne pas le proposer. La partie TV connectée date un peu et la télécommande n'est pas réversible, et donc sans clavier complet, mieux vaut donc axer son argumentaire sur le rapport qualité/prix.

790 €

## Panasonic 55CX800 Haut de gamme très plat

■ Présenté au CES en début d'année, le 55CX800 est le modèle haut de gamme de la marque sans courbure. En effet, il existe un modèle incurvé, le CR850, beaucoup plus cher. Côté finition, on frôle la perfection. La dalle est inclinée et repose sur des pieds en métal reportés aux coins ce qui signifie qu'il faudra un meuble large pour le présenter seul, sinon, ce sera en linéaire mais compte tenu de l'inclinaison, évitez tout positionnement en hauteur. Le CX800 reprend l'ensemble des éléments du précédent AX900 avec une nouvelle dalle beaucoup plus contrastée ce qui en fait de facto l'arme absolue pour la qualité d'image. Ce n'est pas un modèle qui joue l'esbroufe, il s'adresse aux cinéphiles et en l'absence de contenu Ultra-HD de qualité pour l'instant, il faudra de préférence opter pour une source Blu-ray de qualité afin de démontrer en magasin. De même, il conviendra de coupler ce téléviseur à une barre de son haut de gamme, histoire de compléter le spectacle.

2 190 €



## Changhong UHD55C5500 Grand et défini

■ Parmi les marques chinoises qui montent, Changhong fait figure d'incontournable. Il faut dire que la marque s'appuie sur un marché intérieur puissant et des capacités industrielles qui font rêver. Il est donc naturel que la marque cherche à s'étendre à l'international. Ce 55 pouces Ultra-HD en témoigne. La finition est plutôt belle, avec un pied en métal et des bords très fins. La dalle est soulignée d'aluminium, c'est très élégant. L'écran est Ultra-HD. Il y a peu de contenu dans ce format pour l'instant, mais c'est un investissement sur l'avenir. Côté TV connectée, l'appareil a fait simple puisque l'on trouve quelques applications de bases ainsi qu'un navigateur Opéra. Ce n'est pas un produit pour technophile mais il permet d'avoir une belle image en très grande taille sans se ruiner et tout en étant paré pour le futur. L'écran n'est pas 3D mais de toute manière cette technologie n'intéresse plus personne.

799 €





## Thomson 48FZ5635 Grand et raisonnable

■ Pour ceux qui cherchent un écran tout simple, il y a ce modèle TCL/Thomson. Ce n'est pas l'écran le plus performant du marché mais il offre une diagonale intéressante et surtout une qualité d'image plus qu'acceptable ! La taille retenue est inhabituelle avec 48 pouces mais elle permet de fabriquer les téléviseurs de façon très économique. La dalle est Full-HD seulement. Le contraste est très bon, avec une densité de noir suffisante. Certes, la finition n'est pas conforme à ce que l'on peut attendre en haut de gamme mais elle ne dénote pas trop. Le pied, notamment, est assez massif. La télécommande marque un peu le pas aussi. Pour le reste, le cadre est très fin et il n'aura pas à rougir face à un modèle plus onéreux. On pourra faire l'impasse sur la TV connectée. C'est avant tout un modèle conçu pour regarder la TV dans de bonnes conditions en grand format et sans se ruiner, ce n'est déjà pas si mal.

499 €

## LG 55UB850V Du Web dans l'OS

■ La TV connectée est souvent mal pensée sur la plupart des modèles, avouons-le. Du coup, la plupart des utilisateurs se rabattent sur leur box Internet. LG propose une alternative avec WebOS, une interface ludique et conviviale, couplée à une électronique vélocité. Certes, il n'y a pas encore toutes les applications mais dans le spectre des interfaces TV connectées, WebOS est celui qui est le plus facile à démontrer en rayon. C'est très plaisant. Pour le reste, ce 55 pouces est équipé d'une dalle Ultra-HD. La qualité d'image est très correcte, mais attention, la dalle est très brillante et en magasin, il faudra faire attention aux reflets lors de l'installation. La mise à l'échelle des contenus en Full-HD est suffisamment bonne pour que l'on fasse la démonstration avec un Blu-ray. Par contre, évitez les DVD, c'est peine perdue. La dalle n'est pas incurvée mais le design est original, avec un pied très ample et tout en courbe. Cerise sur le gâteau, l'écran ne coûte pas si cher que cela au regard du niveau de finition.

1 300 €





## Let the music be\*...

Associant une qualité sonore haute-définition à un design moderne, l'**ATH-MSR7**, à la fois sobre et tendance, doté d'une nouvelle technologie haute-résolution est le résultat d'années de recherche.

Conçu pour être utilisé chez soi ou à l'extérieur le casque **ATH-MSR7** est le nec plus ultra en matière de confort et est parfait pour apprécier les nouveaux formats de musique haute-résolution sur les derniers lecteurs et smartphones.

**Audio-Technica améliore la qualité de votre écoute depuis 1962.**

*\*Que la musique soit.*

**QOBUZISSIME**  
LE GOÛT DE QOBUZ

**CHOC**  
de  
**CLASSICA**  
HI-FI

[www.audio-technica.fr](http://www.audio-technica.fr)



 **audio-technica**  
*always listening*

## CHANGHONG

Romain De Carli, Product &amp; Marketing Manager

**L**a valeur ajoutée par la qualité d'image, qu'en pensez-vous ?

Des premiers téléviseurs à tube il y a plus de 60 ans aux écrans Ultra-HD d'aujourd'hui, la recherche perpétuelle de l'image parfaite a toujours fait partie de l'histoire la TV. Avec la poussée des innovations tels que l'OLED, le Quantum Dot ou la 8K, on s'aperçoit que les constructeurs s'inscrivent toujours dans cette logique de compétitivité technologique. Lors du CES 2015, nous présentions notre gamme OLED. Quand on connaît le coût et la complexité de fabrication des dalles OLED, placer ces nouvelles TV comme fer de lance de la marque, c'est envoyer un signe fort à l'ensemble des acteurs du marché. Changhong est dans la course à la qualité de l'image. Cependant, nous sommes conscients que l'image n'est pas l'unique source de valeur ajoutée. En effet, sur un marché français dominé par les tailles intermédiaires du 32 au 40 pouces et surtout gouverné par le prix, la qualité d'image ne constitue qu'un critère de choix parmi d'autres comme le design, la marque et la connectivité. En d'autres termes, nous positionnons les innovations et avancées techniques comme vitrine technologique pour affirmer une ambition et un savoir-faire.

**Quel sera l'impact des nouveaux standards de diffusion ?**

L'étude du passé nous montre qu'à chaque bascule technologique, il y a un impact évident et direct sur les ventes. Il en sera donc très probablement de même pour la transition du MPEG-2 vers le MPEG-4. D'après une étude du cabinet GfK, tous les téléviseurs produits avant 2008 sont concernées, soit 25% de la base installée en France ou 10 millions d'unités. Bien évidemment, nous n'assisterons pas à un renouvellement complet sur 2016. En effet, d'après le CSA, 44% des foyers français reçoivent le signal par une box et par Internet. D'autant plus que le téléviseur connecté à la TNT est généralement l'équipement secondaire destiné à la chambre ou à la cuisine. Au final, 8% des foyers français reçoivent le signal uniquement par la TNT avec un poste non équipé pour le MPEG-4. Même s'il existe des boîtiers additionnels, il y a fort à penser que ces consommateurs profiteront de l'occasion pour renouveler leur matériel. Certains analyste s'accordent même à dire qu'à partir de fin 2016, il ne resterait plus 5 % des foyers TNT à convertir. Changhong ajoute à la nouvelle norme les autres évolutions connexes comme l'Ultra-HD, le HDMI 2.0 et le HEVC. Nous avons déjà observé lors du passage au numérique que chaque introduction d'une nouvelle norme crée de l'hétérogénéité et de la confusion dans l'esprit consommateur. Il nous semble donc judicieux de synchroniser l'évolution de la norme avec l'intégration de toutes les dernières technologies.

**Pour que l'écran connecté devienne vraiment un argument, faut-il passer par Android TV ?**

L'atout majeur des téléviseurs connectés est d'intégrer dans un même appareil la diffusion et l'accès à la source avec toutes les possibilités qui en découlent, comme la VOD. Aujourd'hui, la connexion n'est plus un argument de montée en gamme mais une évidence. Pour autant, nous n'en sommes qu'au début en termes d'utilisation. Comme la tablette a créé de nouveaux usages et une nouvelle façon de vivre l'informatique nomade, le téléviseur connecté doit changer notre rapport à la consommation de contenus audiovisuels. Ce sont ces nouveaux usages qui auront un impact sur le marché. Aux yeux de notre Président, Mr Zhao, « L'avenir de la TV dépendra notre capacité à la rendre

plus intelligente ». Chez Changhong, notre Android TV se nomme ISmart TV. Opérant sur la plateforme MMH, ISmart TV permet le contrôle intégral par le smartphone. Android TV est une solutions parmi d'autres, c'est l'usage et l'accès au contenu qui priment.

