

JD Li

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs
www.jdli.com

N°295 / 15 juillet 2015

Écouteurs sport intra-auriculaires sans fil



avec coaching
audio intelligent

Optimisés pour la course
ou le cross-training



JABRA SPORT PULSE™
JABRA SPORT COACH™
avec application intégrée



PARTENAIRE OFFICIEL DE
VOS PERFORMANCES



APPLI JABRA
SPORT LIFE

BEAT YOUR BEST

Jabra®

**Écouteurs sport
intra-auriculaires
sans fil**
**avec moniteur de
fréquence cardiaque
intra-auriculaire**

Optimisé pour la course



Jabra Sport Pulse™

Avec application de course intégrée

- Ajustement parfait et sûr
- Résistant à la transpiration et aux intempéries
- Musique avec son Dolby®



PARTENAIRE OFFICIEL DE
VOS PERFORMANCES



APPLI JABRA SPORT LIFE

BEAT YOUR BEST



Entièrement compatible avec les principales applications sportives

JABRA.FR/SPORTPULSE

Jabra®

Écouteurs sport intra-auriculaires sans fil avec coaching audio intelligent

Optimisé pour le cross-training



Jabra Sport Coach™

Avec application de cross-training intégrée

- Ajustement parfait et sûr
- Résistant à la transpiration et aux intempéries
- Musique avec son Dolby®



PARTENAIRE OFFICIEL DE
VOS PERFORMANCES



APPLI JABRA SPORT LIFE

BEAT YOUR BEST



Entièrement compatible avec les principales applications sportives

JABRA.FR/SPORTCOACH

Ubisoft

perspectives confirmées



■ Les ventes du premier trimestre fiscal d'Ubisoft sont certes en très net recul d'une année sur l'autre, mais tout de même supérieures aux prévisions. A 96,6 millions d'euros, elles s'inscrivent en baisse de 73,2 %. Il faut dire que le line up sur la période s'est révélé bien maigre face à celui de 2014, qui avait enregistré la sortie de Watch Dogs. Ubisoft explique cette

situation par les excellentes ventes de fond de catalogue mais aussi par ses ventes digitales qui dépassent les ventes physiques, en s'élevant à 54,1 millions d'euros et représentent 56 % du total contre 23,2 au premier trimestre 2014/2015. Sur l'année, Ubisoft confirme viser un chiffre d'affaires stable.

Calendrier

5 - 9 août : Gamescom. Le salon allemand du jeu vidéo, rassemblant professionnels et grand public se déroulera à Cologne, au début du mois d'août. Des dates inconfortables pour des Français, mais qui n'empêchent pas une impressionnante fréquentation, de l'ordre de 350 000 visiteurs en 2014.

4-7 septembre : IFA, à Berlin. La capitale allemande accueille comme tous les ans l'impressionnant salon de dimension européenne dédié à l'électronique grand public et l'équipement électroménager.

28-30 octobre : Game Connection. A côté de la PGW (voir en-dessous) se tient la Game Connection, salon professionnel rassemblant notamment développeurs, éditeurs et producteurs.

28 oct.-1 novembre : Paris Games Week à Paris. L'événement grand public mettant à l'honneur les jeux qui feront la fin d'année et le début 2016.

6-9 janvier 2016 : L'année commence à Las Vegas, avec le Consumer Electronics Show. Electronique Grand Public et Hi-tech des mois à venir y sont exposés.

Edito

MedPi, Idef. Les deux salons professionnels au cœur des métiers des loisirs interactifs se seront donc déroulés sans accroc et auront délivré leurs verdicts, et le moins que l'on puisse dire c'est qu'ils sont encourageants. Dans un contexte de légère reprise au niveau macro-économique européen, les marchés hardware et celui des jeux vidéo vont pouvoir s'appuyer sur leurs propres forces, Windows 10 et les objets connectés d'un côté, une génération 8 de consoles qui va générer de plus en plus de ventes de l'autre. Face à cette conjoncture favorable les acteurs du marché ont tout intérêt à éviter une guerre des prix pour quelques pourcentages de parts de marché à court terme. C'est au contraire dans ces conditions favorables qu'il faut miser sur la montée en gamme, parier sur la qualité. Mais cette volonté ne peut se déployer que si fournisseurs et distributeurs partagent la même vision, la même ambition.

Sébastien Anxolabéhère

Disparition du Président de Nintendo

Saturo Iwata s'est éteint

■ Ce fut un vrai choc dans l'industrie lundi 13 juillet, lorsque le groupe

Nintendo a annoncé la disparition de son Président Saturo Iwata, survenue deux jours auparavant. Si les problèmes de santé de Mr Iwata étaient connus depuis quelques temps (il avait notamment annulé sa venue à l'E3 mi-2014 pour subir une intervention et ne s'était pas déplacé non plus cette année), l'annonce de sa disparition prématurée à 55 ans a suscité beaucoup d'émotion. A la tête du groupe japonais depuis 2002 où il avait succédé à l'emblématique Hiroshi Yamauchi, Saturo Iwata a notamment vu sa présidence marquée par les succès de deux consoles emblématiques, la Nintendo DS et la Wii. (voir suite page 8).



Hololens, d'abord pour les entreprises

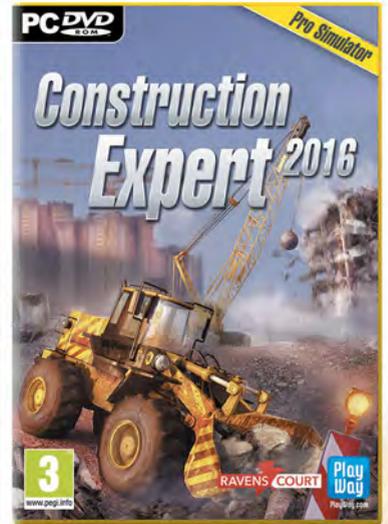
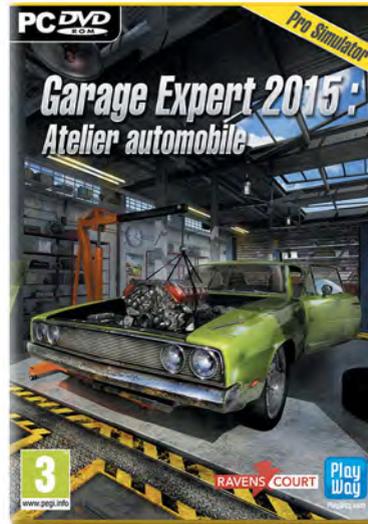
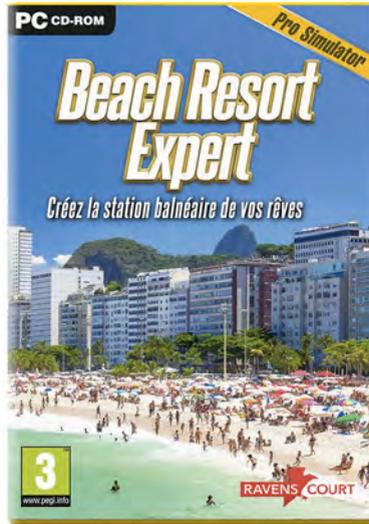
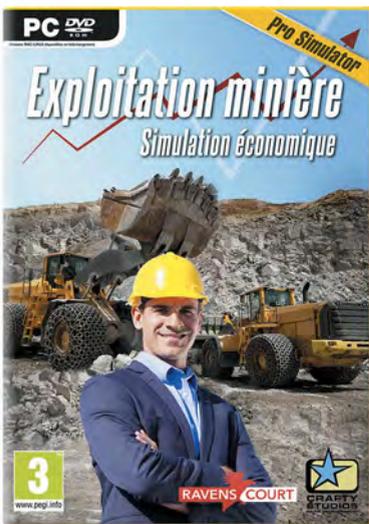
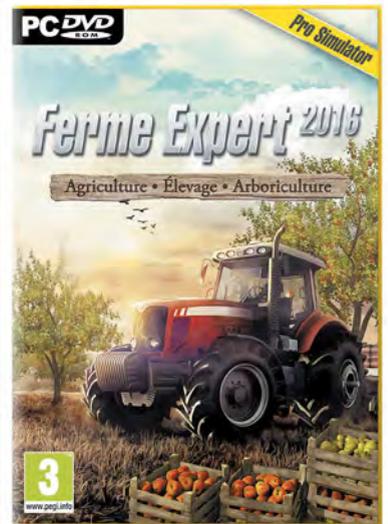
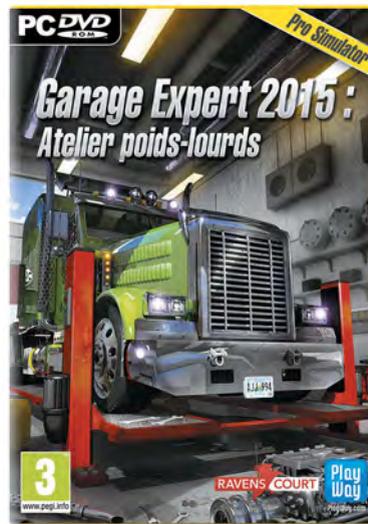
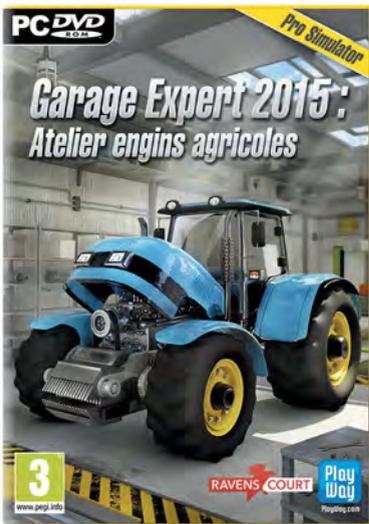


■ Dans une interview accordée à ZDNet, Satya Nadella, Directeur général de Microsoft n'a pas cherché à dissimuler que son casque de réalité virtuelle Hololens a tout d'abord été pensé pour les entreprises. A cela plusieurs raisons. Tout d'abord le casque n'est pas conçu exclusivement pour le jeu. Puissance limitée et champs de vision restreint n'en font pas un device très propice à l'immersion que réclame

aujourd'hui le jeu vidéo. Par ailleurs, et ce n'est pas la moindre raison, le casque Hololens devrait être à un tarif significativement plus élevé que la Xbox One elle-même, ce qui risquerait d'être un sérieux frein à son adoption par les gamers. On semble donc se diriger vers un Hololens « V1 » destiné d'abord à un usage professionnel avant sans doute une version à destination plus ludique, quand l'écosystème nécessaire sera en place.

RETROUVEZ TOUTE LA GAMME PRO SIMULATOR SUR PC

DÉJÀ DISPONIBLE !



MARCHÉ

8 News

10 Salon : Compte rendu
IDEF 2015

Les moments marquants du salon professionnel dédié au jeu vidéo

SOFTWARE

16 News

18 Focus : Japan Expo 2015
Compte-rendu du salon
consacré à la culture nipponne20 Interview : Microsoft
Hugues Ouvrard, Directeur de la
Division Interactive Entertainment
Business chez Microsoft22 Focus : Nintendo,
présentation parisienne
post-E3
Nintendo présente son line-up de fin
d'année à Paris

HARDWARE

26 News

30 Interview : Technicolor
Manuèle Wahl, Senior Vice President
Technology & Trademark Licensing34 Interview: Ifancia
Alexandre Marie, Directeur marketing
et communication36 Focus : Sport connecté
Tout ce que l'activité sportive gagne
via les objets connectés

GUIDES

40 Hardware

42 Software

Idef 2015,
vive la génération 8 !

Du 30 juin au 2 juillet, se tenait le salon professionnel Idef, consacré au jeu vidéo. Un tout nouveau décor bordelais, un pic de chaleur historique relevé en ce tout début juillet, cette édition 2015 s'est également démarquée autant par un contexte industriel porteur avec une génération 8 de consoles en plein essor ainsi qu'une ambiance bien studieuse non dénuée d'une pointe d'austérité.

Nintendo,
présentation
parisienne post-E3

Pendant deux jours fin juin, Nintendo organisait dans un loft parisien sa désormais traditionnelle session de prise en main des principaux jeux qui faisaient son actualité pendant le salon américain de l'E3 quelques jours plus tôt. L'occasion de s'essayer à des versions avancées des futurs jeux mais aussi d'approcher les prochains modèles de figurines Amiibo.

Thomson,
marque de
confiance

Très populaire en France, la marque Thomson fut omniprésente dans nos salons depuis un siècle. Désormais gérée sous forme de licences par le groupe Technicolor, ses valeurs d'innovation demeurent les mêmes. Rencontre avec Manuèle Wahl, Senior Vice President Technology & Trademark Licensing, qui nous détaille l'actualité et le positionnement de la marque emblématique.

Vive le sport
connecté

Dans la nébuleuse de l'objet connecté, le sport justifie la connexion par un usage évident. L'objet connecté permet notamment de se faire du bien et de rendre l'activité plus sociale ou encore d'améliorer ses performances. Le point sur les produits phares de la catégorie.



JDLI

le Journal Des Loisirs Interactifs

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

Directeur de la publication
Marc Laufer
Directeur général
Pierre Sacksteder

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

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

Rédacteur en chef adjoint
Patrick Hellio
01 41 58 58 27
patrick@jdli.com

Secrétaire de rédaction
Guy Pichard
guy@jdli.com

Journalistes
Jean-Luc Marianna et François
Arias

Photographe
Guy Pichard

Maquette
Rédacteurs graphistes
Benoît Maurice
Christophe Monfort

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

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

Site Web : www.jdli.com

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

JAYS

a-JAYS Four

Un son multi-primé, un câble plat anti-nœuds.
Notre best-seller pour iOS maintenant disponible
pour Windows ou Android.

www.jays.se



L'Apple Watch prend du retard



Parties comme une fusée, les ventes d'Apple Watch semblent retomber comme un soufflé. De 200 000 ventes quotidiennes dans le monde la première semaine, elles stagneraient à 10 000 fin juin, selon Slice, société d'études spécialisée. Ça représente tout de même un sérieux -90% ! De plus, les acquéreurs privilégieraient la version entrée de gamme à 349 euros. On semble donc être bien loin de l'engouement et le successeur de Steve Jobs, Tim Cook, dont l'Apple Watch est le premier projet mené sans Jobs va devoir trouver rapidement une solution pour rebooster les ventes. Mais bon, tout n'est pas si noir chez Apple puisque l'iPhone 6 tire le chiffre d'affaires vers le haut.

Le numérique c'est de l'emploi



Syntec Numérique, le syndicat professionnel des entreprises de services du numérique, des éditeurs de logiciels et des sociétés de conseil en numérique estime à 12 000 le nombre d'emplois créés dans le secteur du numérique en France. C'est près du double de l'année précédente (6 600 emplois). Le quatrième trimestre 2014 aura été le dix-huitième consécutifs en positif sur le front de l'emploi. Le secteur rassemble aujourd'hui 365 000 salariés dont 93,7% en CDI. 68,9% des salariés sont cadres. Les recrutements se montent à 35 000 par an. Le salaire moyen brut est de 48 300 euros.