**Quelles sont les pistes de valeur les plus prometteuses entre la grande taille, l'Ultra-HD et la courbure ?**

Avant tout, il faut comprendre ce qu'est Changhong. Nous sommes le sixième constructeur mondial, premier sur le segment des téléviseurs connectés en Chine. Fort de ce savoir-faire et de ce positionnement, notre stratégie consiste à démocratiser les produits de haute technologie. Pour la France, cela se traduit par une offre axée sur la valeur abordable. Ainsi, nous concentrons nos efforts sur l'Ultra-HD ce qui a permis un rééquilibrage de nos gammes avec un segment entrée de gamme qui n'est plus majoritaire dans notre offre. Pour la fin de l'année, nos modèles Ultra-HD intégreront en plus toutes les dernières évolutions technologiques comme le HDMI 2.0. La valorisation passera aussi par l'incurvé et nous montrons au MedPi le Q2C, premier représentant d'une gamme qui sera disponible avant la fin de l'année. Nous sommes conscients de notre position de challenger en France qui ne nous permet pas de jouer la carte exclusive des grandes tailles ou de l'incurvée à court terme, segment de marché où les consommateurs préfèrent encore ce tourner vers des marque A. Cependant, nous avons amorcé l'évolution vers la valeur avec l'Ultra-HD et le gain en parts de marché qui en a découlé nous encourage à poursuivre dans cette voie. ■



« Nous sommes le sixième constructeur mondial, premier sur le segment des téléviseurs connectés en Chine. »

# SCHAUB LORENZ

**Philippe Samuel, Directeur général**

## **L**a valeur ajoutée par la qualité d'image, qu'en pensez-vous ?

La qualité de l'image est déterminante dans le choix d'un écran plat, plus que la taille. C'est le premier critère à prendre en compte. Une qualité d'image optimale permet de tirer le meilleur parti des sources en haute définition comme le Blu-ray, les consoles de jeu dernière génération, la TNT-HD... Pour ce faire, il y a trois paramètres essentiels : la définition, la fréquence et le contraste. Nous nous efforçons de proposer les trois au meilleur tarif. Néanmoins, il ne faut pas négliger la qualité de son. Les écrans étant de plus en plus fins, la place pour les haut-parleurs est de plus en plus limitée et il devient compliqué d'offrir un rendu audio de qualité.

## **Quel sera l'impact des nouveaux standards de diffusion ?**

La multi-réception progresse et concerne plus d'un foyer sur trois désormais. La TNT et l'ADSL sont les deux modes de réception qui sont le plus souvent associés. La généralisation de la norme Full-HD va rendre obsolète près de 10 millions de télévisions avec l'arrêt de la diffusion en Mpeg-2. Quelle aubaine pour les vendeurs de téléviseurs ! D'ici à avril 2016, près d'un quart du parc français doit être changé. Ces téléviseurs ne seront en effet plus compatibles avec la nouvelle norme Full-HD qui remplacera définitivement l'ancienne dite SD. La réception via ADSL, câble ou satellite pourra toutefois ce faire sous certaines conditions. Sinon, un adaptateur pourra être adjoint au téléviseur mais la réelle solution pour l'écran principal de la maison est d'être renouvelé pour correspondre à la nouvelle norme. Lors du MedPi, nous présentons des mises en avant pour illustrer ce changement de norme dans le rayon. Ceci n'est qu'une première étape, viendra ensuite l'arrivée du DVBT2 ce qui laisse présager encore de belles années pour le marché du téléviseur.

## **Pour que l'écran connecté devienne vraiment un argument, faut-il passer par Android TV ?**

Dans les prochaines décennies et partout dans le monde, la télévision sur Internet remplacera la télévision linéaire avec les chaînes classiques. Les applications remplaceront les chaînes, les écrans proliféreront les télécommandes disparaîtront... La bataille autour des écrans ne fait que commencer. L'arrivée d'un Android TV capable d'être connecté avec d'autres appareils Android sera sans nul doute un vrai plus. La recherche vocale des programmes, l'envoi des contenus depuis le smartphone vers le grand écran, l'utilisation de son téléphone comme télécommande sont autant d'usages évidents. Tout ce que vous aimez faire sur votre smartphone ou votre tablette, vous pourrez désormais en profiter pleinement sur le téléviseur. C'est une nouvelle expérience de divertissement visuel et un excellent argument pour démocratiser la télévision connectée.

« La très haute définition commence à se démocratiser. Les contenus Ultra-HD donnent une profondeur et une clarté d'image inédites sur un téléviseur. »

## **Quelles sont les pistes de valeur les plus prometteuses entre la grande taille, l'Ultra-HD et la courbure ?**

Sans nul doute en premier lieu le développement des grandes tailles. On constate chaque année une augmentation linéaire de la taille moyenne des téléviseurs vendus. Plus besoin d'une grande pièce pour en profiter, les écrans Ultra-HD ne nécessitant pas beaucoup de recul. La très haute définition commence à se démocratiser. Les contenus Ultra-HD donnent une profondeur et une clarté d'image inédites sur un téléviseur, particulièrement sur les grandes tailles de 50 pouces et plus. Seul bémol actuellement, il existe peu de sources capables de fournir des signaux vidéo Ultra-HD ce qui peut freiner le consommateur final. La tendance est aussi à l'écran courbe. Le téléviseur prend une nouvelle forme avec le design incurvé et ce qui permet d'accéder à un nouveau confort visuel avec une vision panoramique pour une immersion parfaite. Pour Schaub Lorenz, la première étape est de développer les grandes tailles pour la rentrée. ■



## TCL

## Marek Maciejewski, Product Development Directeur Europe

**L**a valeur ajoutée par la qualité d'image, qu'en pensez-vous ?

Selon nos études consommateurs, la qualité d'image est un des premiers critères lors de l'achat d'un téléviseur. L'image c'est ce que nous voyons et le consommateur veut ce qu'il y a de mieux. Le premier défi consiste à reproduire le film tel que le réalisateur l'a conçu, avec les couleurs exactes et toutes les nuances sans en enlever ou en ajouter. Avant, ce n'était possible qu'au cinéma mais cette année les téléviseurs sont en mesure de faire aussi bien grâce à la technologie Quantum Dot. Il est même possible de restituer un spectre de couleurs plus large qu'au cinéma. Ensuite, un téléviseur doit composer avec des sources très diverses en résolution et en qualité. Il est donc essentiel d'en tirer le maximum et d'améliorer la restitution. Pour y arriver, nous utilisons plusieurs technologies comme par exemple une mise à l'échelle intelligente vers l'Ultra-HD. Enfin, il est important de laisser l'utilisateur décider du rendu en fonction de ses goûts personnels sans dégrader la qualité ce que nous nous efforçons de proposer aussi.

**Quel sera l'impact des nouveaux standards de diffusion ?**

En Europe, l'évolution des normes n'est pas uniforme et ne se fait pas au même rythme ce qui pose évidemment problème. En France, il y a deux évolutions en parallèle, celle du passage au H.264 ou Mpeg-4 et le changement vers la DVB-T2 qui offrira plus de bande passante pour plus de chaînes et de la diffusion en Ultra-HD. Cela devrait ce faire sur les trois à cinq prochaines années. En même temps, environ 60% des foyers reçoivent la télévision par la box et Internet. Les opérateurs ont déjà commencé à déployer des box capables de diffuser en Ultra-HD et sont maintenant à la recherche de contenu. Mais le contenu Ultra-HD peut aussi être transmis par d'autres moyens comme le satellite et les applications Smart TV. Cependant, la première source de contenu premium comme les films demeure la VOD. Il est donc essentiel de proposer des téléviseurs compatibles avec toutes ces normes pour que le consommateur puisse accéder à chaque type de diffusion selon ce qu'il peut recevoir chez lui. C'est le cas sur toute notre gamme 2015.

**Pour que l'écran connecté devienne vraiment un argument, faut-il passer par Android TV ?**

En Europe, nous avons constaté l'échec de la TV par Yahoo et de la Google TV car il n'est pas possible de dupliquer l'expérience d'un appareil mobile sur le téléviseur. Les générations plus âgées cherchent un accès simple au contenu et les nouvelles générations sont focalisées sur le personnel, il faut donc essayer de satisfaire les deux sur un écran collectif utilisé en premier lieu pour la vidéo, les films et le jeu vidéo. En France, la situation est de surcroît très spécifique en termes connexion alors que c'est le pays d'Europe le plus en avance pour la VOD. Ainsi, seuls 40% des téléviseurs sont connectés en France alors qu'en Allemagne on dépasse les 60%. Cela s'explique très simplement par le fait que la majorité des utilisateurs passent par la box opérateur qui propose la plupart des contenus avec une expérience utilisateur en avance sur le téléviseur qui est plutôt utilisé comme un moniteur de haute qualité. Et ce n'est pas l'intégration d'Android TV ou d'une autre plateforme

évoluée qui va changer cet état de fait. En fonction de l'évolution en France, nous pourrions nous adapter rapidement, nous proposons déjà Android TV en Australie et Roku TV aux Etats-Unis.

**Quelles sont les pistes de valeur les plus prometteuses entre la grande taille, l'Ultra-HD et la courbure ?**

Ces dernières années et dans toute l'Europe, le prix moyen a baissé alors que la taille moyenne a augmenté. Cette tendance ne peut être ralentie ou inversée que par de nouvelles technologies. La durée de vie moyenne d'un téléviseur en Europe est d'environ sept ans et le consommateur cherche donc un produit prêt pour l'avenir. En 2008, c'était le Full-HD et le 100 Hz en 42 pouces. Aujourd'hui, c'est l'Ultra-HD et un spectre de couleurs élargi en 55 pouces. La clef pour maintenir le prix moyen, voire l'augmenter, est donc de proposer une meilleure qualité d'image, en l'occurrence la très haute définition, la reproduction exacte des couleurs, des mouvements fluides et de grandes tailles d'écran. Notre gamme de téléviseurs Ultra-HD a été développée pour correspondre à ces critères. ■



« Le premier défi consiste à reproduire le film tel que le réalisateur l'a conçu, avec les couleurs exactes et toutes les nuances, sans en enlever ou en ajouter. »



## NOUVEAU BEOLIT 15 IMAGINEZ LE SON QU'IL PRODUIT !

Vous n'avez qu'à ajouter de la musique et le Beolit 15 vous coupera le souffle avec un son clair et puissant, une connectivité Bluetooth simple et des matériaux haut de gamme et durables.

-  Son puissant True360 pour emplir toute la pièce
-  Jusqu'à 24 heures d'écoute
-  Bang & Olufsen Signature Sound

Découvrez notre nouveau Beolit 15 en magasin ou sur [BEOPLAY.COM/BEOLIT15](https://beoplay.com/beolit15) | **B&O PLAY** by **BANG & OLUFSEN**



## L'IMAGE ET LE SON L'AUDIO POUR LA TV



## L'AUDIO POUR LA TV

**L**es chaînes home cinéma sont sur le déclin, pratiquement en voie de disparition, car le consommateur ne veut plus d'un ensemble encombrant doté d'un lecteur optique qui représente le passé. De leur côté, les chaînes stéréo ne sont guère utilisées pour y connecter un téléviseur alors que l'usage est évident. Il ne reste donc que la barre de son et le support sonore pour améliorer le son du téléviseur. Au moins, cela a le mérite d'être clair et de simplifier le rayon. Choisir entre une barre et un support se fera plus en fonction de la disposition du téléviseur dans le salon. La barre de son posé devant l'écran peut poser des problèmes d'obstruction de l'image ou du récepteur de la télécommande (certaines proposent un déport). De même, il n'est pas toujours évident de loger la barre sur le meuble TV. Le support sonore peut presque toujours trouver sa place puisque l'on pose le téléviseur dessus mais en revanche l'esthétique n'y gagne pas forcément. De plus, le support rehausse le téléviseur ce qui peut poser problème selon la configuration des lieux. Tout cela prouve une chose, il faut de l'explication en rayon et de préférence un vendeur qui maîtrise ce dont nous venons de parler. Après, la montée en gamme est assez simple et peut se faire sur la qualité du son. La barre de son s'accompagne typiquement d'un caisson de graves sans fil à placer où on veut. A partir de là c'est assez simple, monter en prix s'accompagne

généralement de plus de puissance et d'un meilleur son, typiquement jusqu'à 500 euros. Au-delà, s'ajoutent souvent des solutions plus sophistiquées pour créer une ambiance surround, par exemple avec la projection sonore de Yamaha, l'inventeur de la barre de son. Le plateau sonore prendra lui du coffre pour plus de puissance et de qualité. A signaler aussi que les modèles s'adaptent en taille à celle du téléviseur et plus ce dernier est grand et plus il faudra monter en gamme pour la barre ou le support dimensionné à sa taille. Ensuite, la montée en gamme peut aussi se faire par l'équipement. Il est assez sidérant de voir que certains fabricants font encore l'impasse sur le HDMI. Ce n'est pas un problème pour la qualité du son mais le HDMI avec retour son permet de piloter l'ensemble avec la seule télécommande de l'écran. La barre ou le support se doivent aussi d'intégrer le Bluetooth pour permettre de restituer la musique contenue sur le smartphone. Les plus sophistiqués se connectent au réseau en WiFi et deviennent alors un centre musical piloté par une application et en mesure de restituer la musique contenu sur les appareils reliés au réseau, voir diffuser directement les services de musique en ligne par abonnement. Il est même possible d'intégrer une barre de son dans un système multi-room. Toutefois, ces solutions sophistiquées ne semblent pas séduire le consommateur car jugées trop compliquées. ■

### L'audio-vidéo



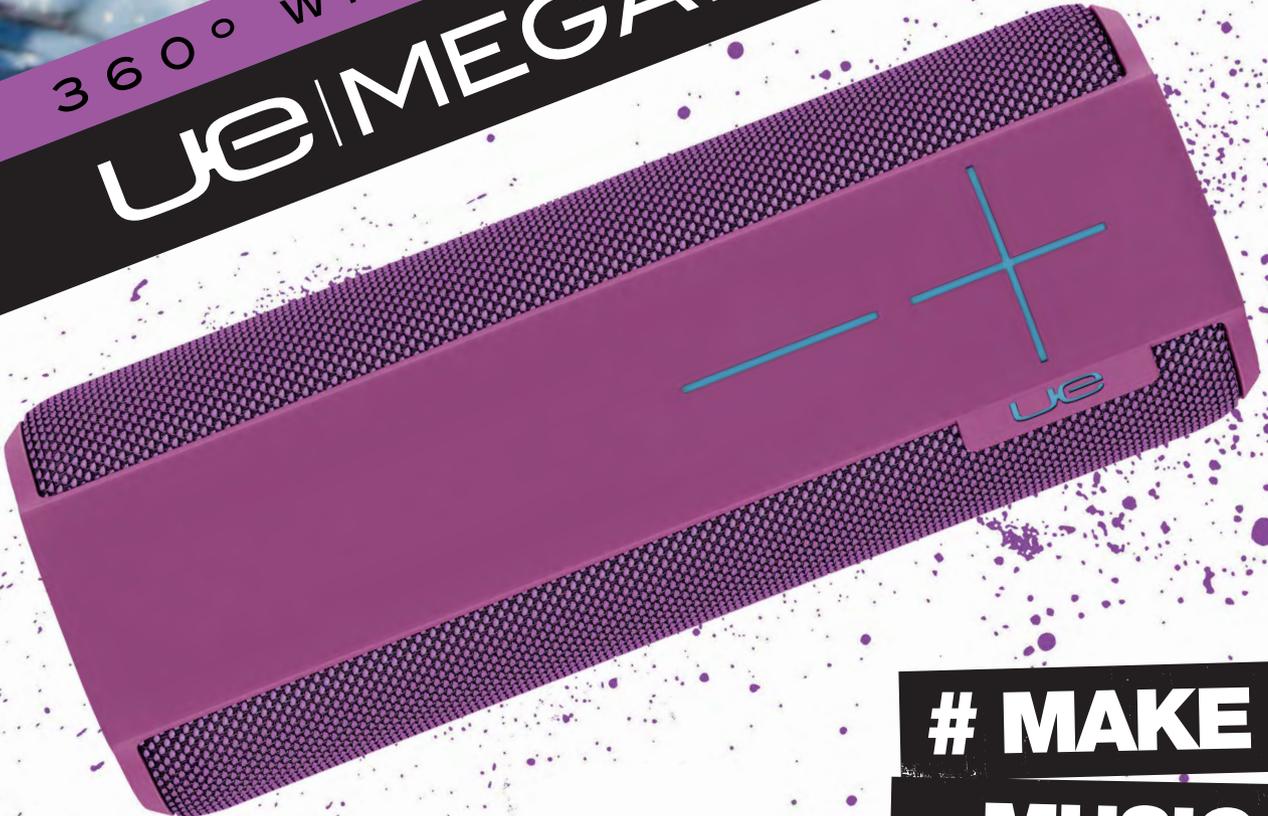
### Les barres de son (sans lecteur optique)





360° WIRELESS SPEAKER

UE | MEGABOOM



# MAKE <sup>TM</sup>  
MUSIC  
SOCIAL

ULTIMATEEARS.COM

L'IMAGE ET LE SON  
L'AUDIO POUR LA TV

& LE SON

L'IMAGE



## Yamaha YSP-2500 Ample et puissante

Avec cette nouvelle barre de son, Yamaha assoit un peu plus sa suprématie sur ce secteur. Depuis 10 ans, et la fameuse YSP-1, le constructeur a su faire évoluer son concept et innover pour rester aux plus près des goûts et des nouveaux usages des consommateurs. Cet ensemble se compose d'une barre audio mince, elle peut se glisser aisément sous un écran plat sans en perturber la vision ou masquer le récepteur pour la télécommande. Elle repose sur des pieds réglables en hauteur. Seize haut-parleurs large bande de 2,8 cm diamètre sont alimentés par autant d'amplificateurs numériques d'une puissance de 2 W chacun. La connectique comporte trois HDMI en entrée et une HDMI ARC en sortie, deux optiques, une coaxiale, une RCA stéréo et une sortie pour le caisson. Yamaha a fait le choix du Bluetooth aptX et l'impose sur un port Ethernet et le WiFi. Un micro de calibration permet d'optimiser le son en fonction de sa pièce d'écoute. Pilotable via une application, cette barre de son délivre un son ample, équilibré et doté d'une bonne puissance. Les dialogues sont clairs et le grave est soutenu.

999 €

## Focal Dimension + Sub Du volume et du grave

Focal investit le marché des barres audio avec une solution originale fruit de plusieurs années de recherches et de développement. La société française a intégré dans sa barre audio cinq haut-parleurs large bande de 10 cm dont la particularité est de descendre bas dans le grave malgré une faible épaisseur de 26 millimètres seulement. Chacun possède en son centre un dôme inversé faisant office de tweeter. L'amplification numérique est confiée à six amplificateurs de 75 Watts dont un spécifique au caisson de grave. La barre audio est fine avec seulement 6,5 centimètres de profondeur. Elle peut fonctionner seule et elle est alors vendue au prix de 999 euros. L'ajout du caisson transforme l'ensemble en un socle audio très performant pour des téléviseurs à partir de 50 pouces. La connectique est un peu timide avec seulement une entrée et une sortie HDMI, une entrée optique et une prise jack 3,5 mm. Le caisson comporte deux woofers elliptiques et son apport est très important lors d'une séance de home cinéma.

1 299 €



## Sony HT-CT370B

### Simple et performante

■ Cette barre audio proposée par Sony est élégante et fait dans la discrétion. Elle affiche un design original avec une face avant en biseau. Sur ce pan coupé est intégré un afficheur de couleur bleu donnant différentes informations. Bien qu'un peu épaisse avec ses cinq centimètres de hauteur, cette barre se place sans problème sous un écran plat. Elle contient deux haut-parleurs large bande de 60 millimètres de diamètre et fournit une puissance de deux fois 100 W. Le caisson est sans fil, il peut se placer à l'horizontale ou à la verticale. Il contient un haut-parleur de bonne taille et sa puissance est de 100 Watts également. La connectique est confortable avec trois entrées HDMI, une sortie HDMI compatible ARC, 3D et 4K, une optique et une entrée jack. Le Bluetooth et le NFC complètent ces connecteurs. Sony fournit en téléchargement l'application SongPal (iOS et Android) pour le pilotage, c'est un plus au niveau du confort d'utilisation. Les écoutes sont dynamiques, il y a de la puissance et les voix sont naturelles et bien restituées.