>>> suite de la Une



Employé au début des années 80 par le studio HAL Laboratory dont il devint Président en 1993, Satoru Iwata connaissait parfaitement l'industrie du jeu vidéo et notamment le développement puisqu'il fit ses premières armes en travaillant à la production de titres comme Balloon Fight, la série Kirby ou les jeux de rôle Earthbound, sans oublier Super Smash Bros. Après avoir rejoint Nintendo en 2000, il est désigné par Hiroshi Yamauchi, président du groupe, comme son successeur à l'heure du départ en retraite. Mr Iwata est alors le premier Président du groupe japonais sans lien de parenté avec la famille Yamauchi, fondatrice de Nintendo. Les premières années seront marquées par les succès foudroyants de la Nintendo DS et de la Wii, s'inscrivant dans une philosophie de Iwata consistant à élargir un maximum le public du jeu vidéo en le rendant accessible au plus grand nombre. Au début des années 2010, Iwata présidera au lancement de la Nintendo 3DS puis à celui, plus difficile, de la Wii U. Il y a quelques mois, il avait évoqué la prochaine machine de la firme, la NX, tout en annonçant l'arrivée de Nintendo dans l'arène du jeu sur mobiles via une collaboration avec le spécialiste DeNA. La disparition de Satoru Iwata survient à un moment où le groupe japonais amorce une phase de transition, par définition toujours délicate, pendant laquelle la présence d'un leader emblématique est toujours un atout considérable. En attendant qu'un successeur à la présidence de Nintendo soit désigné, ce sont Shigeru Miyamoto, game designer vedette du groupe et Genyo Takeda, l'un des actuels dirigeants du groupe, qui vont assurer la direction.

Une figure emblématique

« Sur ma carte de visite, il est écrit Président », soulignait Satoru Iwata en 2005 à l'occasion de la GDC. « Dans ma tête, je suis un développeur de jeux. Mais dans mon cœur, je suis un joueur ». Satoru Iwata a notamment marqué la communication du géant Nintendo ces dernières années. Via notamment les Nintendo Direct qu'il présentait, ces conférences vidéo transmises via internet en direction du public et dans lesquels il n'hésitait pas à se mettre en scène avec une bose dose d'humour. Ou

encore les précieux « Iwata Asks » ou « Iwata Demande », de longues et passionnantes interviews en compagnie de développeurs maison ou partenaires, retranscrites en ligne. « Je suis vraiment surpris et attristé par cette nouvelle inattendue », a déclaré Shigeru Miyamoto de Nintendo. « Toute l'équipe de développement de Nintendo va rester engagée dans la politique de développement que Mr Iwata et moi avons bâti ensemble, avec l'ambition d'atteindre des résultats dont Mr Iwata serait fier ». Pour Satoru Shibata, Président de Nintendo Europe, « Mr Iwata était un leader charismatique, une personnalité unique dans l'industrie du jeu et une part importante de l'histoire de Nintendo. Il était un visionnaire dans tous les sens du terme et il va énormément nous manquer ». En France, un partenaire historique de Nintendo s'est exprimé en la personne de Yves Guillemot, Président d'Ubisoft. « Nos plus sincères condoléances et notre sympathie vont à la famille de Monsieur Iwata et aux personnes de Nintendo. Iwata-San était un précurseur qui a transformé la façon dont les gens ont joué aux jeux vidéo, et il a aidé à rendre les jeux plus accessibles et fun pour un nombre incalculable de nouveaux joueurs. Il nous manquera ». « Merci pour tout, Mr Iwata », pouvait-on lire le 13 juillet sur le twitter officiel de PlayStation, tandis que Phil Spencer, Responsable de la Xbox chez Microsoft soulignait : « Un bien triste jour pour la famille et les amis de Iwata-San et pour les tous les joueurs. Sa passion, sa créativité et son leadership ont élevé notre industrie ». Sur les réseaux sociaux dont le Miiverse des consoles de la marque, ce sont des centaines de milliers de joueurs qui exprimaient leur tristesse en apprenant la disparition du patron de la multinationale... dont ils se sentaient à l'évidence intimement proches. Au revoir, Mr Iwata.





Microsoft coupe dans le téléphone

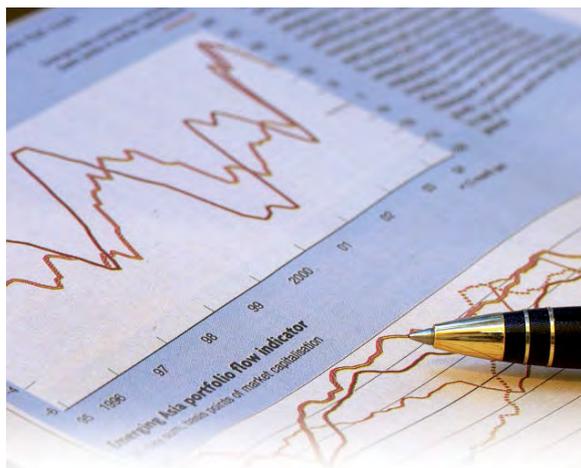
Décidément, la téléphonie mobile peine à sourire à Microsoft. Alors que la société a longtemps affiché un optimisme sans faille quant à sa capacité à combler son retard sur iOS et Android avec sa version dédiée de Windows et alors qu'elle a racheté la branche grand public de Nokia en avril 2014, elle vient d'annoncer se séparer de 7 800 collaborateurs, essentiellement dans la téléphonie. Cette nouvelle vague de licenciements fait suite à une première de 18 000 l'an dernier. Les observateurs n'hésitent pas à interpréter cela comme un quasi jet

d'éponge. Il faut dire que les déclarations de Satya Nadella, Directeur général, (« *Microsoft va devoir faire des choix difficiles dans les divisions qui ne marchent pas* ») ne laissent guère de place au doute. Sans qu'il soit question de fermer la division téléphonie mobile, Microsoft ne rêve plus de concurrencer ses rivaux, Apple et Google côté système d'exploitation et Samsung ou encore Apple côté hardware. Certains estiment même que les Lumia pourraient rapidement s'ouvrir à Android. La présentation de Windows 10 le 29 juillet devrait être l'occasion pour Microsoft de préciser sa stratégie.



Grand ménage en vue chez Toshiba

L'entreprise japonaise est dans la tourmente. En effet, des irrégularités comptables qui ont duré jusqu'en 2013 ont été relevées et le groupe fait actuellement l'objet d'une enquête par une commission indépendante. Première conséquence, son Président Hisao Tanaka a annoncé qu'il présenterait sa démission en septembre. Mais par-delà, c'est plus de la moitié des membres du Conseil d'Administration qui devraient être renouvelés. Si Toshiba est connu du grand public pour ses produits Hi-tech et EGP, les activités de la société sont beaucoup plus larges que cela. C'est la troisième société mondiale pour la fabrication de semi-conducteur. Elle est également engagée dans le nucléaire.



Adcleek lève 500 000 euros

La société Adcleek, spécialiste de l'achat d'espaces publicitaires sur Internet, vient de lever un demi-million d'euros auprès d'une douzaine d'investisseurs privés.

Adcleek est spécialiste du Real Time Binding (RTB), système d'achat d'espaces aux enchères en temps réel. Avec cette somme, la société compte embaucher six commerciaux, booster sa R&D et ouvrir à l'international.



Just Dance c'est du sport



Vous pensiez que le e-sport était réservé aux jeunes gens « totalement geek » nourris à la pizza et au cola ? Et bien ce n'est pas vraiment le cas à en croire Ubisoft qui va proposer pour la deuxième année une compétition de Just Dance en partenariat avec l'Electronic Sports World. Les qualifications se déroulent sur quatre mois depuis le 19 juillet. Les 18 finalistes se retrouveront à Paris les 30 octobre et 1er novembre et devront s'affronter sur Just Dance 2016, disponible le 22 octobre. Just Dance est le premier jeu familial à pénétrer le monde des sports électroniques.



Idef 2015 chaud su

La traditionnelle conférence de presse d'ouverture du salon IDEF, menée par le Sell et Gfk, l'a rappelé : le jeu vidéo se porte très bien en France et l'industrie profite d'un vrai coup d'accélérateur via le succès de la génération 8 de consoles. Avec, comme on le sait,

une position nettement dominante de Sony avec une PlayStation 4 qui n'est pas sans évoquer le règne insolent que la PS2 avait connu au cours de la première moitié des années 2000. On aurait pu craindre que Sony, en telle position de leader, se contente de se reposer sur ses lauriers mais il n'en

fut rien, le Japonais parvenant même à créer les deux moments forts du salon IDEF millésime 2015. On en parle beaucoup depuis des mois, on pressent l'un des événements de 2016, c'est sûr, la réalité virtuelle ne va plus le rester bien longtemps une attraction de salon et l'année prochaine sera celle

Un tout nouveau décor bordelais, un pic de chaleur historique relevé en ce tout début juillet, cette édition 2015 du salon professionnel IDEF, consacré aux jeux vidéo, s'est également démarquée autant par un contexte industriel porteur avec une génération 8 de consoles en plein essor qu'une ambiance bien studieuse non dénuée d'une pointe d'austérité. Un événement où, à l'image du marché aujourd'hui, Sony accapare toute l'attention.

Par Patrick Hellio et Sébastien Anxolabéhère

Photos : Guy Pichard





ur la génération 8 !

de l'arrivée en magasins. Si, IDEF oblige, c'est avant tout la rentrée et la fin d'année qui préoccupent les revendeurs, Sony jouait avec brio la carte des perspectives alléchantes pour le début d'année 2016. Avec tout d'abord une pièce consacrée au casque de réalité virtuelle Morpheus, qui sera

compatible avec la PlayStation 4, dont deux prototypes pouvaient être pris en main avec chacun une démo différente. Plusieurs mois avant une sortie prévue « pour le premier semestre 2016 », il était donc possible de se plonger dans de bonnes conditions (hormis un système de climatisation défaillant causant quelques suées lors des parties, c'est ça aussi l'effet réalité virtuelle !) dans l'univers Morpheus. Une fois le casque installé (tout à fait compatible avec le port d'une paire de lunettes de vue, c'est à saluer), la qualité du rendu graphique impressionne. Deux démos, réalisées par le studio britannique de Sony Computer, consistaient l'une en un interrogatoire musclé (du joueur évidemment) suivi d'une scène de fusillade, et l'autre en une course poursuite en voiture sur une autoroute mêlant carambolages et coups de feu contre des motos et camions. La démo The London Heist est signée Sony Londres et évoque l'ambiance de titres comme The Getaway (PS2, 2002) ou Gangs of London (PSP, 2005). Dans une démo comme dans l'autre, le prototype de Morpheus présenté sur l'IDEF fait des merveilles, avec un rendu graphique détaillé et confortable à l'œil, une gestion des mouvements réussie (via les PS Move pour bouger ses bras virtuels et appréhender les objets) et surtout une immersion dans l'action assez incomparable. Recharger son arme se fait en mimant l'enclenchement des munitions dans le fusil mitrailleur, on peut scruter une scène ou un lieu sous tous les angles en tournant la tête sans aucun effet parasite de retard ou décalage de l'image... l'illusion de vivre la scène est stupéfiante et laisse entrevoir toute une nouvelle grammaire de mise en

scène à inventer par les game designers. En attendant d'en savoir plus sur le prix de vente du casque, sur le temps que l'on peut raisonnablement passer avec, sur le catalogue de jeux qui sera proposé, Sony marquait des points en donnant une réalité concrète à son système et en appuyant sur ce qui sera sa force : une simplicité d'utilisation puisque branché directement à une PlayStation 4 et, comme toujours chez le constructeur depuis le lancement de la PS4, une priorité donnée sans ambiguïté au contenu jeu vidéo. L'autre tour de force de Sony sur le salon fut une démo, jouée « live » par l'un des designers de chez Naughty Dog du très attendu Uncharted 4. Si le jeu ne sera avancé avant début 2016, son développement semble bien entamé et, surtout, le jeu pourrait bien imposer un nouveau standard technologique. Reprenant la section vue durant la conférence E3 du constructeur, la démonstration durait cette fois plus





longtemps, un peu plus d'un quart d'heure. Un quart d'heure d'anthologie, au cours duquel Nathan Drake et son ami Sully traversent une fusillade, s'échappent en Jeep dans une virée au rythme incroyable, qui se conclut par un affrontement dantesque avec un camion surarmé. Un passage époustoufflant, déjà culte, à la dynamique qui pourrait en remonter à Hollywood !

Du côté de Microsoft, l'accent était mis notamment sur Forza Motorsport 6, attendu pour la rentrée et qui devrait à nouveau séduire les amoureux de belles carrosseries avec un titre à la réalisation toujours plus photoréaliste et une interface assez paramétrable pour se montrer aussi accessible aux Béotiens qu'exigeant pour les passionnés. Si nous n'avons pu assister à la démonstration de Rise of the Tomb Raider, titre exclusif aux consoles Xbox en cette fin d'année, le jeu de Square Enix sera probablement l'un des arguments forts du constructeur pour promouvoir sa console sur la période de fin d'année. Enfin, côté constructeurs, Nintendo mettait

Sony jouait avec brio la carte des perspectives alléchantes pour le début d'année 2016.

principalement en avant les jeux que la presse avait pu prendre en main au cours de l'événement parisien post-E3 (voir pages 22), soit Super Mario Maker, Starfox Zero et Mario Tennis sur Wii U.

Si les principaux acteurs du jeu vidéo physique étaient bien là, d'Activision Blizzard à Electronic Arts

en passant par Ubisoft et Bethesda ou Bigben Interactive, l'ambiance générale du salon se voulait avant tout studieuse cette année et faisait l'impasse sur les mises en scène voyantes ou autres éléments de PLV qui coloraient le salon il y a encore quelques années. Si Sony ou Ubisoft se faisaient un plaisir de montrer leur line-up de fin d'année « behind closed doors », Activision Blizzard n'avait visiblement pas de jeux à montrer sur l'événement à la presse, tandis que le stand Electronic Arts n'était guère plus ouvert aux journalistes. Rendez-vous probablement plus tard sur des événements dédiés.

Les instances européennes présentes

Si l'Idéf est avant tout un salon trade ou se rencontrent fournisseurs et distributeurs, le salon est aussi l'occasion pour de rassembler les principales instances européennes du jeu vidéo, donnant ainsi une dimension supra-nationale à l'événement. Ainsi, le LAC (Legal Affairs Committee) qui rassemble les responsables juridiques des principaux éditeurs s'est tenu dès le mardi. C'est l'occasion pour les juristes de partager leurs expériences et d'échanger les « good practices » en place sur les différents territoires. Le mercredi matin, l'Isfe (Interactive Software Federation of Europe) a tenu son conseil d'administration. Autour de Philippe Cardon (Sony Computer), les principaux boss européens et les représentants des syndicats nationaux ont évoqué les nouvelles directives européennes et les principaux chantiers, notamment juridiques défrichés la veille par leurs collaborateurs. Enfin, le board de Pegi s'est également retrouvé à Bordeaux. La question de la scission de la tranche d'âge 7-12 ans en introduisant une nouvelle césure à neuf ans a été soulevée. Rappelons que la signalétique Pegi a été adoptée par Google pour les applications de son store.

La question est maintenant de savoir si les exposants et les visiteurs auront été conquis par cette nouvelle destination. Le Hangar 14 le long de la Garonne se prête incontestablement à ce type de manifestations et la ville ne manque pas d'intérêt. Des questionnaires de satisfaction ont été envoyés.





Atmosphères

Designer de vos idées

Atmo up
Créateur de ventes

Animations/Démonstrations Commerciales
Formateurs
Opérations Commandos
Force de vente

Stands
PLV / ILV
Mobilier commercial
Identité visuelle

Atmo lab
Créateur d'images

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

Atmo event
Créateur de liens

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

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



Développeur de vos ventes



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

www.atmospheres.tm.fr

EXCLUSIVEMENT SUR
Wii U

Nintendo

7
www.pegi.info

Splatoon



Impose tes couleurs!

© 2015 Nintendo. Wii U is a trademark of Nintendo. © 2015 Nintendo.



A group of colorful Splatoon characters, including Inklings and Octolings, are shown in various poses. Some are holding their paintbrush weapons, while others are in action. A green sign with a blue border and a paint splatter effect is positioned at the top center. The background is white with colorful paint splatters in shades of green, purple, and orange.