349 €



## Pioneer SBX-N700

### Axée multimédia

■ Pour donner du relief au son du téléviseur mais également disposer de la musique dématérialisée en toute tranquillité, cette barre audio est toute indiquée. Elle ne se contente pas de bonnes performances audio, elle est également très orientée multimédia avec la présence du Bluetooth, du WiFi direct et de la certification Miracast. On peut également ajouter le label DLNA et la présence d'un port Ethernet. Pioneer donne également accès à YouTube Send to TV. C'est donc une des barres les plus complètes à ce niveau, le Miracast étant encore peu répandu sur ce type d'équipement. Il permet de diffuser le contenu d'un smartphone ou d'une tablette Android sur le téléviseur du salon. Au niveau purement audio, cette barre est équipée de deux haut-parleurs large bande de 6,6 centimètres et de deux boomer de 7,7 centimètres. Des amplis de classe D fournissent une puissance de 35 Watts par canal plus 150 W pour le caisson. Ce dernier est sans fil et abrite un woofer de 16,5 centimètres. Fine et ajustable en hauteur, elle se pilote via une application (iOS et Android). Les écoutes sont amples et percutantes avec des voix chaudes et naturelles ainsi qu'un grave dynamique.

449 €



L'IMAGE ET LE SON  
L'AUDIO POUR LA TV



## Philips HTL6140B Fine et puissante

Cette barre audio signée Philips se situe dans la haut de gamme de la marque. Le design et les performances la placent au sommet. Elle est slim avec trois centimètres d'épaisseur et se place facilement sous un téléviseur d'au moins 46 pouces. Cette finesse extrême ne l'empêche pas de contenir huit haut-parleurs de 2,5 centimètres et six boomers de 5 centimètres. La puissance diffusée est de deux fois 50 W pour la barre et de 220 W pour le caisson. Il est sans fil et il est de type bass-reflex avec un événement frontal. La connectique comporte une entrée HDMI, une autre en sortie qui est ARC, une entrée optique et une entrée jack. Le Bluetooth en version aptX et le NFC sont également présents. Les écoutes sont très agréables, le médium est bien restitué, les aigus ont de la substance et ne sont pas agressifs. Les graves sont puissants mais avec de la nuance. Les voix et les ambiances sont crédibles, l'image sonore fournie est ample et détaillée.

399 €



## Cambridge Audio TV5 Simple et performant

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 aptX 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 plateau sonore s'avère simple et efficace.

249 €



# Air LP

Redécouvrez  
vos vinyles !

 Bluetooth®



Ecoutez vos disques vinyles sans fil sur vos enceintes ou casque Bluetooth®. Air LP redonne vie à vos 33 et 45 tours avec une grande qualité de reproduction. Retrouvez toutes les émotions et la chaleur de vos musiques et transformez-les en fichiers numériques MP3.



## L'AUDIO DE SALON

**C**ontre toute attente, la chaîne stéréo fait mieux que résister. Le concept d'une électronique qui intègre tout le nécessaire et accompagnée de deux enceintes de type bibliothèque fait toujours recette à une condition, que la dite chaîne soit connectée. Les chiffres de vente sont sans appel, sans connexion point de salut. Autant anticiper cette évidence et ne plus proposer en rayon que de la chaîne connectée et en haut de gamme à éléments séparés des amplificateurs connectés et des lecteurs réseau. Ensuite, la montée en gamme se fait naturellement par la performance sonore. Encore que connexion n'égale pas connexion et c'est un autre moyen de faire monter en gamme. Le service minimum sera d'intégrer le Bluetooth pour pouvoir restituer la musique contenue sur un smartphone. L'étape d'après est de connecter la chaîne à Internet par le réseau domestique, que ce soit en WiFi ou en filaire. Dans ce dernier cas, il suffit d'ailleurs d'utiliser deux prises CPL si la box est trop éloignée. Dès lors, la chaîne peut aller puiser de la musique sur tous les appareils du réseau mais aussi aller la chercher directement sur le Web par un service en ligne, le plus avancé étant Spotify Connect. Et pour piloter tout cela, les commandes et le petit écran de l'appareil ne sont guère adaptés. Mieux vaut passer par une application pour tablette et

smartphone. Tout ceci est valable pour une chaîne intégrée mais tout autant pour des éléments séparés avec l'intégration du sans-fil dans l'ampli ou l'ajout d'un lecteur réseau dédié qui commence à peine à se démocratiser. Pour ceux qui préfèrent plus de simplicité et cherchent surtout à écouter la musique de leur smartphone ou des services comme Spotify, le recours à une enceinte sans fil est devenu évident. Il existe désormais des modèles résidentiels qui peuvent rivaliser avec une chaîne, la stéréo en moins. Des modèles encore conséquents mais sur batterie autorisent de surcroît la mobilité dans la maison qui peut être étendue au balcon et au jardin le cas échéant. Enfin, le multi-room propose la solution dématérialisée idéale pour toute la maison et peut même inclure par un adaptateur la chaîne Hi-Fi existante. Typiquement, on utilise celle du salon et on installe une enceinte autonome dans les autres pièces. Tout ceci est relié au réseau domestique et se pilote par une application sur smartphone qui permettra de diffuser le contenu de l'appareil mobile, celui des autres appareils du réseau et surtout les services de musique en ligne par abonnement. C'est évidemment l'avenir mais il y a encore de gros efforts de simplification et d'explication à fournir au consommateur pour qu'il adhère massivement. ■

### La Hi-Fi





Les chaînes Hi-Fi connectées

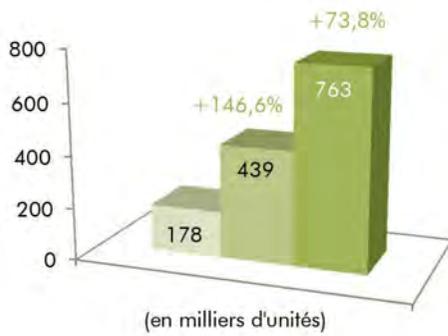


Les enceintes amplifiées

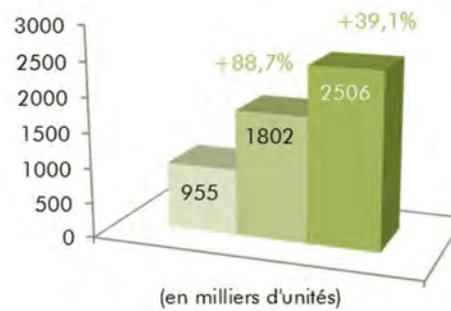


Les systèmes multi-room

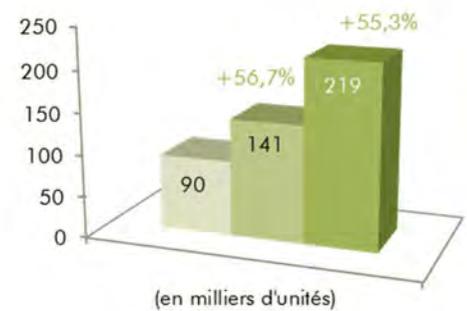
## Volume



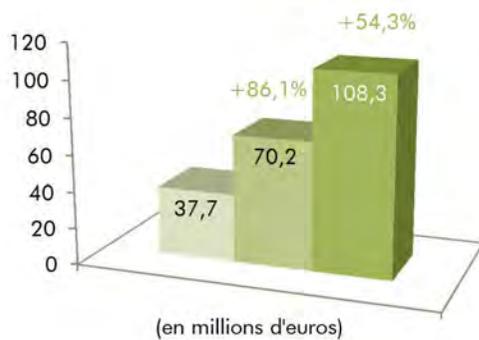
## Volume



## Volume



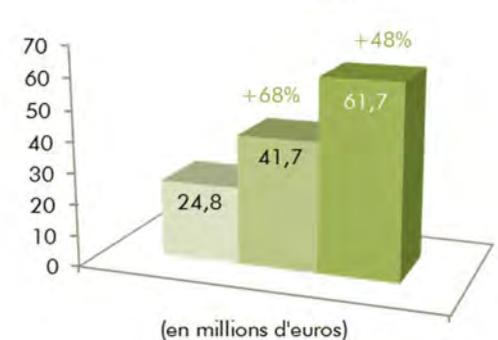
## Valeur



## Valeur



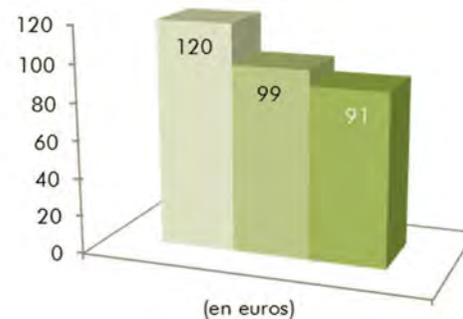
## Valeur



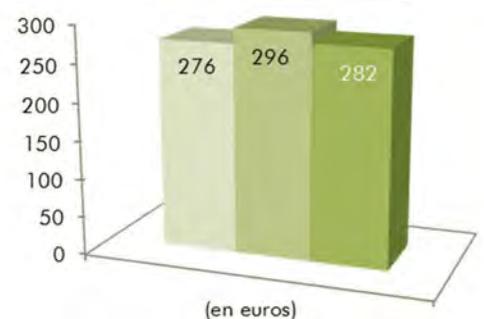
## Prix moyen



## Prix moyen



## Prix moyen



## Pure Jongox Multi-room accessible

Le système multi-room de Pure est à la fois accessible et simple mais aussi de qualité. La marque anglaise a revu le design de ses enceintes qui est maintenant plus consensuel. Le consommateur a le choix pour les enceintes. Les T2 et les T6 branchent sur le secteur pour un son puissant et équilibré. La T3 est nomade et alimentée sur batterie. L'adaptateur A2 permet d'intégrer une chaîne audio existante au système. Le système se commande à partir d'une application (iOS & Android) simple et agréable à utiliser. La connexion se fait en WiFi mais aussi en Bluetooth pour se connecter à une seule enceinte. On a accès à un service de musique en ligne gratuit ou par abonnement propre à la marque mais il est également possible d'en utiliser un autre comme Spotify.

A partir de **179** €



## Harmann / Kardon Adapt Simple et HD

Le constructeur a misé sur l'audio HD pour se lancer sur ce créneau du multi-room, ses enceintes sont compatibles avec le 24 bits / 96 KHz via le WiFi. Le système est constitué de deux enceintes autonomes et d'un adaptateur pour chaîne Hi-Fi existante. L'Omni 10 est la plus petite enceinte, elle prend la forme d'une boule avec ses flancs arrière et inférieur tronqués, ceci afin d'assurer côté la stabilité de l'ensemble et la diffusion des ondes sonores en provenance du radiateur passif. Le design et la finition sont de qualité, la couleur blanche ou noire laquée et une grille en tissu à l'avant donnent une impression d'élégance. L'Omni 20 est plus imposante et double les haut-parleurs pour un son plus puissant et plus ample. La mise en fonction nécessite l'application iOS et Android. L'intégration de l'enceinte dans le réseau en WiFi s'avère très simple. L'application est facile à utiliser, on a accès à sa propre musique, à des services comme Deezer, on peut nommer chaque enceinte du nom de la pièce, grouper les enceintes, les délier ou encore enclencher le mode Party pour envoyer sur chaque enceinte le même morceau musical. D'autres services musicaux comme Spotify Connect devraient également arriver sur l'application. Ce système Omni est simple à utiliser et à mettre en service. Il procure un son puissant et dynamique mais aussi très typé. Le manque de médium pourra gêner en fonction du type de musique généralement écouté.

A partir de **129** €

## Yamaha Relit LSX-170 Un son lumineux

Yamaha persiste et signe dans la voie de l'enceinte design et lumineuse avec cette nouvelle Relit LSX-170. Un modèle au design ravageur et qui assure au niveau sonore. Un objet musical et décoratif original et sans équivalent ! C'est une enceinte Bluetooth de salon qui se branche sur le secteur. Ce cône géant de 29 centimètres de hauteur intrigue et surprend, encore plus dès que l'on allume les diodes LED et les anneaux lumineux qui l'éclairent d'une douce lumière orangée. C'est vraiment très beau et l'aspect acier noir ajoute une touche de classe et de raffinement. La lumière est diffusée par six LED placées sur son pourtour à la base. On peut en régler l'intensité via la télécommande ou l'application. Yamaha a soigné les matériaux, l'acier pour le corps et de l'aluminium poli avec effet miroir au sommet du cône. Le pilotage peut se faire à l'aide de la télécommande ou encore mieux via l'application gratuite qui est très agréable à utiliser. On peut régler les principales fonctions mais également agir sur les fréquences. Le son diffusé est dynamique, on peut monter le volume sans risque de distorsion intempestive, l'énergie est bien restituée pour un volume aussi compact. Le registre sonore est large. Le médium et l'aigu sont très propres et bien définis, Cette enceinte produit un son lumineux.

**499** €



# ELYTE

LIFE IS A GAME

FOR  
GAMER



A RANGE FOR GAMERS  
UNE GAMME POUR LES GAMERS

TnB®



## JBL Authentic L8

### Un son charnu et puissant

599 €

■ Cette enceinte sans-fil imposante se connecte sur le secteur et s'avère tout à fait capable de sonoriser un salon de taille conséquente. Elle ne fait pas dans le compact et s'affirme d'entrée de jeu comme une réalisation haut de gamme. Elle est réalisée en bois et la finition laquée noire ajoute une touche de classe. Elle a pour vocation de remplacer une chaîne Hi-Fi, ses dimensions lui interdisent pratiquement tout transport régulier. Elle est aussi taillée pour servir de barre de son, son entrée optique lui permettant de se connecter à un téléviseur. Cette

enceinte est capable de se connecter en Bluetooth, en Wi-Fi ou en AirPlay, ces multiples connexions s'opèrent facilement à partir de l'application iOS et Android. Le pilotage s'avère très agréable, on peut agir sur les aigus, le médium et le grave et s'en servir comme lecteur pour ses playlists. Les écoutes sont puissantes, le niveau sonore est important, c'est dynamique avec un grave très présent. Cette enceinte procure des sensations musicales dignes d'une chaîne Hi-Fi avec de la consistance et de la chaleur.

## Denon PMA-50

### Mini-ampli audiophile

■ Ce petit amplificateur montre un chemin différent vers la modernité. Il alimentera typiquement deux enceintes bibliothèque et mise sur la qualité sonore et la musicalité. Il ne se connecte pas au réseau domestique mais intègre le NFC et le Bluetooth aptX pour restituer simplement la musique du smartphone sans la dégrader. Mais le dématérialisé peut aussi passer par une prise USB. Equipé d'un convertisseur de qualité, le Denon est capable de traiter les fichiers audio HD de très haute qualité jusqu'à 24 Bits / 192 KHz. Pour se faire, il suffit de connecter un ordinateur portable par l'USB qui contient les fichiers audio HD téléchargés au préalable. C'est plus simple que par le réseau et évite les problèmes de débit. La restitution de cet ampli est franchement enthousiasmante avec une grande musicalité et suffisamment de tenue en puissance. De plus, il n'encombrera pas outre mesure le salon car il est vraiment tout petit. Et cerise sur le gâteau, il fait payer ses prestations audiophiles et ses solutions avant-gardistes à un prix très doux.

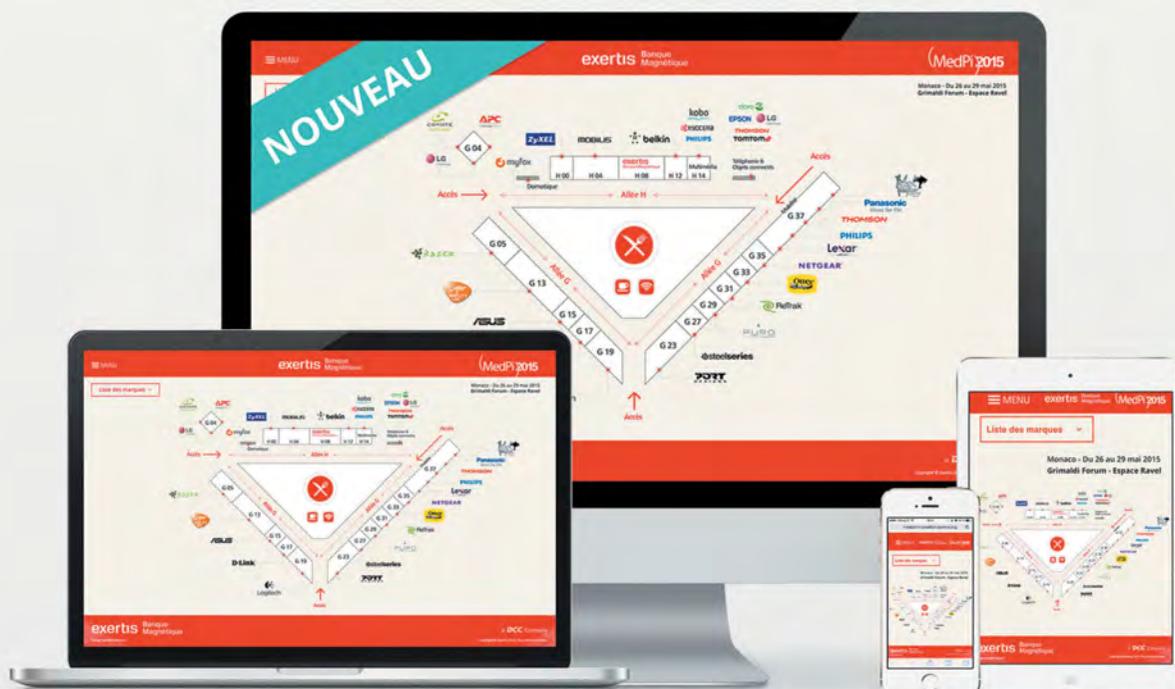
349 €





# Découvrez le plan interactif

Espace RAVEL - Allées G et H  
Exertis Banque Magnétique



Une version Web adaptable à tous les écrans



Les dernières nouveautés des marques présentes



Tous les contacts de l'équipe commerciale d'Exertis Banque Magnétique & de nos partenaires

Préparez au mieux votre visite à l'Espace RAVEL !