**ONLINE GRATUIT
8 JOUEURS**

A small, green Splatoon squid mascot with large eyes and a wide smile is peeking out from the left side of the central text box.

**SPLATOON,
C'EST LE MARIOKART™
DES JEUX DE TIR !**

Prêt à faire la guerre, à grands coups de peinture ? Intégrez une équipe d'*Inkling* et affrontez l'équipe adverse en choisissant une arme délirante : vous êtes plutôt Rouleau géant ou Sniper de peinture ? Créez des stratégies en vous transformant en calamar pour vous cacher dans la peinture et vous déplacer à la vitesse de la lumière !

+ Gameblog

“ Au panthéon des plus fabuleuses expériences multi-joueurs ”

jeuxvideo.com

“ Original, fun, drôle, addictif et surprenant ”

L'EXPRESS

“ Cette exclusivité brille par son côté unique [...] un jeu de tir dans lequel on ne tue finalement personne ”

franco info

“ Shooter terriblement addictif sans avoir besoin de passer par la case violence ”

Le Monde.fr PIXELS

“ Splatoon, c'est la réinterprétation à la mode Mario, grand public et bon enfant, des jeux de tir par équipe comme Team Fortress, Call of Duty ou Counter Strike. Ici, ni sang ni fusillades ”

f /Splatoon



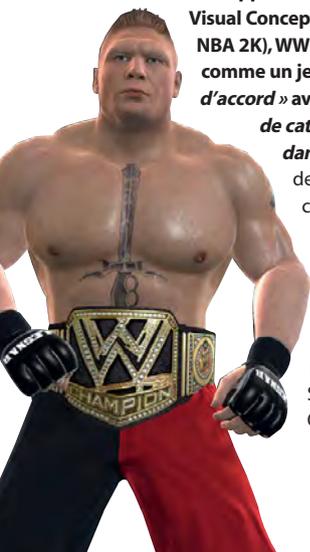
Destiny s'offre une console

La super extension **Le Roi des Corrompus** du jeu d'action connecté **Destiny**, attendue pour la rentrée, va également habiller une PlayStation 4. Un bundle va en effet être commercialisé, qui contiendra une PS4 blanche (de 500 Go), une copie physique de **Destiny : Le Roi des Corrompus Edition Légendaire** (qui inclut **Destiny**, la première extension **Les Ténèbres Souterraines**, la deuxième extension **La Maison des Loups** et **Le Roi Des Corrompus**) mais aussi d'autres bonus. Cette console aux couleurs du jeu développé par Bungie Software et édité par Activision sera vendue à partir du 15 septembre.

WWE 2K16 catch it if you can



Le football a **Fifa**, le basketball a **NBA 2K**, le catch a **WWE 2K**! Fruit d'un développement collaboratif entre Yuke's et **Visual Concepts** (un studio 2K qui travaille sur **NBA 2K**), **WWE 2K16** est annoncé par 2K comme un jeu « qui mettra tout le monde d'accord » avec notamment « le roster (liste de catcheurs, ndlr) le plus important dans l'histoire de la franchise ». Plus de 120 catcheurs seraient prévus, contre moins de 70 sur le précédent jeu. De nouveaux modes de jeu, une meilleure ambiance sonore, des combattants mieux modélisés, un gameplay amélioré... le programme s'annonce musclé ! Sortie prévue sur PS4, PS3, Xbox One et Xbox 360 le 31 octobre.



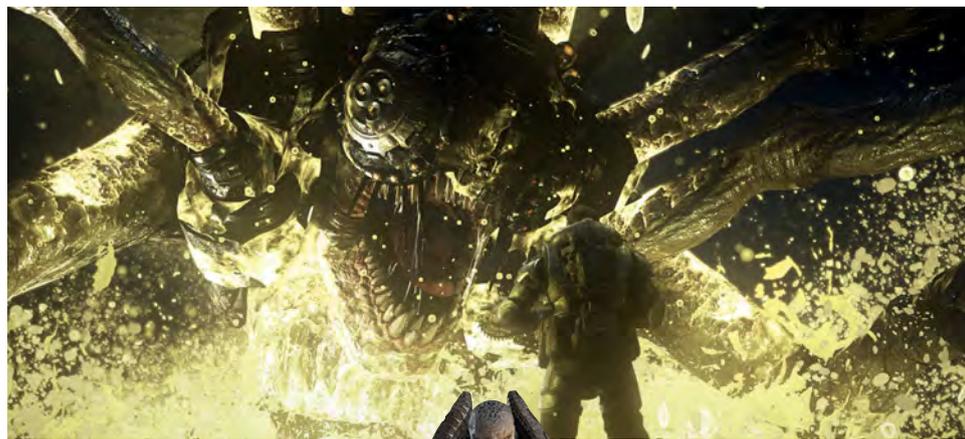
Sorti en 2012 sur PS3 via le PlayStation Store, le jeu si envoutant de Thatgamecompany va passer à la nouvelle génération prochainement. Peu de

Journey, nouveau trip cet été



changements à signaler entre les versions, si ce n'est le nombre d'images par seconde qui passe de 30 à 60. Toutefois, ce peu d'évolutions ne semble pas préjudiciable au titre, tant son expérience de jeu est ailleurs. Signalons que les possesseurs du jeu sur PlayStation 3 pourront télécharger la version PlayStation 4 gratuitement. Les autres pourront démarrer l'ascension de la montagne dès le 21 juillet...

Microsoft soigne ses classiques



En attendant le déferlement de titres exclusifs à partir de la rentrée (voir interview de Hugues Ouvrard page 20), Microsoft va se pencher sur de précieux titres de son catalogue en leur offrant une nouvelle jeunesse.

Avec tout d'abord une belle initiative, via la compilation **Rare Replay**, attendue pour le 4 août sur Xbox One. Pour fêter les 30 ans du mythique studio britannique Rareware (acquis par Microsoft en 2002), l'éditeur réunit une trentaine de jeux qui ont marqué l'histoire de la firme. Des débuts sous le nom **Ultimate Play The Game** (**Jet Pac**, **Sabre Wulf**, les jeux en 3D isométrique comme **Knight Lore** ou **Gunfricht...**) jusqu'aux titres publiés sur consoles Xbox (**Grabbed by the Ghoulies**, **Perfect Dark Zero**) en passant par les grands succès connus en partenariat avec Nintendo (**Banjo Kazooie**, **Perfect Dark**, **Conker's Bad Fur Day...**), cette compilation propose un passionnant voyage dans l'histoire d'un studio dont la



prochaine production, **Sea of Thieves** (un jeu de pirates massivement multijoueurs), a été dévoilée pendant l'E3 à la conférence Microsoft. Seul bémol à la compilation **Rare Replay** qui sera commercialisée une trentaine d'euros, l'absence de deux titres emblématiques du studio (**Donkey Kong Country** et **GoldenEye**) pour des raisons évidentes de droits (licence Nintendo et James Bond).

Gears of War, l'offensive commence

En attendant l'arrivée du premier volet de la saga **Gears of War** spécifiquement pensé pour la Xbox One (**Gears of War 4**, pas avant l'hiver 2016), Microsoft va préparer le terrain dès cet été en publiant une version améliorée du jeu original, paru initialement sur Xbox 360 en novembre 2006. Ce premier chapitre de l'affrontement entre l'humanité et les hordes de **Locustes** va, à l'occasion de son arrivée sur Xbox One, profiter d'une remise à niveau, l'éditeur promettant des graphismes en 1080p et 60 images par secondes, des personnages, décors et éclairages « recréés » ainsi que plusieurs nouveaux modes multijoueurs (**Team Death Match**, **King of the Kill...**). Les scènes cinématiques ont également été recréées pour l'occasion. Côté contenu, **Gears of War** compte ici cinq chapitres de campagne supplémentaires inédits sur console. Avis à ceux qui auraient raté la version originale ou souhaiteraient s'y replonger dans les meilleures conditions.





Mad Max, l'enfer mécanique

Après une résurrection cinéma remarquée ces dernières semaines avec le tonitrueux et furieux **Mad Max Fury Road**, le guerrier post-

apocalyptique s'apprête à faire son retour dans l'arène du jeu vidéo avec **Mad Max**, attendu pour le 3 septembre sur PC, PlayStation 4 et Xbox One.

Jeu d'action en monde ouvert signé par des spécialistes du genre (Avalanche Studios à qui l'on doit la série Just Cause), Mad Max ne sera pas une adaptation du dernier film en date de George Miller ni de ses précédents avec Mel Gibson, mais une nouvelle interprétation de la fameuse licence. « C'est un procédé que nous avons déjà exploité avec l'univers Batman via la série Batman Arkham ou celui du Seigneur des Anneaux avec *La Terre du Milieu : L'Ombre du Mordor* », explique Stéphanie Pichon, Marketing manager Games France et Benelux chez Warner.

« Cela nous permet à la fois de profiter de la popularité d'un univers existant, tout en laissant assez de liberté aux studios, que ce soit en termes de créativité puisqu'il ne sont pas bridés par un film ou en ce qui concerne le planning de développement qui n'a pas obligatoirement à être synchronisé avec une sortie en salles ». Si le Mad Max que le joueur incarne dans le jeu n'est donc ni Tom Hardy ni Mel Gibson, il suffit de quelques minutes manette en main pour être assuré de bien traverser le monde post-apocalyptique sans pitié de Max Rockatansky. Son bolide Interceptor dérobé par un gang, il va s'agir d'explorer des contrées désertiques... mais loin d'être inhabitées pour autant comme les fréquentes rencontres avec des déséquilibrés surarmés le rappellent régulièrement. A l'échelle d'une vaste carte à explorer, il faudra gérer ses ressources, optimiser et armer son véhicule (via un compère qui n'est pas sans évoquer l'un des protagonistes du dernier film)



pour pouvoir espérer survivre dans ce monde sans loi. Si, comme dans les long-métrages, l'action véhiculée tient bien sûr la vedette, le joueur aura également l'occasion de tester les capacités de Max au combat dans des affrontements à pied souvent contre plusieurs adversaires, qui ne sont pas sans évoquer ceux de Batman Arkham... A l'image du film de George Miller qui fut l'une des bonnes surprises du premier semestre en salles (environ 2,5 millions d'entrées en France), on peut espérer que le jeu d'Avalanche Studios constitue l'un des premiers temps forts de la rentrée. Pour supporter le lancement du jeu, Warner Bros prévoit un dispositif conséquent. « La campagne repose sur un budget d'un million brut », détaille Stéphanie Pichon. « Mad Max va profiter d'une campagne d'affichage, en digital, ainsi qu'en radio et en print ». Profitant bien sûr de l'excellent souvenir laissé par le long-métrage, le jeu sort par ailleurs un mois et demi avant la parution du DVD/Blu-Ray du film (le 14 octobre), et le même mois que la VOD. « Le jeu vidéo va globalement profiter de ce qui a été fait autour du film au cinéma et ce qui va être ensuite déployé autour de la sortie vidéo », confirme Stéphanie Pichon. L'éditeur annonce une mise en place de 80 000 pièces au lancement pour les trois versions du titre, qui profitera par ailleurs d'une édition limitée dotée de quelques bonus.



Rayman et les Lapins Crétins chacun ses aventures

Initialement réunis dans le jeu vidéo **Rayman contre les Lapins Crétins** sorti en 2006, les créations de Michel Ancel continuent leurs évolutions respectives... Le héros sans bras ni jambe d'Ubisoft, qui fête cette année ses 20 ans d'existence (1995 déjà !) arrivera cet automne sur smartphones et tablettes avec **Rayman Adventures**, actuellement en développement au sein du studio d'Ubisoft Montpellier. Basé sur le moteur UbiArt Framework (Soldats Inconnus, Child of Light), le jeu emmènera Rayman explorer des mondes féériques, de mystérieux châteaux et même les îles de l'Olympe. De leur côté, les léporidés déjantés ont maintenant leur magazine tout simplement baptisé **The Lapins Crétins**. Vendu en kiosque, le premier numéro est paru le 1er juillet. Quarante-quatre pages d'histoires et d'activités à retrouver à un rythme trimestriel. Bwaahah !



Infinity 3.0 : Disney dégage le premier



On l'attendait pour la fin de l'année, **Disney Infinity 3.0** sortira finalement assez tôt puisque Disney vient d'annoncer une date de parution fixée au 27 août. Le titre de Disney ouvrira donc le bal des grandes sorties de jeux liés à des figurines NFC à la rentrée, quelques semaines avant l'inédit **Lego Dimensions** ou le nouveau **Skylanders Superchargers** (tous deux prévus pour fin septembre). Le 27 août, arrivera donc en magasins le pack de démarrage **Disney Infinity 3.0** (incluant l'aventure **Star Wars Twilight of the Republic**) en versions PlayStation 4, PS3, Xbox One, Xbox 360 et Wii U. Différents packs et personnages arriveront le même jour dont des figurines **Star Wars Rebels**, des figurines Disney (Mickey, Minnie, Mulan...) ou encore un pack **Aventure** basé sur l'univers **Vice-Versa**, le dernier film de Pixar. A noter que les figurines et power discs des précédentes versions de Disney Infinity sont compatibles avec cette édition 3.0. D'autres packs sont d'ores et déjà au programme pour « l'automne 2015 ».

Japan Expo 2015



Japan Expo



Bertrand Amar,
Shigeru Miyamoto,
Grégoire Hellof (interprète)



C'est désormais une tradition chaque année, le salon Japan Expo organisé par Sefa Event au Parc des Expositions de Villepinte et consacré à la culture japonaise sous toutes ses facettes marque le début de l'été. Une seizième édition, prenant place du 2 au 5 juillet, marquée par un pic de chaleur qui n'aura pas entamé l'enthousiasme du public mais aussi par quelques invités de marque dont Shigeru Miyamoto, qui s'est essayé à l'exercice de la Master Class en public. Un moment fort !

Par Patrick Hellof - Photos : Guy Pichard



Quatorze heures, vendredi 2 juillet. Le noir se fait dans l'auditorium réservé pour l'un des événements de la Japan Expo cette année, une Master Class donnée par Shigeru Miyamoto, créateur chez Nintendo de Mario, Zelda et autres Donkey Kong. Un silence quasi religieux attend l'arrivée sur scène du fameux créateur, auquel la plupart des 5 000 personnes présentes dans l'assemblée doivent très probablement de nombreuses nuits blanches passées à sauter de plate-forme en plate-forme en quête de princesses à sauver ! Il suffit à Bertrand Amar - qui va présenter la master class - de scander le nom du fameux game designer pour que la salle s'embrase littéralement et se lève d'un seul homme à l'arrivée sur scène du tant attendu visiteur japonais. Il avait été espéré l'année dernière, il avait dû malheureusement annuler sa venue pour raison personnelle, mais cette fois, il est bien là. Pendant plus d'une heure, Miyamoto va multiplier les anecdotes et explications manette en main autour des deux grands jeux de fin d'année de la Wii U, Starfox Zero et Super Mario Maker. Il sera ensuite rejoint sur scène par Takashi Tezuka, son compère de longue date avec qui il a créé Super Mario Bros (« le premier designer que j'ai embauché ! » dixit Miyamoto) mais aussi Tsubasa Sakaguchi, co-directeur de Splatoon et représentant de la nouvelle génération de créateurs chez Nintendo.

Le jeu vidéo en vedette



Inspirations et références

Une conférence qui fut l'occasion pour Mr Miyamoto d'évoquer par exemple les sources d'inspiration de la franchise Starfox, née en 1993 sur Super Nintendo, à situer du côté du temple Fushimi Inari-taisha, à Kyoto au Japon (ville du siège de Nintendo) où l'on croise de nombreuses statues de renards (Fox Mc Cloud est un renard dans le jeu) et où les visiteurs passent sous de multiples portails... qui évoquent inmanquablement ceux sous lesquels l'Arwing passe à longueur des jeux de la série.

« J'étais ravi d'être à nouveau directeur sur un jeu », a souligné Miyamoto qui a renoué pour ce titre avec la production, en collaborant avec le studio PlatinumGames. Qu'il a visiblement beaucoup fait travailler « sur la transformation du véhicule pour la rendre la plus crédible possible sur le plan physique ». Un nouveau véhicule du jeu a d'ailleurs été dévoilé, sous la forme d'un hélicoptère qui pourra débarquer un robot téléguidé aux faux-airs de ROB (robot de la NES) « pour des sections de jeu pouvant inclure des énigmes ». Le 13 septembre, on fêtera les 30 ans de la sortie de Super Mario Bros sur NES et, deux jours plus tôt, ce sera Super Mario Maker qui sera publié sur Wii U, un titre permettant de créer ses propres niveaux de jeu et de les partager en ligne avec les autres joueurs du monde entier.

« Nous étions à la recherche d'un concept comme Mario Paint en son temps, qui constitue un outil de création pour les joueurs et encourage leur créativité », situait Takashi Tezuka. Qui en a profité pour

souligner que chaque exemplaire du jeu serait livré avec un ouvrage prodiguant des idées visuelles pour se lancer dans la création de niveaux et codes cachés pour visualiser des vidéos. Se prenant visiblement au jeu de l'éditeur de niveaux, Michel Ancel d'Ubisoft, créateur de Rayman, a signé un niveau en hommage à Pac-man (l'un des jeux favoris de Miyamoto) auquel le créateur de Mario et Mr Tezuka ont pu se frotter en direct devant l'assemblée. Ils ont, pour leur part, dévoilé un niveau spécialement concocté à l'occasion de leur passage à Paris, dans lequel Bertrand Amar fut invité à traverser Arc de Triomphe, Sacré-Coeur et Tour Eiffel bâtis à partir de blocs de Super Mario Bros. Au cours d'une session de questions réponses, Shigeru Miyamoto a notamment évoqué pourquoi les tortues sont un ennemi récurrent de l'univers Mario (cela date du premier Mario Bros et de la nécessité d'ennemis immobilisés une fois retournés sur le dos) mais aussi les premiers temps du jeu vidéo chez Nintendo dans les années 80 (« un jeu était réalisé à cinq ou six personnes en six mois, tout le monde touchait un peu à tout », « nous avons travaillé sur le premier Zelda le lendemain du bouclage de Super Mario Bros ! »).

Japan Expo, le jeu vidéo à bras ouverts

Le jeu vidéo a toujours tenu une place importante à Japan Expo à côté des mangas, figurines, DVD, cosplays ou disques de J-pop tant les visiteurs et



amoureux de la culture japonaise sont souvent, également, des joueurs. Cette édition 2015 n'a pas dérogré à la règle et la plupart des grands éditeurs japonais (mais pas seulement !) avaient fait le déplacement pour présenter leurs jeux du moment ou de la fin d'année. Les stands de Nintendo bien sûr, mais aussi Bandai Namco Entertainment ou encore Square-Enix étaient tout simplement inmanquables sur le salon et ne désemplissaient pas. Et puis la culture gaming, sur Japan Expo, prend plusieurs formes puisque l'on croise aussi bien des stands de vente de jeux que des éditeurs de livres spécialisés ou autres espaces dédiés au retrogaming, sans oublier que des tournois sont régulièrement organisés (Mario Kart 8, Mortal Kombat, Splatoon...). ■





Entretien avec

Hugues Ouvrard,
 Directeur de la Division Interactive Entertainment
 Business chez Microsoft

A l'occasion du salon IDEF, le JDLI a pu s'entretenir avec Hugues Ouvrard, Directeur de la Division Interactive Entertainment Business chez Microsoft, en charge de l'univers Xbox. L'occasion de revenir notamment sur des annonces de l'E3 en juin dernier concernant le line-up de fin d'année, la rétrocompatibilité à venir avec les jeux Xbox 360 mais aussi ce que l'avènement de Windows 10 pourra apporter à la console. Par Patrick Hellio



Les atouts de la X

JDLI : La rétrocompatibilité avec les jeux Xbox 360 arrive sur Xbox One. N'est-ce pas un peu tard ?

Hugues Ouvrard : Nous sommes les premiers à le proposer et ce sera entièrement gratuit donc non, nous ne sommes pas en retard ! Cela a pris un peu de temps à mettre en place car, sur le plan technique, cette rétrocompatibilité n'est pas évidente. Une difficulté que les ingénieurs de Microsoft ont réussi à résoudre via un émulateur. Aujourd'hui, tous les arguments qui nous permettent d'accélérer la migration des joueurs Xbox 360 vers la Xbox One sont les bienvenus, et la rétrocompatibilité en est un de plus. Dans les faits, je pense que la part des possesseurs de Xbox One qui joueront à des jeux Xbox 360 sera réduite mais c'était une demande des fans à laquelle Microsoft souhaitait répondre. Une vingtaine de jeux ont été annoncés comme

rétrocompatibles à l'E3, la liste devrait monter à une centaine de titres au déploiement de la fonctionnalité en octobre.

Cela pourrait-il relancer les ventes de software Xbox 360 ?

Ce n'est pas l'optique, l'objectif est davantage de faire migrer ces joueurs vers la Xbox One. La troisième année est la bonne année pour que les joueurs sur Xbox 360 fassent la migration vers la console de nouvelle génération. Le fait que Microsoft propose moins de jeux sur Xbox 360, que Halo et Forza Motorsports notamment ne sortiront pas dessus cette année, et que les éditeurs tiers réduisent également leur offre sont des messages forts qui vont dans ce sens. Et puis le line-up de jeux, notamment exclusifs, sur Xbox One sur cette fin d'année reste le premier argument pour passer à la Xbox One.

Comment se dessine, à ce propos, la fin d'année sur Xbox One chez Microsoft ?

Historiquement, le line-up de Microsoft sur cette fin d'année est l'un des plus importants jamais vus sur Xbox. Nous comptons sept titres exclusifs puissants pour les prochains mois avec Gears of War Ultimate Edition, la compilation Rare Replay, Forza Motorsport 6, Fable, Halo 5 Guardians, Rise of The Tomb Raider et Gigantic. Notre fin d'année va être rythmée par la sortie d'un grand blockbuster tous les mois à compter de cet été, entraînant une communication ininterrompue et ponctuée par des temps forts. Gears of War Ultimate Edition sort fin août, Forza Motorsports 6 sort fin septembre, fin octobre c'est au tour de Halo 5 Guardians puis, mi-novembre, arrivera l'exclusivité Rise of the Tomb Raider, très très importante pour la Xbox One puisque Lara Croft est le personnage de jeu vidéo le plus connu en France



Elite, manette haut de gamme

C'est à l'occasion de l'E3 que Microsoft a dévoilé Elite, un nouveau modèle de manette Xbox One au positionnement... élitiste. « C'est un produit haut de gamme, positionné à 150 euros », confirme en effet Hugues Ouvrard. « C'est un très beau produit qui va s'adresser à une cible bien particulière, les fans de e-sports, les amateurs de beaux objets ». Trois fois plus chère que la manette standard, Elite se démarque par une matière satinée classieuse, des boutons magnétiques permettant de les interchanger aisément, des palettes peuvent être apposées à l'arrière (pour les simulations auto par exemple) et à peu près tous les paramètres de la manette semblent paramétrables. Un bel objet dont la prise en main est immédiatement concluante et qui améliore encore un pad Xbox One déjà considéré comme une vraie référence. Prévue pour octobre, livrée dans une pochette de transport avec divers accessoires, la manette Xbox One profitera d'une campagne principalement orientée social media et compétitions e-sports.



« Notre fin d'année va être rythmée par la sortie d'un grand blockbuster tous les mois à compter de cet été. »

Xbox One

juste après Mario. Ce sont des titres forts, exclusifs, pour lesquels nous allons nous adresser aussi bien aux joueurs qui ont une Xbox 360 pour les faire passer à la Xbox One qu'à ceux qui ont une PS4, sachant que l'on compte traditionnellement entre 30 et 35% de joueurs équipés de deux consoles en cours d'une génération. Nous allons investir massivement en médias pour supporter ces lancements, tout en continuant à communiquer sur la console en fil rouge. Une campagne très puissante sera notamment déployée pour Rise of Tomb Raider car ce sera certainement le titre le plus concurrenté, et le dispositif sera également très conséquent autour de Halo 5 Guardians.

On a vu Activision Blizzard se rapprocher de Sony à l'E3 cette année pour Call of Duty. Où en êtes-vous sur le front des partenariats avec les éditeurs ?

Xbox a longtemps été partenaire de Call of Duty mais nous n'avions pas alors, comme cette année, de shooter du niveau de Halo 5 Guardians. Nous n'aurons pas d'exclusivité sur les DLC de Call of Duty cette année mais le jeu sera tout de même sur Xbox One ! Rainbow Six Siege d'Ubisoft était présent à la conférence E3 de Microsoft cette année, tout comme Fallout 4, ce sont des partenariats qui vont être développés. Rappelons que Xbox est partenaire du produit culturel le plus vendu en France avec Fifa chez Electronic Arts, sur lequel nous avons des exclusivités non seulement côté DLC mais aussi avec le mode Football Legends qui est uniquement sur Xbox. Dans le cadre de ce partenariat, nous proposons aussi en exclusivité la formule EA Access

sur Xbox One, qui permet d'accéder à une bibliothèque de jeux EA mais aussi de jouer désormais à tous les nouveaux titres une semaine avant la sortie, dont les prochains Need For Speed et Star Wars Battlefront. Un argument choc pour les communautés de joueurs en ligne !

Comment se positionne la nouvelle Xbox One à 1 To de disque dur ?

Ce modèle a été annoncé à l'E3 et mis en vente immédiatement. Il coexiste avec le modèle original à 500 Go de disque dur, tout comme avec la Xbox 360 nous avons déjà plusieurs modèles de machines proposés, avec différentes capacités de disque. Avec un prix officiel à 399 euros, la version 500 Go a un argument prix et elle constitue l'entrée de gamme, tandis que la version 1 To est proposée à 449 euros. Nous sommes les premiers sur le marché de la console à 1 To de disque dur, cela va être intéressant de voir comment le marché réagit.



Halo 5 Guardians

Windows 10 arrive bientôt. Quelles passerelles vont être déployées avec la Xbox One ?

De nombreuses passerelles vont se créer puisque les applications Windows 10 seront disponibles sur Xbox One après une mise à jour de la console. Cela signifie un nombre gigantesque d'applications qui vont être proposées sur la console lorsqu'elle accueillera une nouvelle interface pensée dans ce sens et reprenant la logique Windows 10. Cela va également permettre à certains jeux, comme Fable ou Gigantic, d'être joués en ligne avec des joueurs PC quand on est sur Xbox One par exemple. Cela va également accroître l'écosystème du Xbox Live, qui compte aujourd'hui 50 millions de joueurs dans le monde, puisque les joueurs sur PC vont rejoindre le service en ligne via Windows 10, que ce soit pour jouer ou simplement communiquer : la communauté Xbox Live va exploser. Via Windows 10, on va également pouvoir streamer le signal de la console vers le PC se trouvant dans une autre pièce de la maison. Les frontières entre PC et consoles sont de plus en plus ténues. Tout l'avenir de Microsoft va s'écrire avec Windows 10, y compris ce qui concerne par exemple HoloLens, le futur système de réalité augmentée.



Rise of the Tomb Raider

Pendant deux jours fin juin, Nintendo organisait dans un loft à Paris sa désormais traditionnelle session de prise en main des principaux jeux qui faisaient son actualité pendant le salon américain de l'E3 quelques jours plus tôt. L'occasion de s'essayer à des versions avancées de Super Mario Maker, Star Fox Zero ou Mario Tennis Ultra Smash sur Wii U, de The Legend of Zelda : Tri Force Heroes ou Chibi-Robo sur Nintendo 3DS mais aussi d'approcher les prochains modèles de figurines Amiibo ou de figurines hybrides « Superchargers » Amiibo/Skylanders, concoctées en partenariat avec Activision Blizzard.

Par Patrick Hellio - Photos : Guy Pichard



Ninter parisienne

Trentième anniversaire du jeu emblématique de la NES, une reconnaissance qui en fait l'une de ces icônes pop immédiatement reconnaissables par le grand public : Super Mario tenait plus que jamais la vedette de l'événement organisé à Paris par Nintendo dans la foulée du salon de l'E3 à Los Angeles. En phase avec la conférence vidéo Nintendo Direct (vecteur de communication désormais privilégié par le constructeur tout au long de l'année), l'emphase au cours de l'événement parisien était mise sur Super Mario Maker et Starfox Zero, deux titres attendus d'ici la fin de l'année sur la console de salon maison. C'est en effet du bout du stylet

de la Wii U que l'on va pouvoir se prendre pour le nouveau Shigeru Miyamoto ou Takashi Tezuka (créateurs du jeu en 1985) en créant ses propres niveaux du célèbre jeu de plate-forme à défilement horizontal. Super Mario Maker se présente effectivement comme un éditeur permettant de composer ses propres mondes pour ensuite les partager avec d'autres joueurs en ligne. Si on sait combien la création d'un jeu vidéo exige doigté et technicité, Nintendo s'est employé à rendre cet éditeur aussi simple et instinctif que possible. Si le jeu avait déjà été présenté l'année dernière, l'éditeur semblait bien plus simple et facile à prendre en main cette fois-ci. Du stylet, on identifie un élément de décor (brique, tuyau, canon...) que l'on déploie ensuite d'un simple clic sur une surface du jeu qui pourra s'étaler sur plusieurs écrans à l'horizontal. On sélectionne et place ensuite le point de départ des ennemis qui vont venir à la rencontre de Mario et, en un clic, on peut déjà tester le rendu. Simple, efficace et rapide. De quoi motiver quelques professions de level designer chez certains, tandis que d'autres se contenteront peut-être de parcourir les innombrables niveaux que la communauté ne manquera pas de produire et de publier en ligne. A la condition de réussir au moins une fois à terminer, manette en main, son niveau créé pour le valider, Super Mario Maker permet en effet de poster en ligne sa création pour permettre aux autres joueurs de s'y essayer. A force d'expérimentations et de détournements des codes de la saga (un ennemi jaillissant d'un bloc à frapper, un canon tirant des plantes carnivores...), l'objectif va bien sûr être de surprendre les autres joueurs via des agencements de niveaux inédits... ou une difficulté hardcore apte à mobiliser les joueurs chevronnés. Pour bâtir ses niveaux, il sera possible de switcher à loisir entre l'apparence de quatre titres de





ndo, présentation

post-E3

la saga couvrant trois décennies d'évolution (Super Mario Bros de 1985, Super Mario Bros 3 de 1988, Super Mario World de 1991 et New Super Mario Bros U de 2012) même si la physique propre à chacun des titres, par exemple, pourra réserver certains niveaux créés à un environnement graphique donné. Super Mario Maker sera, à n'en pas douter, le grand événement de Nintendo à la rentrée et, étant donné sa nature encourageant la production de contenus par les utilisateurs, devrait s'inscrire sur la durée. Rendez-vous le 11 septembre pour signer ses premiers niveaux maison !