[www.exertisbanquemagnetique.fr/medpi2015](http://www.exertisbanquemagnetique.fr/medpi2015)

## L'AUDIO NOMADE

**L'**audio nomade a pour mission première d'écouter partout la musique contenue sur un smartphone, que ce soit directement ou en provenance d'un service en ligne comme Spotify. L'appareil de prédilection pour ce faire demeure évidemment le casque audio. Or qui dit nomade, dit encombrement réduit. Après des années de suprématie du casque à arceau que l'on affiche en tant qu'accessoire de mode, c'est la raison qui l'emporte finalement et l'intra-auriculaire est en forte progression. Reste à le faire monter en gamme ce qui peut se faire par deux axes principalement. Déjà, il y a la qualité du son avec des modèles audiophiles qui démarrent à 200 euros pour ne connaître aucune limite vers le haut. Sinon, l'intra-auriculaire peut perdre son fil à la patte ce qu'il fait de plus en plus souvent. Il représente alors l'incarnation même du son nomade en étant minuscule et parfaitement autonome. Les progrès récents en matière de batterie ont permis une autonomie suffisante pour que l'utilisateur ne soit pas en permanence stressé par la recharge. Audio-Technica associe même la réduction de bruit active au sans fil pour un résultat époustouflant. Le casque à arceau n'a pas dit son dernier mot pour autant mais la tendance va vers le modèle de qualité pas trop encombrant, à la fois élégant et capable d'une belle restitution. Là aussi, le fil se coupe de plus en plus et la réduction de bruit active ajoute de la technicité. C'est par le Bluetooth et la réduction de bruit que le casque à arceau nomade se valorise le plus facilement. L'autre moyen d'écoute permet d'inclure plusieurs personnes. L'enceinte Bluetooth nomade sur batterie a le vent en poupe mais se répartit clairement en deux catégories. Il y a celle de la mini-enceinte à moins de 39 euros qui propose un son déplorable car elle n'a tout simplement pas la surface de membrane nécessaire à produire des basses. C'est typiquement un achat d'impulsion qui finit dans un placard ou sur une brocante à plus ou moins long terme. Et le consommateur n'y reviendra pas. Le rayon a donc tout intérêt à privilégier les enceintes un peu plus grandes, typiquement autour du kilo qui peuvent toujours s'emporter facilement et surtout qui produisent un son décent. Certaines réalisent même de véritables miracles sonores, avec à la fois un son enveloppant, dynamique et d'une grande musicalité.



## Cambridge Audio Minx Go V2

### La qualité abordable

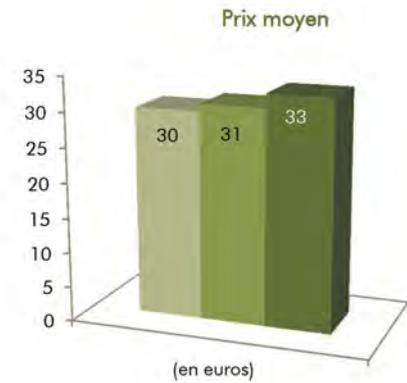
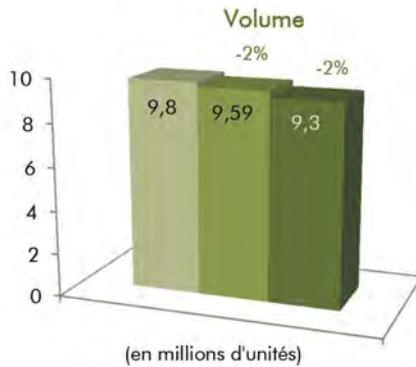
La marque audio anglaise prouve qu'il est possible de concevoir une enceinte Bluetooth à la fois compacte, abordable et qui délivre un son de qualité. Une large surface de membrane et un radiateur de basses passif sur la face arrière rendent le miracle possible. Non seulement, le niveau possible est élevé mais de plus le rendu est à la fois agréable et chaud sans sacrifier la dynamique ou un registre pour autant. On est stupéfait du son ample et riche en graves qui sort de ce petit appareil. Cette seconde version ajoute l'aptX, le NFC et allonge l'autonomie à près de 18 heures. Le design est sobre mais passe-partout avec au choix un rendu blanc ou noir laqué. Le poids de 1,1 kilo est certes déjà conséquent mais la Go s'emporte facilement dès que l'on dispose d'un sac. Les commandes sont simples et intuitives avec juste cinq boutons sur le dessus. Une prise USB permet de recharger un autre appareil mobile, comme un smartphone.

149 €



■ 2013  
■ 2014  
■ 2015

## Les casques



## B&O Play A2 Le miracle sonore

■ Cette enceinte nomade Bluetooth a tout pour plaire. Déjà, elle est très compacte au regard de ses capacités. Le niveau sonore possible est vraiment très élevé et le procédé de spatialisation permet une écoute parfaite quelle que soit la position de l'enceinte. Intelligemment, B&O Play a misé sur une enceinte mince mais dotée d'une grande surface pour maximiser l'espace disponible pour les membranes des haut-parleurs. Le design est comme toujours particulièrement réussi, tout comme la finition est soignée. Certes les faces sont en polycarbonate mais de très bel aspect. Un cerclage d'aluminium sur la tranche rehausse l'aspect qualitatif, tout comme la lanière de transport en cuir. C'est vraiment un bel objet. Mais c'est quand on l'entend que l'on est définitivement conquis. Le son est dynamique, tous les registres sont présents sans excès et le niveau de basses est vraiment étonnant au vu de la taille. La restitution est plutôt neutre mais avec de la chaleur et un rendu plaisant à l'oreille. L'enceinte affiche aussi une autonomie record de 24 heures et permet de recharger un autre appareil mobile. Bien entendu, elle est compatible Bluetooth aptX. C'est le meilleur son du marché dans cette taille.

**349 €**





## Hercules WAE Neo Ambiance club

Hercules propose une enceinte qui est loin d'être compacte mais qui est munie d'une poignée pour la transporter. Ceci-dit, elle peut s'emporter tant que l'on ne se déplace pas en avion. C'est un monolithe tout noir plaisant à regarder avec son habillage laqué. Autour de la façade, on note une rampe LED qui rend la Neo unique. En effet, elle s'illumine dans la couleur de son choix ou au rythme de la musique, le tout à travers une application qui sert aussi de lecteur et d'égaliseur (iOS et Android). Ça met l'ambiance, d'autant que le volume possible est conséquent. La restitution sonore est de bonne facture avec une réelle présence et de vraies graves, à peine appuyées. Si le médium sonne un peu creux, le rendu est agréable et parfaitement adapté à animer une soirée. En jouant un peu avec l'égaliseur, on parvient d'ailleurs à rendre le son un peu plus rond. A signaler aussi que la batterie se charge par une prise micro-USB standard, un très bon point et elle autorise environ 14 heures d'autonomie sans les LED.

199 €

## Audio-Technica ATH-BT40NC Intra sans fil et à réduction de bruit

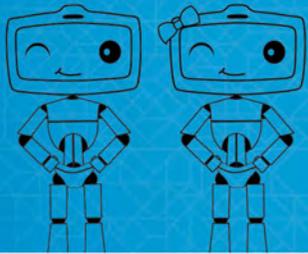
La réduction de bruit active s'avère très utile dans les transports en commun, dans le train, dans l'avion et plus généralement dans tout environnement bruyant. Le plus souvent, ces situations se présentent lorsque l'on est en déplacement or pour l'heure les casques sans-fil à réduction de bruit sont des modèles à arceau, donc assez encombrants. C'est une très bonne idée que d'intégrer la réduction de bruit dans un casque intra-auriculaire sans-fil. Même s'il est un peu plus encombrant que des écouteurs classiques avec son tour de cou, le casque Audio-Technica s'emporte sans difficulté dans une poche, se porte sans gêne aucune et laisse une liberté totale de mouvement. Le rendu audio est de très bonne facture, à la fois vivant et dynamique mais sans agressivité. Tous les registres sont bien là. Il y a suffisamment de grave mais sans mise en avant excessive. Ce casque convient à tout type de musique. La réduction de bruit active est vraiment très impressionnante car elle élimine quasi totalement la majorité des bruits polluants sans pour autant procurer cette sensation de confinement dont font preuve beaucoup d'homologues à arceau. C'est un véritable exploit que d'avoir réussi à combiner petite taille, confort de port et réduction de bruit aussi efficace tout en offrant un rendu audiophile.

199 €



# E-ZY SOS Watch

Votre enfant  
toujours en sécurité



Localisez  
l'enfant



Ecoutez son  
environnement



Déterminez sa  
zone de sécurité



Appelez en  
cas d'urgence



# Haier

[www.haier.com/fr](http://www.haier.com/fr)

## B&O PLAY H8

### Le casque du futur

■ Ce casque innove vraiment. Très léger et supra-auriculaire, le H8 se connecte aux sources mobiles en Bluetooth aptX. Son autonomie est de 18 heures et la batterie amovible peut être changée. En cas de panne de courant, il est possible de brancher un câble audio mini-jack fourni. Le casque se pilote en tactile sur l'oreillette droite avec des gestes simples pour le volume, le pilotage du lecteur musical ou encore l'activation de la réduction de bruit active. Cette dernière demeure assez discrète mais n'entame pas le rendu et ne confine pas. Le design est absolument magnifique, à la fois minimaliste et sophistiqué avec des guides d'oreillette rondes à la fois esthétiques et ergonomiques. Les matériaux sont nobles avec de l'aluminium brossé et du cuir véritable. Le confort est très bon, les oreillettes serrent juste un peu comme toujours sur un supra-auriculaire. Le rendu sonore est très bon niveau avec beaucoup de présence et de dynamique. Les graves sont présents mais sans excès, les médiums sont bien remplis et les aigus sont clairs sans être agressifs. Le son est chaud et agréable sans pour autant nuire à la fidélité. Un casque magnifique et à la pointe du progrès mais qui le fait payer cher aussi.

499 €



## Plantronics BackBeat Pro

### Casque Hi-tech

■ Le casque BackBeat Pro se distingue quasiment sur tous les plans. Il est déjà à la pointe de la technologie car il se connecte sans fil en Bluetooth aptX et il est doté d'une réduction de bruit active. Pour autant, son autonomie dépasse les 20 heures, notamment grâce à un astucieux système de détection qui coupe le casque quand il n'est pas sur la tête. Il est tout de même assez imposant (340 grammes) avec ses oreillettes qui englobent les oreilles mais offre en revanche un excellent confort. Une housse de transport qualitative est fournie, tout comme un câble audio si la batterie est à plat. Les larges molettes autour des oreillettes permettent de régler le volume et la page musicale instinctivement sans tâtonner. L'isolation phonique est bonne mais la réduction de bruit active est tout de même assez légère. Cela a pour avantage qu'il n'y a pas d'effet d'enfermement comme sur d'autres modèles. Le son délivré est vraiment très plaisant, chaud et rond. Tous les registres sont bien présents avec des aigus clairs mais pas insistants, un médium bien défini et des basses appuyées mais pas trop. Reste un design qui donne dans la sobriété maximale et ne laisse d'ailleurs pas vraiment entrevoir la qualité de ce casque sinon sans défaut.