Starfox, Mario Tennis à la rescousse

Autre jeu stratégique pour Nintendo de la Wii U, Starfox Zero marque la collaboration entre Shigeru Miyamoto, le game designer vedette de la firme, avec le studio PlatinumGames à qui l'on doit des hits comme Bayonetta 2 ou The Wonderful 101. L'histoire de la saga Starfox s'est en effet écrite au fil des collaborations entre Nintendo et des structures externes, des Anglais d'Argonaut pour le premier jeu en passant par Rare (Starfox Adventures) ou Namco (Star Fox Assault) à l'époque de la Gamecube. Convoquant donc un univers bien connu des joueurs sur consoles Nintendo (Starfox est né sur Super Nintendo avec l'un des premiers titres embarquant une puce dans la cartouche pour figurer des polygones), le titre fait partie de ces projets dirigés par Shigeru Miyamoto dans l'optique d'exploiter les particularités de la console maison. Incarnant le renard Fox McCloud, le joueur lutte à bord de l'Arwing aux côtés de ses alliés (d'autres animaux dont Falco Lombardi, du genre faucon...) dans des niveaux qui alternent shoot-em-up, séquences dans des passages plus ouverts et bien sûr des rencontres avec des boss dantesques. Un déroulement assez classique et fidèle aux fondamentaux, pour un titre qui se démarque avant tout par sa conception taillée sur mesure pour exploiter les particularités de la Wii



U. Si l'écran du téléviseur affiche en effet le vaisseau spatial du joueur à la troisième personne, le gamepad permet quant à lui de se plonger dans une vue cockpit de l'action, pour des sensations plus fortes bien sûr mais aussi une plus grande précision dans les tirs puisqu'il est désormais possible de viser dans une autre direction que celle du vaisseau. Jouant avec les deux écrans simultanément, mettant à contribution la plupart des touches du Gamepad (pour effectuer des demi-tour, looping...), Starfox Zero exige un certain temps pour s'acclimater à son gameplay... mais une fois les commandes assimilées, le titre renoue avec ce qui faisait le sel des premiers jeux, cette sensation de prendre part à une Guerre des Etoiles animalière

portée par un souffle épique. Fidèle aux origines de la série, Starfox Zero apporte aussi quelques nouveautés comme la possibilité de transformer le vaisseau Arwing en bipède (ou « walker ») ou encore de piloter un tank Landmaster. A la présentation parisienne, deux passages étaient proposés : l'un sur terre se concluant par un affrontement avec un boss, l'autre sous forme de bataille dans l'espace. Attendu pour le quatrième trimestre, Starfox Zero sera certainement l'une des cartes maîtresses de la Wii U sur cette fin d'année.

Mario Kart, Super Smash Bros, Mario Party étant sortis sur Wii U, il manquait encore à la logithèque de la console de salon de génération 8 une itération d'une autre saga incontournable de Nintendo. Ce sera chose faite au cours du quatrième trimestre 2015 avec Mario Tennis Ultra Smash, première version du jeu de tennis convoquant les principaux personnages de l'univers Mario sur les terrains de tennis spécifiquement pensés pour la Wii U. C'est le studio Camelot Software Planning, déjà aux commandes du premier volet en 2000, qui signe le jeu, qui permettra de participer à des matchs en simple ou en double à quatre. Mario, Toad, Peach, Bowser et les autres pourront ici profiter d'un nouveau coup, le tir sauté surpuissant pour perturber l'adversaire... au moins autant qu'un champignon apparaissant sur le court, vu lors de la prise en main du jeu en mode Mega Battle, permettant de doubler la taille de son joueur pour mieux en imposer sur le terrain ! S'il se montre visiblement très classique, ce Mario Tennis Ultra Smash n'en repose pas moins sur une formule assez imparable qui a déjà amplement fait ses preuves sur Nintendo 64, GameCube, Wii et plusieurs générations de consoles portables. Il suffit de quelques minutes

Lendemain d'E3

Si bon nombre d'observateurs se sont montrés bien critiques vis-à-vis de la prise de parole de Nintendo dans le contexte de l'E3 à l'occasion de son Nintendo Direct, il convient de relativiser et bien remettre les différentes prises de parole dans leur contexte. Si Sony et Microsoft orchestrent, au moment de l'E3, l'une de leurs principales prises de parole de l'année avec cette volonté de donner des perspectives pour plusieurs années (Shenmue III, Final Fantasy VII en sont des exemples parlants, tout comme le dossier de la réalité virtuelle qu'il s'agit de Morpheus ou Hololens), Nintendo est désormais coutumier de prises de parole plus régulières, lissées au fil de l'année (les fameux Nintendo Direct), expliquant en l'occurrence un focus plus pragmatique et centré concrètement sur la fin d'année. Une certitude, il y aura de quoi jouer sur consoles Nintendo en fin d'année, que ce soit via les titres présentés sur l'événement parisien ou ceux, absents, qui sont planifiés pour les prochains mois comme Xenoblade Chronicles et Project Zero sur Wii U. En attendant, bien sûr, d'en savoir plus sur la future console du fabricant, désignée sous le nom de code NX et au sujet de laquelle on devrait en apprendre davantage courant 2016.



manette en main pour constater combien la formule fonctionne toujours autant, mêlant judicieusement tennis et coups spéciaux fantaisistes.

Ubisoft et Activision Blizzard parmi les fidèles

Si les productions Nintendo tenaient logiquement la vedette, le constructeur abritait également quelques productions tierces. Historiquement incontournable sur Wii, Just Dance 2016 sera publié le 22 octobre sur Wii et Wii U. A l'instar des autres versions pour consoles de génération 8, cette dernière sera compatible avec une application à télécharger sur smartphone, tandis que le mode Party Master, spécifique à la Wii U, fait son retour cette année. De quoi encourager la migration des joueurs sur Wii vers la nouvelle génération ? Autre éditeur impliqué sur l'événement Nintendo, Activision Blizzard présentait les nouvelles figurines liées au jeu Skylanders Superchargers, attendu pour le 25 septembre. Si le

titre sera, comme chaque année, publié sur l'ensemble des consoles du marché, les versions destinées aux consoles Nintendo vont avoir un « plus », fruit de la collaboration entre le constructeur et l'éditeur, sous la forme de figurines hybrides cumulant les fonctionnalités de Skylanders et d'Amiibo, les figurines NFC de Nintendo. Donkey Kong et Bowser seront les deux figurines spécifiques aux versions Nintendo du jeu (Wii U, Wii et 3DS) et l'on pouvait à l'occasion de l'événement approcher de près des fameux modèles dont seront privés les joueurs sur d'autres marques de consoles. Rappelons que la grande originalité du millésime 2015 de Skylanders est de proposer des véhicules en plus des personnages...

Zelda, à plein temps sur 3DS

Grande absente sur Wii U pour cause de report à 2016 du promoteur futur volet en monde ouvert, la saga Zelda va en revanche être à l'honneur sur la console portable, avec un volet inédit orienté multijoueurs mais aussi la reprise d'un jeu paru récemment sur Wii U. C'est en effet un nouveau jeu Zelda qui attirait les

regards, côté Nintendo 3DS, pendant l'événement parisien. Programmé pour le dernier trimestre 2015, The Legend of Zelda Tri Force Heroes mettra en avant la collaboration entre trois Link (vert, bleu et rouge). A l'instar d'un Legend of Zelda : Four Swords Adventure déjà jouable en coopération en son temps (Gamecube, 2005), le jeu en vue aérienne fera la part belle aux échanges et actions communes entre joueurs pour déjouer énigmes et ennemis. Par exemple en empilant les trois personnages pour atteindre un ennemi au point faible un peu trop élevé pour un Link seul ! De quoi largement animer l'exploration des donjons.... Pensé avant tout pour être pratiqué à trois (local ou internet), le titre pourra aussi être joué en solo, via la « location de deux poupées de papier » permettant de simuler un trio de personnages. Mais c'est à coup sûr entre amis que le titre devrait prendre tout son sel. Autre titre qui évoquera à coup sûr des souvenirs aux possesseurs de GameCube, Chibi-Robot Zip Lash proposera de

prendre les commandes d'un petit robot dans un jeu de plate-forme où, équipé d'une prise électrique, il utilise celle-ci pour lutter contre les ennemis, s'agripper aux plates-formes mais aussi se recharger en énergie. Si résister au jeu paraît imaginable, il sera bien plus difficile de rester insensible à la figurine Amiibo lui étant dédiée (transformation en Super Chibi-Robo à son contact) au look assez craquant. La feuille de route 2016 de la console portable s'annonce par ailleurs assez étoffée puisque Nintendo annonce notamment des poids lourds du jeu de rôle japonais comme Bravely Second End Layer ou Fire Emblem Fates pour l'année prochaine, Pokémon Méga Donjon Mystère ou encore la future adaptation sur portable de Hyrule Warriors, jeu d'action survolté dans l'univers de Zelda paru l'année dernière sur Wii U et signé par les auteurs de la série Dynasty Warriors. Mario & Luigi Paper Jam Bros, jouable sur l'événement parisien, est quant à lui planifié pour le « printemps 2016 », tandis que l'on peut d'ores et déjà s'attendre au déferlement d'une nouvelle phénomène en Europe l'année prochaine via Yo-kai Watch sur Nintendo 3DS. Il s'agira de la première parution sur le Vieux Continent d'une franchise culte au Japon, et on connaît l'appétence du marché français pour les franchises nipponnes comme les succès de Pokémon ou, dernièrement, de Tomodachi Life, ont pu l'illustrer.

Si l'événement parisien de Nintendo permettait de profiter d'une visibilité sur les jeux attendus d'ici la fin de l'année sur ses consoles, l'intégralité du line-up ne répondait pas à l'appel puisque des titres très attendus notamment sur Wii U comme le jeu de rôle de Monolith Xenoblade Chronicles X (décembre 2015) ou un Project Zero : La Prêtresse des Eaux Noires (fin 2015) qui devrait ravir les amateurs d'ambiances horribles à la mode japonaise, n'étaient pas présentés sur place. ■

Amiibo, la course au jouet

A l'occasion du JDLI spécial IDEF, Nintendo nous confirmait avoir franchi le cap (impressionnant) des 450 000 figurines Amiibo vendues en France depuis leur lancement en novembre 2014. L'objectif désormais affiché d'atteindre le million de ventes cette année passera, comme annoncé par le fabricant, par des volumes d'implantation plus importants (pour éviter les fréquentes ruptures observées sur les premières vagues) mais aussi de nouvelles lignes régulières de personnages. A l'occasion de son événement parisien, Nintendo a ainsi dévoilé quelques Amiibo amenés à rejoindre prochainement les linéaires. Outre les Yoshi apparence laine sortis en même temps que Yoshi's Woolly World, on a pu découvrir les Mario apparence rétro qui accompagneront la sortie de Super Mario Maker le 11 septembre, ainsi qu'une nouvelle fournie de personnages issus de Super Smash Bros dont Duck Hunt ou l'irrésistible ROB, fameux robot de la console NES qui devrait faire de l'œil à plus d'un collectionneur... La puissante licence Animal Crossing va également soutenir le phénomène Amiibo. Une vague de figurines va être lancée, compatible avec Animal Crossing Amiibo Festival (troisième trimestre), un jeu de plateau sur Wii U, tandis que Animal Crossing Happy Home Designer (2 octobre) sur Nintendo 3DS va inaugurer une nouvelle famille d'Amiibo... sous forme de cartes. De quoi faciliter le phénomène d'échange, qui correspond bien à l'esprit de cette franchise de Nintendo.



PROLITE GE2488HS

BEST VALUE ALL-ROUND GAMING MONITOR



iiyama 4 GAMING

FEATURING:

- Black Tuner
- Direct Drive function
- 3 Customized user settings
- 5 screen (gaming) modeS



Prolite **GE2488HS**. Now available for every gaming fan.

iiyama

www.iiyama.com

Thomson Full Color

La marque française annonce l'arrivée d'un nouveau téléviseur, le 55UA9806.

Particularité de ce modèle, il s'appuie sur la technologie Quantum Dot qui avait été présentée lors du CES en janvier dernier et qui se démocratise désormais chez les constructeurs. Pour rappel, cette technologie améliore le rendu des couleurs et le contraste pour un rendu qui se rapproche de l'OLED. Après Samsung et LG, Thomson / TCL se lance donc dans la course avec un modèle 55 pouces Ultra-HD intégrant les fonctions smart TV. Le téléviseur affiche un design fin et se veut également innovant dans la restitution sonore avec l'intégration d'un système audio trois voies signé Harman/Kardon. Le téléviseur est également compatible avec le standard d'encodage H.265 qui est utilisé pour l'Ultra-HD mais aussi avec l'HDMI 2.0 pour assurer une cadence de 60 images par seconde. Le pilotage du téléviseur s'effectue via une télécommande gyroskopique mais peut aussi se faire à partir d'un smartphone ou d'une tablette. Le Thomson 55UA9806 sera disponible prochainement au prix de **1 900 euros**.



SteelSeries

Polyvalence vidéoludique



SteelSeries adapte sa manette de jeu Stratus XL pour les environnements Windows et Android. Ainsi, les joueurs sur PC, smartphone et tablette pourront s'adonner à leurs jeux favoris en mode sans fil par le Bluetooth. Le design de la manette se rapproche de celui de la Xbox. Elle est équipée d'un pavé directionnel, de deux sticks analogiques, de quatre boutons d'action, de deux boutons latéraux et deux gâchettes analogiques. Enfin, trois boutons situés au centre de la manette assurent la navigation dans les menus des jeux et des LED indiquent le nombre de joueurs connectés comme l'état des piles AA. L'autonomie annoncée et de l'ordre d'une quarantaine d'heures environ. La SteelSeries Stratus XL est disponible au prix de **59,99 euros**.

AMD

Puissance intégrée



AMD à profité du salon E3 pour dévoiler sa nouvelle puce graphique, la R9 Fury X. Ce processeur graphique haut de gamme se place en concurrent de la GeForce GTX 980 Ti de Nvidia et innove en utilisant une nouvelle technologie mémoire appelée HBM (High Bandwidth Memory ou mémoire à haute bande passante) et une nouvelle architecture baptisée Fiji. Pour assurer un refroidissement efficace et moins bruyant, AMD a choisi le principe du refroidissement liquide en circuit fermé qui ne nécessite aucune installation complexe pour l'utilisateur. Premier constat, la puce R9 Fury X est assez imposante avec près de 8,9 milliards de transistors. Autre particularité, la mémoire HBM est intégrée sur la puce graphique au lieu d'être répartie tout autour, ce qui

permet une communication directe et surtout sur un bus beaucoup plus large (4 096 bits au lieu de 512 bits auparavant). Le bénéfice est évident puisque la puce graphique peut traiter un plus grand nombre de données. Par ailleurs, cette conception occupe beaucoup moins de place sur le circuit imprimé et permet donc la fabrication de cartes graphiques plus courtes, ce qui est intéressant pour les mini-PC entre autres. Sur le plan technique, la puce comprend 4096 unités de calcul contre 2816 pour la génération précédente associée à 4 Go de mémoire HBM. Bien entendu, la puce est prête pour Windows 10 avec la compatible DirectX 12. Les cartes équipées de la R9 Fury X sont disponibles dès à présent aux alentours des **700 euros**.

AOC : synchronisation libre

Concurrent de la technologie G-Sync de Nvidia, FreeSync, initié par AMD et ratifié par le consortium VESA, se retrouve désormais dans les moniteurs de certains constructeurs. Pour

rappel, FreeSync permet d'accorder la fréquence envoyée par la carte graphique avec celle du moniteur. Le but ? Obtenir une image la plus fluide possible et exempte de décrochages (Tearing en anglais) lors des scènes rapides dans les jeux. Principale différence avec Nvidia, la technologie FreeSync ne nécessite pas

une électronique dédiée mais simplement une légère modification de l'existant ce qui évite une hausse des prix des moniteurs. En outre, cette technologie est dynamique et s'adapte en fonction de l'utilisation. Autrement dit, en mode bureautique, la fréquence envoyée par la carte graphique sera abaissée afin de diminuer la consommation électrique. AOC est le premier sur ce marché avec deux modèles, les G2460PF et G2770PF. Il s'agit respectivement de moniteurs 24 et 27 pouces. Ils sont tous deux compatibles 144 Hz avec un temps de réponse de 1 ms et intègrent la technologie AOC i-Care qui réduit la fatigue visuelle. Ils sont réglables en hauteur et disposent d'un mode pivot. Les deux écrans seront disponibles courant septembre. Aucun prix n'a été communiqué.





JBL L'été en musique

Pour la période estivale, JBL lance les enceintes Splashproof. La gamme est composée de trois modèles Xtreme, Charge 2+ et Clip+ qui sont résistants aux éclaboussures de l'eau de mer ou de la piscine et peuvent même être lavés à l'eau courante. L'enceinte Xtreme assure un fonctionnement autonome pendant près de 15 heures. Il est possible d'y connecter jusqu'à trois smartphones ou tablettes en Bluetooth. Elle intègre quatre haut-parleurs et deux boomers passifs. La fonction kit mains libres est aussi de la partie. La JBL Xtreme est disponible au prix de 299 euros. La Charge 2+ est une enceinte plus compacte. Elle est dotée d'une batterie assurant une autonomie d'environ 12 heures. Grâce à son port USB, elle peut recharger smartphones, tablettes et autres appareils mobiles. Là encore, il est possible d'appairer jusqu'à trois appareils. La Charge 2+ est disponible en noir, bleu, rouge, gris et vert au prix de **169,99 euros**. Enfin, la Clip+ sort un peu



du lot avec son design qui fait penser à un petit sac à main. Sa poignée en forme de mousqueton permet de l'attacher facilement à un sac à dos. Elle est étanche et son boîtier la protégera des chocs. La Clip+ sera disponible en noir, bleu, rouge, gris, vert, jaune, rose et orange au prix de **59,99 euros**.



Thrustmaster Pour tous les joueurs

Le spécialiste des périphériques et accessoires pour joueurs présente son nouveau micro-casque à arceau, le **Y-280 CPX**. Ce modèle se veut universel puisqu'il est compatible avec les PC, consoles (PS4, Xbox One, Xbox 360, Mac, Nintendo Wii U, Nintendo 3DS, PS Vita) et même les baladeurs et autres smartphones et tablettes. Le casque profite d'une double amplification des basses pour un meilleur rendu des explosions dans les jeux et des graves en écoute musicale. Le casque Y-280 CPX arbore un design sobre. Il est muni d'un micro détachable et d'une télécommande qui permet une gestion indépendante des voix et du son du jeu. Le casque Y-280 CPX est disponible au prix de **49,99 euros**.

Logitech Conduite accompagnée



De concert avec les jeux de course automobile annoncés à l'E3, les spécialistes du volant dévoilent des périphériques adaptés. Ainsi, Logitech annonce son G920 Driving Force, un volant à retour de force destiné aux joueurs sur PC et Xbox One. Le volant s'appuie sur une finition en cuir aux coutures surpiquées à la main et il est accompagné d'un pédalier avec des pédales d'accélération, de frein et d'embrayage, le tout en acier inoxydable. On trouve également les palettes pour les changements de vitesse au volant et les boutons qui reprennent les fonctions de la manette Xbox. Logitech a intégré des points de montage et d'ancrage pour garantir la meilleure stabilité possible. Le volant G920 sera disponible en octobre au prix de **399,99 euros**. A noter que le levier de vitesse manuel Driving Force est disponible en option au prix de **59,99 euros**.

HP

Encore plus hybride



Après un Spectre X360 tout simplement exceptionnel, HP décline ses hybrides avec des modèles plus abordables. Le premier est le Pavillon X2, qui combine le système de clavier détachable avec une double charnière pour plus de flexibilité. C'est une première ergonomique. Pour le reste, ce modèle est assez basique avec un écran de 10 pouces en haute définition (1280 x 800) et un processeur Intel Atom Z3536F. Sortie prévue fin juillet à partir de 300 euros, ce qui est évidemment un prix très agressif. Les portables multimédia Envy ont aussi droit à une mise à jour avec un design plus soigné et surtout des configurations revues. On trouvera ainsi des modèles de 15 et 17 pouces avec des écrans en très haute définition ainsi que des cartes graphiques Nvidia de dernière génération. Des modèles solides et bien placés sur la grille tarifaire dont la sortie est également prévue fin juillet.

Thomson

sous surveillance

Thomson a annoncé la sortie prochaine d'un nouvel accessoire pour personnes âgées. En plus des possibilités classiques avec appel d'un service de télé assistance ou d'un proche, le

Connecto Mobile est un médaillon d'alerte doté d'un accéléromètre. Ce dernier sert à détecter une chute de l'utilisateur. Selon la sévérité de la chute qui est calculée automatiquement en fonction de la vitesse, le porteur sera mis en relation automatiquement avec un service d'aide qui en cas de non-réponse alerte les urgences médicales. Le médaillon Connecto Mobile sera disponible cette rentrée à un tarif encore inconnu.



Yamaha

Améliore le son

Yamaha continue de renouveler sa gamme d'enceintes à destination des téléviseurs avec une nouvelle barre de son YAS-105 et un plateau sonore, le Sound stage SRT-700. En fonction des besoins, la barre de son pourra être placée au pied du téléviseur ou accrochée au mur juste au-dessous de ce dernier tandis que le plateau sonore prendra place directement sous le téléviseur. La barre de son reprend le design général de la gamme. Elle intègre au total cinq haut-parleurs dont un pour la restitution des basses. Le plateau sonore SRT-700 dispose de deux haut-parleurs et deux woofers qui fonctionnent sur le principe du bass reflex pour restituer au mieux les graves. A noter que les deux modèles s'appuient sur la technologie Air Surround Extreme pour créer un environnement surround virtuel. Compatibles Bluetooth 2.1 (A2DP), les

deux appareils peuvent être pilotés à partir de l'application HT Controller disponible gratuitement sur iOS et Android. Curieusement, la connectique ne comprend pas de prise HDMI et se limite à une entrée numérique et une entrée auxiliaire jack 3,5 mm. La barre de son YAS-105 est disponible au prix de 299 euros et le plateau sonore SRT-700 au prix de 349 euros. Enfin, dernier produit annoncé, le Desktop Audio System TSX-B235. Il s'agit d'une station Bluetooth compatible avec les appareils Apple et Android qui intègre un lecteur CD et un tuner radio. Elle permet également de recharger un smartphone et d'écouter sa musique grâce à ses deux ports USB et assure aussi la fonction de radioreveil. La TSX-B235 intègre deux haut-parleurs large bande de 8 cm. Disponible en noir et blanc, elle est commercialisée au prix de 399 euros.



Jabra fait du cross training

Dans sa gamme sport et après avoir innové avec le premier casque intra-auriculaire sans fil doté d'un cardio-fréquence-mètre, Jabra se lance dans le cross-training avec le Coach. Cette forme récente d'activité physique combine sur une période courte plusieurs exercices très différents mais exécutés intensément, ce qui permet de se maintenir en forme sans y consacrer trop de temps. Ce nouvel intra-auriculaire de sport intègre des capteurs de mouvement et un accéléromètre pour mesurer l'effort. L'application dédiée propose plusieurs types de cross training personnalisables à volonté et les instructions sont transmises vocalement, tout en écoutant de la musique bien sûr. Un bouton sur l'écouteur permet notamment de passer d'un exercice à l'autre. Le casque de sport dépasse donc de plus en plus largement son cadre d'utilisation premier et devient un coach sportif en se connectant au smartphone pour transmettre des messages vocaux qui évitent d'interrompre l'activité en regardant un écran. Le Jabra Sport Coach est disponible pour **149 euros**.



Toshiba, affinage

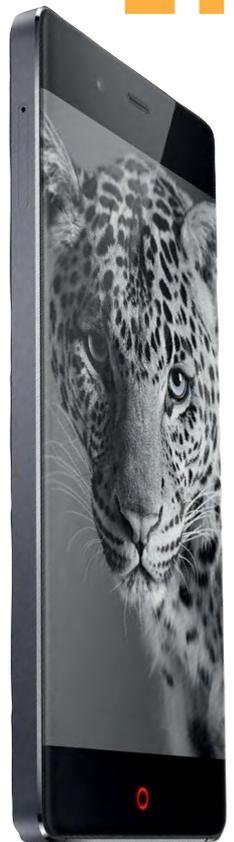
La rentrée approche et Toshiba a mis à jour ses gammes d'ordinateurs portables grand public. On commence par le haut de gamme avec la série P et son châssis en aluminium. Dotée d'un écran de 15,6 pouces (Full-HD ou Ultra-HD selon les modèles), ces notebooks se démarquent par une finition soignée et une configuration musclée.

Le choix d'une carte graphique Geforce 930M est un peu décevant car cela exclut toute pratique du jeu vidéo récent. Plus abordable, la série des Satellite est-elle dotée d'un châssis tout plastique. Par rapport à la génération précédente, les progrès en termes de finition et de finesse sont spectaculaires. Les configurations sont variées mais l'on devrait retrouver le plus souvent des écrans de 15 et 17 pouces Full-HD accompagnés de processeurs Intel plutôt entrée de gamme. Rien de révolutionnaire pour cette gamme de rentrée mais un gros effort a été fait sur le design et la finition.



ZTE La fin des bords

Après des mois de fuites et de rumeurs, ZTE a finalement dévoilé son nouveau smartphone haut de gamme, le Nubia Z9. Le résultat est franchement impressionnant puisqu'il s'agit du premier modèle qui adopte un écran réellement sans bords. La réussite esthétique s'accompagne d'innovations ergonomiques puisque la tranche de l'appareil abandonne les boutons et devient tactile. Reste à valider l'usage dans la pratique. Le reste du téléphone est dans la droite lignée des appareils haut de gamme habituels avec un processeur Qualcomm Snapdragon 810 et un capteur photo 16 Mpx. Aucune date de sortie ni aucun prix européens ne sont pour le moment connus.



Turtle Beach Casque de jeu multi-usages

Turtle Beach a présenté lors de l'E3 2015 plusieurs nouveaux modèles de casques dédiés au jeu. Parmi les plus prometteurs, on notera le Recon 50, un modèle d'entrée de gamme qui sera décliné en trois variantes (PS4, Xbox One et PC). Bien que simple et dénué de fonctions avancées, il devrait séduire les joueurs à petit budget. Le Ear Force P24X est lui nettement plus ambitieux car en plus de proposer une compatibilité universelle, il est doté d'un amplificateur fonctionnant sur batterie et qui permet des réglages plus fins du rendu sonore. On finit ce petit tour d'horizon par un produit plus original, le Recon 30X qui est un casque avec une oreillette unique dédié au chat vocal. Parfait par exemple pour ceux qui veulent profiter de leurs enceintes tout en disposant des fonctions vocales. Aucun prix n'a été annoncé et la disponibilité devrait intervenir à la fin de l'année.





Entretien avec

Manuèle Wahl,
Senior Vice President
Technology & Trademark
Licensing, Technicolor

Thomson Marque de confiance

Très populaire en France, la marque Thomson est omniprésente dans nos salons depuis un siècle. Désormais gérée sous forme de licences par le groupe Technicolor, les valeurs d'innovation demeurent les mêmes. Il s'agit d'un cas d'école du licensing avec un investissement considérable pour créer un écosystème pertinent dans lequel chaque licencié respecte la marque et contribue à la faire rayonner par des produits qui se veulent innovants, simples et conviviaux. Par Stéphane Kauffmann



JDLI : Pouvez-vous expliquer comment Thomson est devenue une marque de licence chez Technicolor ?

Manuèle Wahl : Le groupe Technicolor fête ses 100 ans cette année, un siècle au service de l'innovation ! Le groupe est un acteur historique dans les activités liées à la production de l'image et du son avec notamment le premier film couleur pour Hollywood, la marque RCA rachetée à General Electric et bien entendu Thomson, la marque française qui existe depuis plus de 120 ans. Suite à une décision stratégique au milieu des années 2000, le groupe a cessé de produire des appareils grand public et a décidé de se focaliser sur l'activité professionnelle pour fournir la technologie et les services nécessaires à l'industrie de l'entertainment. Dans cette optique, la société a opté pour le nom Technicolor. Mais les marques RCA et Thomson continuent à vivre sur un modèle de licences qui a permis à cette division d'assurer une croissance continue sur les catégories du téléviseur, de l'audio-vidéo, de l'IT et de l'accessoire dans le domaine des biens technologiques.

Comment gérez-vous la marque Thomson aujourd'hui, sur quel périmètre et sur quel territoire ?

Thomson est déjà présent sur les catégories qui ont fait sa réputation, à savoir le petit et le gros

électroménager tout comme les biens technologiques, soit par des produits grand public, soit par la fourniture de technologies en amont. La notoriété de Thomson est la plus forte en Europe, et particulièrement en France, en Espagne, en Pologne et dans les pays scandinaves. Mais Thomson est également présent en Asie du sud-est et depuis peu en Inde. C'est la marque la plus transversale dans son champ d'activité et le modèle de licence nous permet d'être présents sur les territoires avec une forte légitimité et toujours des spécialistes de leur secteur.

Comment choisissez-vous les constructeurs à qui vous allez céder la licence pour un champ d'activité et comment délimitez-vous le périmètre ?

Nous sélectionnons des fabricants qui sont pertinents et légitimes sur leur périmètre d'activité. Nous avons la chance d'avoir une marque très forte et donc très convoitée ce qui nous permet de choisir parmi plusieurs candidats qui se déclarent spontanément. Notre premier critère de choix réside dans la motivation du constructeur à s'investir dans la marque et à la développer dans la durée sur son segment. De plus, nous avons mis au point un système d'évaluation du candidat qui prend en compte tous les aspects importants tels que la structure de l'entreprise, ses modes de



communication, la roadmap produits, les engagements pris en termes de résultats, la qualité des produits, etc. A partir de là, nous faisons une estimation du potentiel et surtout nous analysons la cohérence avec les autres fabricants licenciés. Il ne s'agit pas de faire croître à tout prix le volume de manière exponentielle mais d'assurer une croissance cohérente et commune avec des exigences de qualité, d'innovation et de service au client. Il s'agit en fait d'un écosystème vertueux où

particulièrement bien. Ainsi, les derniers chiffres GfK montrent une forte croissance sur 2014 et une marque Thomson en quatrième position devant Sony. En audio / vidéo, c'est un nouveau partenaire qui nous a rejoints il y a deux ans. La société Bigben fait preuve d'un grand attachement à la marque et a de grandes ambitions, notamment sur de nouvelles catégories de produits. Par ailleurs, Bigben a une parfaite connaissance du métier dont il est l'un des leaders aussi. La société Admea gère la

plus fin du marché. La marque Thomson Computing propose aussi une gamme complète de tablettes. La maison intelligente est couverte par la société Avidsen qui propose notamment une solution très innovante avec la Thombox. Enfin, sur le segment de la santé connectée, c'est la société Stab qui commercialise des produits innovants et notamment un 5-en-1 qui permet entre autres de réaliser un ECG très simplement.

« Notre marque est très forte et donc très convoitée. »

chaque licence s'imbrique logiquement avec des synergies entre les licenciés, que ce soit au niveau commercial, communication, processus, qualité produit ou service après-vente.

Dans le domaine des biens technologiques, quelles sont les principales licences que vous gérez aujourd'hui ?