249 €



# TRUST GAMING SERIES

Victory is yours!\*



\* La victoire est à vous

# PLANTRONICS

Anh Lê, Marketing & Key Account Manager France

## **L** e sport, une vraie piste de valeur pour le casque audio ?

20% des français pratiquent la course à pied soit 9,5 millions de personnes. Et 39% de ces 9,5 millions de personnes sont des nouveaux pratiquants qui courent depuis moins de 2 ans. Cela montre un intérêt très fort pour cette discipline. Selon des études, courir en musique permet même d'augmenter ses performances. C'est pourquoi ce marché est très dynamique et que l'offre de casques sport augmente très fortement. Cependant, il est indispensable d'avoir un casque adapté à la pratique du sport, il ne suffit pas de proposer un look sportif. Il vaut mieux aussi que les écouteurs n'isolent pas totalement des bruits extérieurs, surtout en milieu urbain. La sécurité est également un vrai sujet avec des équipements réfléchissants pour être visible des autres usagers de la route. Le point essentiel reste cependant la garantie d'un port confortable qui ne gêne pas l'utilisateur pendant son exercice et des matières qui résistent à la transpiration, la pluie et l'humidité. C'est spécifiquement pour le joggeur que notre casque sport BackBeat FIT a été conçu.

## **Sans-fil, de qualité et style de vie, l'avenir du casque à arceau ?**

Le casque à arceau est sans conteste le format le plus apprécié. Il est possible de trouver un casque pour tous les besoins et à tous les prix. Spécialiste du sans fil à travers notre gamme d'oreillettes Bluetooth depuis de nombreuses années, nous utilisons désormais notre expertise sur notre gamme de casques audio. Le BackBeat Pro est capable de proposer 24 heures d'autonomie avec la fonction de réduction de bruit activée, un record ! De plus, ses capteurs intelligents permettent de s'adapter à l'utilisateur en activant la lecture / pause automatique en fonction de la position du casque.

## **Le casque gaming, un axe de développement ?**

Le e-sport se développe chaque année en France avec de plus en plus de pratiquants, le marché du gaming est donc en pleine expansion. Avoir un micro-casque de qualité pour communiquer lors des parties multi-joueur est indispensable et fait partie des équipements de base. Acteur dynamique sur la scène e-sport avec un casque uniquement dédié à la compétition (GameCom Commander), nous proposons aussi une gamme grand public. Plantronics travaille conjointement avec des joueurs professionnels pour proposer une gamme de haute performance avec des écouteurs de qualité pour se retrouver en immersion dans le jeu. Des microphones anti-bruit permettent une conversation toujours audible. Pour assurer un bon confort lors des longues parties de jeu, l'ergonomie est un point essentiel que nous soignons particulièrement. Enfin, grâce au mixer audio Plantronics RIG, le joueur peut d'un seul geste contrôler ses balances et volumes entre le son du jeu, le son du chat et même intégrer son smartphone.

## **L'intra-auriculaire convainc de plus en plus, comment le valoriser ?**

Ce qui caractérise l'intra-auriculaire et le rend de plus en plus attractif aux yeux des consommateurs, c'est sa discrétion, son confort et sa bonne tenue dans les oreilles. A l'inverse des casques à arceau souvent visibles et imposants, les casques intra-

auriculaire se fondent dans l'esthétique du visage et peuvent être portés en toute discrétion. Pour créer de la valeur, il y a bien évidemment la qualité audio mais au-delà c'est surtout l'aspect ergonomique qui fait la différence. Il est essentiel que les écouteurs puissent s'adapter à la morphologie de chacun et garantir un bon couplage acoustique. Cela se fait par différentes tailles d'embouts mais aussi par la conception des écouteurs. La présence de stabilisateurs supplémentaires se positionnant sur le cartilage interne ou sur les contours de l'oreille garantit un maintien parfait pour le sport qui est un domaine de prédilection pour le casque intra-auriculaire. ■



« Ce qui caractérise l'intra-auriculaire et le rend de plus en plus attractif aux yeux des consommateurs, c'est sa discrétion, son confort et sa bonne tenue dans les oreilles. »

## PURE

**Laura Klauck de Branche, Country Manager France & Benelux**

### Comment démocratiser le multi-room?

Les enceintes sans fil sont actuellement les produits les plus recherchés sur le marché de l'audio, les clients reconnaissant la simplicité et la flexibilité qu'offre la diffusion en streaming. L'audio multi-room est l'étape suivante et on observe un intérêt grandissant. Jongo représente notre premier pas dans le multi-room et la prochaine génération d'enceintes multi-room Pure est déjà en développement. Fondamentalement, les clients veulent des produits qui s'adaptent parfaitement à leur propre expérience d'écoute. Ils recherchent des produits qui fonctionnent dès la sortie de la boîte et qui offrent une expérience simple à appréhender. C'est avec cet objectif en tête que nous avons mis beaucoup d'efforts dans le développement de nos produits et de notre service de streaming. Cela permet d'avoir un seul point d'entrée et de développer la fidélité à notre marque. Nos enceintes WiFi multi-room offrent une expérience audio de haute qualité. L'intérêt des consommateurs est grandissant, entraînant dans ce secteur une hausse considérable des ventes pour atteindre d'ici 2017 48% du marché des enceintes sans fil.

### Comment concilier les aspirations de l'audiophile et la musique sans fil ?

La demande du marché semble actuellement se recentrer vers une meilleure qualité audio. Nous avons récemment annoncé que notre service de musique à la demande Pure Connect offrait désormais une haute qualité audio 320 kbps AAC en standard aux utilisateurs, confortant notre engagement à s'orienter vers l'audio de qualité pour tous. MQA, la nouvelle technologie haute résolution de Meridian ouvre la voie pour un son reflétant au plus près l'expérience studio, le tout aussi facilement qu'avec les MP3. Intégrer les capacités haute résolution aux smartphones, casques, enceintes sans fil, services de streaming et autres produits audio populaires d'aujourd'hui devrait améliorer l'expérience d'écoute pour tout le monde et pour les audiophiles en première instance. Dans le passé, les consommateurs ont accepté une qualité audio moindre car la technologie et le matériel pour une qualité haute résolution n'étaient pas accessibles au grand public. Désormais, c'est le cas et après les audiophiles, une majorité de personnes vont pouvoir accéder au son numérique de qualité.

### Matériel et services sont-ils désormais inséparables?

De nombreux rapports expliquent que de plus en plus de consommateurs s'orientent vers la musique numérique et qu'une partie de cet attrait est liée à l'accessibilité et à la tendance croissante d'écouter en situation de mobilité. Il est donc naturel qu'il y ait une hausse de la demande pour les appareils tandis que le marché des services de streaming s'étend. Les habitudes d'écoute mobiles et la constante croissance du nombre de smartphones vendus sont sans doute les raisons qui expliquent en premier lieu cet engouement pour les enceintes sans-fil et de fait pour la consommation des services de streaming qui vont de pair.

### Comment pensez-vous que le multi-room évoluera dans un futur proche ?

Nous pensons que l'audio haute résolution aura un impact très important sur le marché du multi-

room avec de plus en plus de consommateurs recherchant une qualité audio supérieure par défaut. Intégrer la technologie MQA de Meridian dans les produits à venir revient à élever l'expérience d'écoute à un tout autre niveau et ramener la qualité audio au centre de la scène afin de permettre aux fans de musique d'être au plus près de ce que les artistes ont créé à l'origine. Nous sommes ravis de collaborer avec Meridian, une société ayant un total respect du patrimoine audio. ■



« Nous pensons que l'audio haute résolution aura un impact très important sur le marché du multi-room avec de plus en plus de consommateurs recherchant une qualité audio supérieure par défaut. »

## SMS AUDIO

Jonathan Belson, Vice President global sales

**L'intra-auriculaire convaincant de plus en plus, comment le valoriser ?**

Selon NPD Group, les intra-auriculaires comptent maintenant pour 61% des ventes globales et représentent un chiffre d'affaires de neuf milliards de dollars. La plupart des consommateurs utilisent les intra-auriculaires pour le sport car ils sont plus adaptés à des activités intenses comme la course à pied ou le vélo. Pour accroître la valeur sur ce segment, SMS Audio les rends le plus confortable possible, offre la meilleure qualité sonore possible dans le segment de prix et utilise des matières antimicrobiennes et résistantes à l'eau. Tous ces éléments sont intégrés à notre gamme d'écouteurs pour le sport mais ce qui la rend unique, ce sont les ailettes de maintien pour le lobe de l'oreille et une rendu proche du son studio. Tous nos intras pour le sport sont certifiés IPX4, ils résistent à l'eau et la transpiration, voire permettent une immersion complète. Toutes ces caractéristiques font de nos casques le partenaire idéal d'un style de vie actif.

**Le sport, une vraie piste de valeur pour le casque audio ?**

Des recherches consommateurs ont montré que de plus en plus, on utilise son casque pendant l'activité sportive. Selon des études récentes, 66% d'utilisateurs de casques audio les utilisent pour le sport. En raison de cette évolution et des tendances industrielles qui en découlent, le sport est devenu un segment à valeur ajouté sur le marché du casque. Ajouter des fonctions pour adapter un casque à la pratique sportive le rend plus durable et plus universel dans l'usage, qu'il soit utilisé pour les loisirs ou du sport plus intensif. Il suffit d'aller dans une salle de sport ou un parc pour se rendre compte qu'une majorité de personnes utilisent un casque. D'ailleurs, des recherches ont montré que l'écoute musicale améliore les performances sportives, il y a une véritable relation entre le sport et le type de musique que l'on écoute.