Notre première licence date de 2004 et s'est conclue avec le groupe TCL pour les téléviseurs. C'est un des fabricants les plus importants au monde et le modèle de licence fonctionne

marque Thomson sur deux catégories de produits, le petit-électroménager et la téléphonie, résidentielle comme mobile, avec un axe fort et original sur un marché très concurrentiel : la cible des seniors. Pour toute personne qui a besoin d'être accompagnée, Thomson propose une gamme large et pertinente. Pour la partie informatique, le groupe Sfit n'hésite pas à aller concurrencer sur leurs segments de prédilection les géants du secteur, notamment sur les 2-en-1 et les ordinateurs ultra-portables, avec le modèle le



Combien gérez-vous de licences en tout et voulez-vous encore élargir ce portefeuille ?

Actuellement, nous en sommes à une quinzaine de licences en incluant des segments moins grand public comme l'éclairage. Nous n'avons pas la volonté d'étendre encore davantage ce portefeuille. Au-delà de ce nombre, il devient trop difficile de gérer la cohérence de marque, une uniformité dans les standards de production et de développement, ainsi qu'une cohérence dans la communication. Nous couvrons tout le périmètre souhaité avec ces partenaires de qualité. Le potentiel est là. Il s'agit maintenant d'en tirer le meilleur parti possible. En revanche, nous allons conquérir de nouveaux territoires.

Quelles sont les forces de la marque Thomson ? En quoi adopter ce nom aide les constructeurs dans la vente de leurs produits ?

La force de la marque réside en premier lieu dans les valeurs qu'elle véhicule. Thomson a instauré depuis longtemps une relation de confiance avec le consommateur qui perdure et qui est reconnue en tant que telle. Tout un chacun associe à la marque une notion de



pour cette raison que nous agissons en toute transparence. Selon des études récentes commandées à l'institut d'études GfK, Thomson jouit d'une notoriété de 96% en France et de plus de 80% sur les autres territoires européens. C'est une marque qui évoque l'histoire de la technologie avec notamment l'invention du MP3 et du MPEG. La philosophie de la marque est de rendre la

« Thomson a instauré depuis longtemps une relation de confiance avec le consommateur. »

confiance et de qualité. C'est également une marque élégante qui a toujours mis le design au centre de ses préoccupations avec des contributeurs célèbres comme Philippe Starck ou Matali Crasset. La confiance et la simplicité sont des préoccupations majeures qui s'appliquent à tout l'écosystème de nos marques pour ne pas décevoir le consommateur ou la distribution. C'est aussi

technologie accessible au plus grand nombre. Plutôt que séparer, la technologie doit fédérer pour permettre des moments forts de partage, en famille ou entre amis.

Ne faut-il pas dépoussiérer un peu la marque pour qu'elle ait la même aura auprès d'une population plus jeune qui ne l'a pas connue à son apogée ?

Quatre-vingt seize pourcents des Français connaissent et reconnaissent notre marque mais il est vrai que les plus jeunes doivent s'y intéresser davantage et nous avons un plan d'action pour y parvenir. Nous prévoyons des actions sur les réseaux sociaux pour toucher ce public par les médias qu'il utilise au quotidien mais nous allons aussi travailler sur le long terme pour que l'identité de la marque corresponde à leurs attentes. Au-delà du discours, c'est surtout par des produits innovants sur de nouvelles catégories que nous pourrions séduire les plus jeunes qui s'y intéressent naturellement. Notre dispositif est en place et désormais la marque va reprendre la parole, déjà par une campagne ambitieuse à la télévision pour toucher l'ensemble du public. Puis, nous procéderons de manière plus ciblée en fonction des différentes populations.

Vous allez donc lancer une vaste campagne de publicité en fin d'année. Pouvez-vous nous donner des détails ?

Nous prenons la parole mais nous voulons aussi aider nos licenciés et la distribution à vendre les produits Thomson. Dans un premier temps, il a fallu travailler sur le sell in, notamment par notre présence au MedPi et notre communication à l'adresse de la distribution. A partir du 1er novembre, notre campagne TV va soutenir le sell out. Nous avons opté pour le sponsoring d'émissions ce qui permet d'encadrer celles qui ont une forte popularité et de bénéficier aussi d'un fort taux de répétition. De plus, associer Thomson à des émissions phares favorise un transfert d'image positif. Nous avons choisi M6 et France Télévision pour couvrir toutes les strates de la population à tous les moments clefs. Sur M6, nous aurons une forte présence le week-end à travers d'émissions comme 66 Minutes, Capital ou Zone Interdite. Sur France 2,





Smartphone éco-re

L'iPhone est le smartphone le plus vendu avec un cycle de renouvellement très rapide malgré son prix très élevé. Le Recycler et le reconditionner s'impose donc comme une évidence et Itancia est un spécialiste de l'éco-recyclage qui vient du monde professionnel avec désormais la ferme intention de séduire le retail également. Par Stéphane Kauffmann

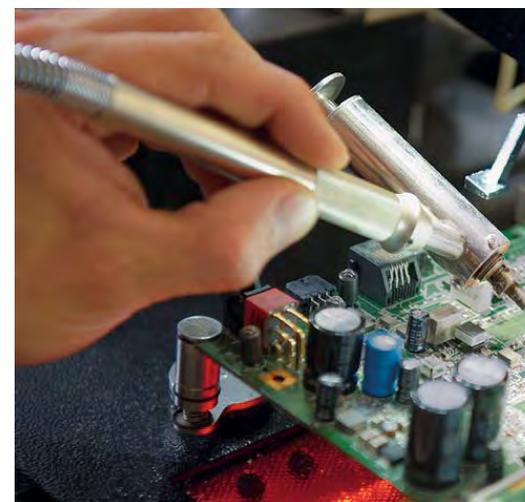


JDLI : Vous êtes spécialisé dans l'éco-recyclage depuis longtemps, cela consiste en quoi ?

Alexandre Marie : Ce fut la première activité du groupe et elle a été initiée il y a 25 ans par notre fondateur, Yann Pineau. Il avait fait le constat du gâchis que représentaient tous les téléphones d'entreprise qui étaient jetés à chaque changement de système alors que pour la plupart, ils étaient encore parfaitement fonctionnels. La société a donc commencé à racheter des vieux lots de téléphones pour les nettoyer, et les réparer le cas échéant, avant de les revendre en inventant ainsi bien avant l'heure le reconditionnement dans notre industrie. Itancia a ensuite évolué peu à peu vers la distribution de produits neufs sur le secteur des télécoms d'entreprise, tout en poursuivant toujours l'activité de reconditionnement.

Désormais, vous adressez aussi la distribution grand public avec des smartphones recyclés ?

Sur notre activité traditionnelle, nous vendons exclusivement à des revendeurs et des installateurs. Pour autant, nous avons constaté qu'avec les communications unifiées, peu à peu le smartphone devenait la pierre angulaire de la communication dans les entreprises. Et souvent, ils sont achetés dans les enseignes de la distribution retail. De notre côté, nous y avons déjà acquis une certaine expérience par la vente de casques et d'oreillettes notamment. Il y a donc une forte demande mais nous ne savons pas distribuer du neuf dans ces canaux, il y a des spécialistes pour cela. En revanche, nous savons recycler et reconditionner... Des millions d'iPhone sont en circulation en France et ils peuvent pour



la plupart être réutilisés. Nous avons donc déjà adressé nos clients habituels mais la distribution retail, multi-spécialistes, hypermarché et sites de vente, est intéressée aussi. Nous arrivons donc sur ce marché et c'est pour cela que nous avons participé au MedPi cette année.

Est-ce que c'est uniquement en marque blanche ?

Non, c'est à la demande. Par défaut, les iPhone que nous recyclons sont vendus sous la marque Itancia reconnue dans le monde de l'éco-recyclage, ce qui apporte une forte valeur ajoutée. Mais si une enseigne souhaite vendre sous sa marque, nous pouvons le faire aussi et même créer des packagings à la demande. Il faut bien comprendre que le reconditionnement écologique est une affaire de spécialistes qui peuvent garantir la qualité des produits. Avec la tendance de la responsabilisation écologique, de nombreux acteurs se sont essayés à l'exercice avec peu de succès. Un client qui achète un iPhone reconditionné est tout aussi exigeant que s'il achetait du neuf et nous ne sommes que trois ou quatre à pouvoir satisfaire ce niveau d'exigence.

Comment fonctionne le recyclage et le reconditionnement ?

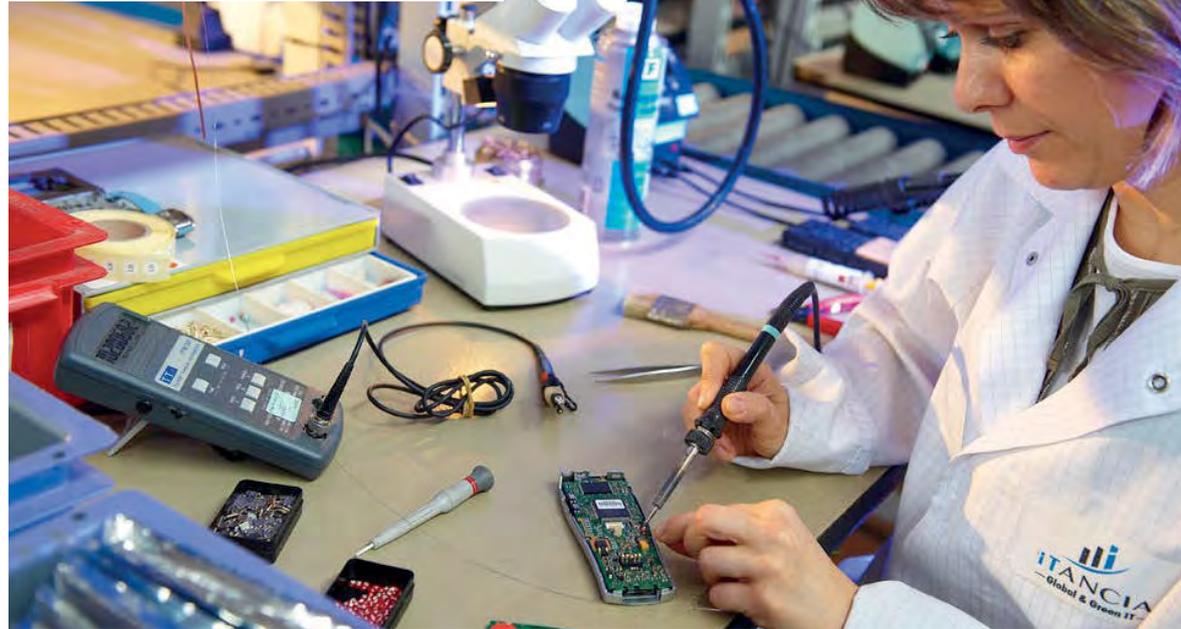
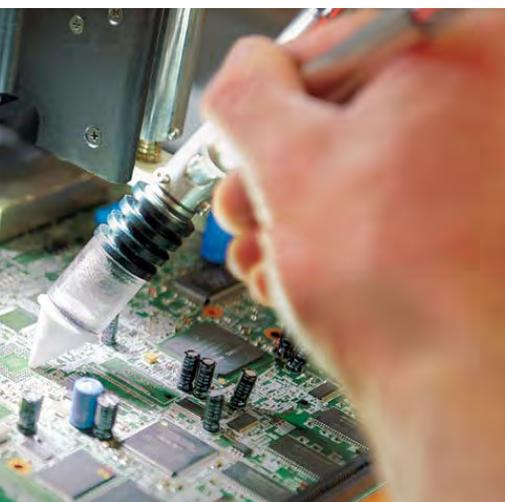
Nous achetons des lots d'iPhone dans le monde entier. De par notre activité d'entreprise, nous avons des

Entretien avec

Alexandre Marie,
Directeur marketing et communication



cia recyclé



Des millions d'iPhone sont en circulation en France et ils peuvent pour la plupart être réutilisés.

Quel est le prix en comparaison du neuf ?

Nous proposons trois niveaux de qualité. Par rapport au prix initial, l'équivalent neuf est moins cher de 30%. La qualité éco est elle 50% moins chère avec la tolérance de cinq micro-rayures au maximum (dont la taille maximale est déterminée aussi) et la batterie doit délivrer au moins 80% de sa puissance initiale. Itancia y ajoute un niveau de qualité qui nous est propre, l'Eco+. Seules trois micro-rayures plus petites sont tolérées et le prix est inférieur de 40% environ par rapport au neuf. Ce n'est donc que de la cosmétique car l'état doit être parfait sinon. C'est d'ailleurs l'offre la plus demandée.

Créez-vous des packagings distincts ?

Oui et l'emballage répond aux normes écologiques les plus strictes en étant notamment fabriqué à partir de carton recyclé. Nous plantons aussi un arbre par téléphone éco-recyclé, ce qui représente une forêt conséquente de 150 000 arbres en trois ans. Notre société répond d'ailleurs aux normes les plus sévères en termes de déchets puisque nous sommes certifiés DEEE. Comme le distributeur doit s'assurer du respect de cette norme en amont, c'est un gage de tranquillité que de travailler avec nous.

Quelle est la position d'Apple ?

Nous ne le savons pas puisqu'à ce jour, il n'y a pas eu d'échanges avec eux sur le sujet. Nous avons choisi l'iPhone parce que c'est le smartphone le plus vendu en France avec plus de quatre millions d'exemplaires en 2014. C'est le téléphone professionnel de 55% de salariés de ce pays. Si on se base sur l'historique dans le téléphone résidentiel pour entreprises, les géants du secteur étaient d'abord sceptiques puis ils ont vite compris que c'était très intéressant pour eux, non seulement en termes d'image mais aussi en favorisant le renouvellement. Dans l'univers du smartphone, c'est

pareil avec du coup une économie du renouvellement bien plus vertueuse. De même, les constructeurs de smartphones devraient se rendre compte selon toute logique qu'il s'agit d'un métier de spécialistes qu'il vaut mieux laisser en des mains expertes.

Allez-vous aussi proposer des iPhone 6 et d'autres marques ?

La rotation de smartphones étant d'environ 18 mois en France, l'iPhone 6 devrait nous parvenir en quantité à partir du début de l'année prochaine mais les premiers lots sont déjà en cours d'acheminement. Nous sommes en train d'établir les procédures, tout comme pour les iPads d'ailleurs. Les premiers iPhone 6 recyclés devraient être disponibles dès cet été. Nous avons aussi commencé à établir les procédures pour les smartphones haut de gamme d'autres marques, et notamment Samsung. Là encore, c'est une question de mois.

Quel est l'intérêt d'une telle offre pour l'enseigne ?

Le marché du smartphone a été bouleversé avec l'arrêt partiel des subventions. Du coup, le consommateur a compris la vraie valeur d'un smartphone haut de gamme comme l'iPhone. Pour autant, il veut toujours en acquérir car l'attachement à la marque et au statut est très fort. L'enseigne peut donc servir les clients qui n'ont pas les moyens d'acheter du neuf avec des marges confortables. Notre modèle est d'autant plus valable que nous ne recyclons que les smartphones haut de gamme des marques premium car il ne faut pas perdre de vue que le recyclage efficace a un coût et ne peut donc se justifier que sur des produits à forte valeur ajoutée. ■

équipes d'acheteurs spécialisés qui savent où chercher et surtout où trouver rapidement. Ces lots arrivent ensuite dans notre usine à Choley dans le 49 car tout ce que nous reconditionnons est fait exclusivement en France. Chaque iPhone est testé selon une procédure très rigoureuse avec une vingtaine d'étapes. S'il y a une défaillance technique, le smartphone est démonté et réparé, nous disposons d'un stock de composants neufs pour le faire. Pour l'aspect extérieur et esthétique, nous procédons à un nettoyage complet qui inclut un traitement antibactérien et là aussi nous changeons des pièces si nécessaire. Ensuite, le smartphone est emballé dans un packaging neuf, nous ajoutons des accessoires, neufs aussi, et une notice. Tous les iPhones sont déclarés à Apple. Ils sont connus et pris en charge par les Apple Store.