**Sans-fil, de qualité et style de vie : l'avenir du casque à arceau ?**

Les consommateurs veulent du sans-fil pour tous les appareils et le casque n'y échappe pas. Les casques sans-fil représentent l'avenir, d'autant que les transmissions Bluetooth et Klear tendent à s'améliorer en termes de qualité audio. Aujourd'hui, la qualité du son transmis entre les smartphones et le casque est devenue bien meilleure et deviendra encore meilleure dans le futur. Dans le segment du casque sportif, le sans-fil est encore plus demandé car l'activité s'exerce plus facilement sans câble qui vient interférer dans la liberté de mouvement. SMS Audio propose déjà deux modèles sans fil dans sa gamme sportive et une troisième va arriver sous peu.

**Avec le Biosport, vous avez associé un cardio à un casque de sport.****Quel accueil a reçu cette réelle innovation, allez-vous réitérer l'expérience ?**

Le Biosport est devenu un des produits phares de la marque et a déjà reçu de nombreuses récompenses par la presse et l'industrie. Ces écouteurs biométriques ont le fruit d'une collaboration étroite avec Intel. Nous avons apporté notre signature audio unique et Intel leur capacité à utiliser l'énergie fournie par le smartphone pour alimenter le capteur optique intégré à l'oreillette. Les utilisateurs qui veulent faire du sport en maîtrisant leur effort adorent ce produit. Tout en offrant tous les

avantages de nos intra-auriculaires de sport avec l'étanchéité, la résistance et le confort de port, le Biosport Intel Inside fonctionne aussi avec les applications sportives les plus utilisées pour que le sportif puisse connaître sa fréquence cardiaque et décider d'une plage dans laquelle il veut se maintenir. Le Biosport est le compagnon idéal de ceux qui s'entraînent pour un marathon, participent à un programme de fitness pour maigrir ou simplement veulent courir en se faisant du bien, tout en essayant de s'améliorer progressivement. Comme les catégories du bien-être et de la santé sont en train de connaître une croissance fulgurante, SMS va continuer à développer des produits qui proposent des fonctionnalités dans ce sens. Pour chaque nouveau modèle que nous allons développer sur ce terrain, nous introduirons de nouvelles technologies jamais intégrées à des casques auparavant ce qui les rendra uniques et nous différenciera de nos concurrents. ■



« Selon des études récentes, 66% d'utilisateurs de casques audio les utilisent pour le sport. »

# AUDIO-TECHNICA

**Philippe Renan, Sales Manager, Directeur commercial Europe grand public**

**L'intra-auriculaire convaincant de plus en plus, comment le valoriser ?**  
C'est une solution qui s'impose de plus en plus à l'utilisateur par son côté pratique, son faible encombrement et son prix. Cette famille de casques est très répandue sur les étagères des magasins au Japon. Notre expérience du marché japonais nous confirme certes que la mise en scène et le merchandising sont primordiaux mais qu'il ne faut pas oublier le principal, à savoir la découverte du son. La mise à disposition de lingettes jetables est une solution pratique qui s'est imposée dans nos concept stores et qu'il serait bien d'étendre à tous les rayons. Nos nouveaux intra-auriculaires ATH-CKR10 et ATH-CKR9 disponibles courant Avril 2015 illustrent parfaitement notre savoir-faire avec notamment une qualité sonore époustouflante au regard du prix. Les essayez, c'est les adopter !

**Le sport, une vraie piste de valeur pour le casque audio ?**

Sans aucun doute. Dans cette catégorie, nous pensons que la qualité du son doit être considérée au même titre que le design, la robustesse et la résistance à l'eau. Notre nouvelle gamme intra sport lancée au printemps 2015 rencontre déjà un fort succès auprès de nos revendeurs et de nos clients finaux, en premier lieu pour son rapport qualité / prix. C'est la raison pour laquelle nous souhaitons faire découvrir cette série au Medpi 2015. Nous aurons aussi le plaisir de présenter en exclusivité mondiale notre nouveau casque intra-auriculaire sans-fil et à réduction de bruit active.

**Sans-fil, de qualité et style de vie, l'avenir du casque à arceau ?**

Même si le marché confirme un certain essoufflement, le casque à arceau a encore un bel avenir devant lui. Le succès de notre nouveau produit phare l'ATH-MSR7, lancé en Décembre 2014 nous conforte dans cette analyse. Oui bien sûr la fonctionnalité sans fil est une évolution incontournable par le côté pratique qu'elle apporte au quotidien, à la maison ou en voyage. Mais là encore, comme pour le sport, la qualité sonore et surtout le rapport émotionnel de l'utilisateur avec sa propre musique ne doit pas être sacrifié au profit de l'aspect pratique ou encore du design. C'est sans doute notre héritage de leader mondial des cellules pour platines vinyles qui nous incite à faire un tel constat. Le casque que beaucoup comparent à un accessoire de mode n'est pas seulement un objet, c'est pour ainsi dire un instrument à part entière ! Selon ses caractéristiques et ses matériaux, il est capable de donner à la musique une couleur sonore et des sensations uniques. Voilà peut-être comment le casque arceau doit se renouveler aujourd'hui. Un casque encore plus confortable, encore plus musical et encore plus pratique à utiliser, notamment en sans-fil.

**Le revival du vinyle, durable ou effet de mode ?**

L'utilisateur semble peu à peu prendre conscience d'avoir perdu une part « d'émotion » lorsqu'il écoute sa musique au format numérique. Le MP3 compressé, après avoir fait l'unanimité sur le faible poids d'un fichier audio associé à un son « acceptable », finit par lasser. Cela nous amène à considérer que le marché de l'audio entre dans un tournant stratégique, avec un retour à l'essence du son : l'émotion ! Cette tendance se traduit par la recherche d'une meilleure qualité sonore, que le son en haute définition pourrait satisfaire. Reste encore en suspens la

question d'un format universel, cela dit... Mais ce phénomène se traduit aussi par un retour au son analogique, tel que le son du disque traditionnel. Le phénomène « vinyle » n'est pas seulement un effet de mode ! Il pourrait être tentant de conclure que les ventes de platines vinyle augmentent grâce aux jeunes consommateurs qui aiment faire « comme les Disc Jockey ». Il s'agit d'un engouement réel pour un support qu'ils n'ont jamais connu jusqu'ici. Nous avons assisté à une véritable explosion de nos ventes de platines vinyle depuis trois ans et nous pensons que cette tendance sera durable. Nos utilisateurs, de plus en plus fidèles, sont de tous les âges, allant des plus jeunes au moins jeunes. Le lien très fort entre l'utilisateur et sa propre musique n'a pas fini de nous surprendre. Sans doute la raison d'être de notre passion du son ... à découvrir sur le MedPi 2015 ! ■



**Le lien très fort entre l'utilisateur et sa propre musique n'a pas fini de nous surprendre.**

**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@jdl.com

**Rédacteur en chef adjoint**

Patrick Hellio

01 41 58 58 27

patrick@jdl.com

**Secrétaire de rédaction**

Guy Pichard

guy@jdl.com

**Journalistes**Benoît Dupont, Jean-Luc Marianna,  
Roland Marianna, Caroline Mauduit  
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

miguel@newscoregie.fr

**Directeur de clientèle**

Florian Picard : 01 41 58 59 22

florian@newscoregie.fr

**Le Journal des Loisirs**

**Interactifs** est édité par  
Microcoop, SARL au capital  
de 30 000 euros. Siège social :  
23 bis rue Danjou  
92 100 Boulogne Billancourt

**Site Web** : [www.jdl.com](http://www.jdl.com)**Imprimé par lapca**

83 490 Le Muy

ISSN : 1633 - 7123

Dépôt Légal : A parution

**Prix de l'abonnement** :

22 numéros pour 1 an pour  
la France Métropolitaine :  
79 euros. Prix de l'abonnement pour  
l'étranger : nous consulter. L'envoi  
de tout texte, photo ou document  
implique l'acceptation par l'auteur  
de leur libre publication dans le  
journal.

Les marques citées par le JDLi  
le sont dans un but informatif.

Crédits et copyright DR :  
Tous droits réservés.

PROLITE B2888UHSU

# 4K VOYEZ LA VIE EN GRAND!



- 28"
- 1ms
- 
- 
- 
-

HP recommande Windows.

Travail, loisir. À vous de choisir.  Windows

HP Spectre x360

# VOTRE ORDINATEUR PORTABLE SE MET-IL EN QUATRE POUR VOUS ?



HP Spectre x360 13-4000nf

Soyez plus exigeant avec votre ordinateur portable. Passez facilement du mode portable au mode tablette grâce à la charnière polyvalente à 360°. Profitez également de la puissance du HP Spectre x360 avec son processeur Intel® Core™<sup>1</sup>. Et restez connecté grâce à ses 12 heures 30 d'autonomie<sup>2</sup>. En savoir plus sur [hp.com/spectrex360](http://hp.com/spectrex360)

© Copyright 2015 Hewlett-Packard Development Company, L.P. Toutes les autres marques commerciales appartiennent à leurs propriétaires respectifs. <sup>1</sup> Intel, Intel Core, sont des marques déposées ou enregistrées d'Intel Corporation aux Etats-Unis et/ou dans d'autres pays. <sup>2</sup> La durée de vie de la batterie varie selon différents facteurs tels que le modèle, la configuration, les applications téléchargées, les fonctionnalités, l'utilisation, la fonction sans fil et les paramètres de gestion d'alimentation. La capacité maximale de la batterie diminue naturellement avec le temps et l'utilisation. En savoir plus sur <http://www.bapco.com>.

Les fonctionnalités ne sont pas toutes disponibles dans toutes les éditions ou versions de Windows. Il se peut que des systèmes requièrent une mise à niveau ou que du matériel, des pilotes ou des logiciels doivent être achetés séparément pour que vous puissiez tirer pleinement parti des fonctionnalités de Windows. Voir <http://www.microsoft.com>.

Certaines applications sont vendues séparément (selon le marché).