Quelles sont ensuite les garanties ?

Le smartphone est garanti 12 mois par Itancia avec notre propre service après-vente. Notre taux de retour est inférieur à 2%, ce qui est très faible. Nous pouvons aussi interfacer notre SAV avec celui du distributeur pour que cela soit transparent pour le client. Si le produit est en panne, il suffit de nous le renvoyer et le client le recevra réparé sous cinq jours ouvrés.





nous encadrons l'émission Parents Mode d'Emploi en prime time tous les soirs à 20h35 et sur France 4, ce sera Un Gars une Fille en début de soirée le dimanche. Ainsi, nous aurons une présence quasi permanente aux heures de grande écoute et ce tous les jours sur une période de huit semaines. Ce seront 860 passages avec un taux de couverture de 85% et plus de 40 millions de personnes touchées !

Avec des licenciés désormais très nombreux, comment garder une certaine cohérence globale de la marque ?

Nous menons des actions vers les licenciés mais pas seulement individuellement. Nous les

réunissons plusieurs fois par an pour parler des roadmaps, des interactions entre les équipes, de la qualité et des aspects de branding. Nous disposons d'une personne qui est en charge des processus qualité et du respect des guidelines. Une autre personne valide les roadmaps et compare les produits dans leur environnement compétitif. Nous faisons également appel à des ressources extérieures pour évaluer en toute indépendance nos modes de fonctionnement dans le but de les améliorer. Nous sommes très fiers de notre gestion des licences qui nous distingue clairement des autres acteurs du licensing.

Ne serait-il pas judicieux de coordonner toutes les actions marketing des licenciés pour une efficacité maximale et une entraide mutuelle ?

C'est exactement ce que nous voulons faire et nous sommes en train de constituer une équipe pour y parvenir. Nous allons coordonner toutes les actions de communication pour délivrer un message fort et cohérent. Tout le monde y gagne car chaque communication autour d'un produit fait aussi la promotion de tous les autres licenciés. ■



Vive le sport

Dans la **nébuleuse de l'objet connecté**, le sport justifie la connexion par un usage évident.

Bonne nouvelle, les Français pratiquent massivement et de manière croissante, c'est une véritable mutation sociale. **L'objet connecté pour le sport** permet notamment de se faire du bien et de rendre l'activité plus sociale ou encore d'améliorer ses performances. Par Stéphane Kauffmann



GARMIN FENIX 3

Montre de sport pour pratiquants intensifs d'activités comme le triathlon, le ski de randonnée, la randonnée alpine... 449 €



FITBIT SURGE

Montre connectée de fitness et multisport avec cardio intégré. 249 €

La France se met au sport ! De plus en plus de personnes pratiquent un sport dans l'Hexagone.

S'entretenir pour mieux vivre et mieux vieillir est devenu une priorité pour une partie non négligeable de la population. Selon les études, sept à neuf millions de personnes pratiquent la course à pied et ce n'est qu'un sport parmi d'autres. Si on y ajoute la salle de gym, le vélo, le tennis et tous les autres sports, on mesure la part très importante de la population concernée. C'est même une vraie révolution sociale qui s'annonce. Les médecins vont prescrire une activité sportive, les mutuelles inclure la pratique sportive dans leurs contrats, le métier de coach sportif est voué à un brillant avenir...

Usage évident

Il est donc logique que la technologie s'intéresse au sport pour permettre de mieux le pratiquer et elle le fait déjà

Sport connecté

depuis quelques temps. L'usage est évident car pratiquer une activité sportive c'est bien, encore faut-il que ce soit bénéfique pour le corps. C'est là que la technologie entre en jeu, particulièrement si elle est connectée bien évidemment. Le sport est un cas d'école intéressant car on voit bien que les objets connectés représentent une nébuleuse qui ne veut pas dire grand-chose en tant que telle et que le consommateur n'arrive pas à identifier. Associer une pratique sportive à un objet connecté pour l'améliorer est en revanche une évidence d'usage.

Montre de sport

Le premier appareil qui vient évidemment à l'esprit puisqu'il existe depuis plus de 10 ans, c'est la montre de sport, et plus particulièrement celle pour la course à pied. Dotée d'un GPS, elle permet déjà de savoir combien de temps, à quelle vitesse et sur quelle distance on court. On peut même connaître le dénivelé. La ceinture cardiaque associée permet de courir dans une plage de fréquence bénéfique pour le cœur. Plus récemment, la montre a intégré le cardio et permet de courir dans une plage prédéfinie, par exemple entre 130 et 150 pulsations minutes sans s'encombrer d'un appareil supplémentaire. La connexion au smartphone permet d'enregistrer chaque jogging et de consulter les statistiques qui à leur tour permettent de suivre la progression. Qui dit usage évident dit ventes : en 2014, il s'est vendu plus de montres de sport que de montres connectées généralistes !

Casque cardio

Deux fabricants de casques intra-auriculaires, qui misent sur le fait qu'une majorité de pratiquants préfèrent courir en musique, ont ajouté un cardio dans l'oreillette. Cette solution est parfaitement adaptée à ceux qui courent pour se faire du bien. Jabra défriçhe même d'autres horizons avec son casque pour le cross training, qui donne des instructions vocales pour enchaîner les exercices tout en mesurant l'intensité de la pratique.



TOMTOM RUNNER CARDIO

Montre GPS connectée avec cardio intégré, pour la course à pied. 229 €

GARMIN FORERUNNER 225

Montre GPS de running avec cardio intégré. 299 €

Cette nouvelle forme de fitness mise sur un entraînement quotidien très court en enchaînant des exercices pratiqués de manière intensive.

Multisport et multi-activité

La montre connectée de sport ne se limite pas à la course à pied, elle permet aussi de suivre la pratique du vélo, du tapis d'entraînement et même de la natation. Les principaux constructeurs ont d'ailleurs lancé des montres multisport qui couvrent toutes ces activités à la fois, et par la même une cible très large, y associant même les fonctions d'un bracelet d'activité. Ainsi, tous ceux qui pratiquent des sports différents pour s'entretenir disposent d'un outil unique pour le faire. La montre de sport s'est aussi intéressée à d'autres sports comme le golf par exemple. Avec la connexion, il est possible de visualiser les parcours et de suivre sa progression. La randonnée est une autre passion d'un nombre croissant de Français et pour cette activité aussi,



SMS-AUDIO BIOSPORT

Intra-auriculaire de sport filaire avec cardio intégré. 169 €



JABRA SPORT PULSE

Intra-auriculaire de sport sans fil avec cardio intégré. 199 €



JABRA SPORT COACH

Intra-auriculaire avec accéléromètre et programme d'entraînement de cross training. 149 €

GARMIN VIVOACTIVE
Montre GPS multisport
ultrafine avec traqueur
d'activité. 249 €



les spécialistes proposent des GPS de poche ou des montres qui permettent par exemple de revenir à son point de départ si on est perdu, un autre usage évident. Même le ski est couvert avec des montres qui permettent de connaître notamment la déclivité, le nombre de kilomètres parcourus et sa position géographique, des informations qui peuvent être vitales en ski de randonnée. Les sportifs de l'extrême disposent aussi de leurs montres connectées avec un suivi et un paramétrage très précis. Ainsi, pour les triathlons, il existe même une montre qui détecte automatiquement si on court, nage ou fait du vélo.

A vélo

Le vélo est une autre activité sportive qui jouit d'un engouement croissant. Pour une partie des cyclistes, ce n'est qu'un mode déplacement pratique mais pour une grande partie c'est aussi un moyen d'entretenir sa forme physique. Curieusement, l'offre technologique connectée pour le vélo est encore assez limitée. Il y a certes les montres multisport avec cardio et des GPS dédiés mais pas un appareil de monitoring dédié au vélo, à suivre sans doute.



GARMIN APPROACH S4
Montre de golf connectée avec visualisation
des parcours. 279 €

TOMTOM GOLFER
Montre de golf connectée avec visualisation
des parcours. 249 €

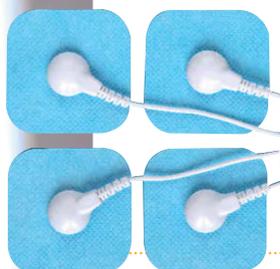
Mesurer l'activité

Pour ceux qui ne pratiquent aucun sport en particulier, il reste toujours la marche. C'est le domaine des bracelets d'activité qui pullulent sur le marché mais dont les ventes peinent à réellement décoller. En plus de surveiller le sommeil, ils comptabilisent le nombre de pas effectués dans la journée et incitent à marcher plus en fixant des objectifs, par exemple 10 000 pas. Ce n'est pas une activité sportive en soi mais les effets sont les mêmes. Si les Américains sont friands de l'autocontrôle et se contentent de savoir pour savoir, les Français adhèrent moins facilement. Il est vrai qu'une fois que l'on a compris qu'il fallait marcher une heure par jour, inutile de porter un bracelet en permanence. A partir de là, il y a deux pistes possibles, celle d'associer d'autres fonctions liées à la santé, comme le fait Jawbone avec son Up3 qui mesure et interprète la fréquence cardiaque au réveil. Ou alors, on intègre le bracelet dans un appareil plus polyvalent comme la montre multisport et donc multi-activité, piste déjà empruntée par certains fabricants. Savoir si pour une pratique sportive d'entretien, il vaut mieux associer le plus de fonctions possibles reste un débat. D'autant que les

GARMIN EDGE 10000
GPS connecté pour le vélo avec analyse et partage en ligne. 499 €

BLUETENS

Distribué par Innelec, Bluetens fait travailler ou relaxe les muscles par électro-stimulation. 149 €

**JAWBONE UP3**

Bracelet d'activité avec coach virtuel et capteur de fréquence cardiaque au repos. 179 €

montres connectées généralistes s'y mettent aussi, à l'image de l'Apple Watch.

Viruel et social

Que ce soit à travers des objets connectés ou des applications, la tendance est au coach sportif virtuel, déjà parce qu'en payer un en chair et en os n'est pas à la portée de toutes les bourses. De nombreuses applications pour smartphone se proposent d'aider à mieux s'entraîner et à effectuer une pratique sportive plus efficace. Après le running, c'est au tour du fitness, en salle de gym ou non. Ces applications donnent des conseils pour les exercices en fonction des données personnelles et permettent d'enregistrer les progrès en utilisant simplement les capteurs du smartphone. Jabra montre avec son intra dédié au cross training que l'appareil a aussi sa place en tant que coach virtuel. D'autres suivront sans aucun doute. Autre tendance lourde, celle de la pratique collective à travers l'échange sur les réseaux sociaux. Partager ses résultats, se lancer des défis, se donner rendez-vous pour une séance, cela passe par les applications seules ou celles des appareils connectés, soit à travers des plates-formes sociales propriétaires, soit par les réseaux existants comme Facebook. L'intérêt d'usage est évident, ne serait-ce que pour se motiver.

Au tour du sport

Et après le sport ou pour se préparer à l'activité, d'autres appareils connectés peuvent entrer en jeu, comme par exemple l'électro-stimulateur. Réglé en Bluetooth par le smartphone, il est possible de faire travailler les muscles

ou de les relaxer après l'effort, confortablement installé devant son téléviseur. Téléviseur sur lequel on regardera ses exploits filmés avec une caméra d'action ! Pour tous les sports de glisse, sur roues, sous l'eau et extrêmes, elle permet d'immortaliser en vue subjective et de partager. TomTom innove par la connexion avec le smartphone qui permet le montage automatique et le partage immédiat sur les réseaux sociaux. Avec les nouvelles caméras à 360 degrés, on pourra même voir ce qui se passe tout autour du sportif ou de décider du point de vue à adopter. Même le drone équipé d'une caméra d'action devient grand public et permettra de suivre ses exploits sous plusieurs angles avec un drone qui suit automatiquement.

Futur connecté

Si tous les appareils cités au préalable sont sur le marché, l'assistance électronique connectée devrait aussi envahir le sport sous d'autres formes et ce n'est pas de la science-fiction. Ainsi, la raquette de tennis connectée dotée d'un gyroscope et d'un accéléromètre permet d'analyser ses coups et d'apprendre plus rapidement la bonne technique. Le tapis de gym va détecter la position et les points d'appuis pour renseigner sur un smartphone si on exécute l'exercice correctement. Le vêtement de sport connecté va rendre le port d'un appareil caduc car il intégrera directement le capteur dans le tissu, ainsi que la puce de transmission en Bluetooth. Quelle que soit l'évolution, une chose est sûre, le sport grand public représente un usage évident pour l'objet connecté et lorsque l'usage est avéré, les ventes suivent en général... ■

**TOMTOM BANDIT**

Caméra d'action avec fonction de partage et de montage automatique sur smartphone. 419 €

**GYOPTIC 360CAM**

Caméra d'action connectée qui filme à 360 degrés avec raccord automatique. 499 €

**BABOLAT PURE DRIVE PLAY**

Raquette de tennis connectée qui analyse les coups. 249 €



Monster Superstar Backfloat

■ Enceinte nomade

Avec son enceinte nomade Superstar Backfloat, Monster propose d'écouter de la musique au milieu de la piscine. L'enceinte est suffisamment étanche pour flotter à la surface de l'eau. Il sera alors possible d'écouter ses playlists depuis un smartphone, une tablette ou un ordinateur compatible Bluetooth. L'enceinte est alimentée par une batterie assurant environ sept heures d'autonomie. La restitution est assurée par deux haut-parleurs de 35 millimètres et un radiateur passif de 50 millimètres pour les graves. A l'écoute, la Superstar Backfloat restitue bien les aigus et correctement les médiums. Les basses, quant à elles, manquent cruellement de profondeur. Il faut reconnaître qu'au regard du volume de l'enceinte, il est sans doute difficile de faire mieux. Toutefois, à la surface de l'eau, les basses prennent un peu plus d'ampleur. Au final, la Superstar Backfloat est surtout pratique pour créer un fond musical en situation récréative autour et dans une piscine mais il ne faut pas en attendre un rendu audio exceptionnel.

■ CARACTÉRISTIQUES

Compatible Bluetooth A2DP et aptX, fonction mains-libres, 2 haut-parleurs 35 mm, 1 radiateur passif 50 mm, micro-USB, entrée jack 3,5 mm, 84 x 82,5 x 40 mm, 225 grammes

■ CATÉGORIE Milieu de gamme

■ CONTACT Monster : 01 47 59 56 36

■ PRIX 149€



Samsung Galaxy Tab A 9.7

■ Tablette

Par rapport à ses smartphones, Samsung n'avait pas une approche aussi qualitative sur ses tablettes. La situation avait changé il y a quelques mois avec une Galaxy Tab S qui rivalisait avec l'iPad et on espérait que cette tendance allait se décliner sur tous les niveaux de prix. Cette Tab A adopte un format 4/3 assez inhabituel dans l'univers Android et laisse une impression mitigée. Si le design n'est pas sans rappeler celui de l'iPad, le châssis est en plastique mais de relativement bonne qualité. La prise en main est agréable grâce à un poids contenu et on apprécie la présence de boutons physiques. Malheureusement, ces bonnes impressions sont gâchées par l'écran. Bien que la dalle en elle-même soit correcte, la résolution n'est que de 1024 x 768 pixels, soit la même que l'iPad premier du nom sorti il y a maintenant plus de cinq ans ! Un choix d'autant plus regrettable que les performances sont très correctes et que l'autonomie est satisfaisante avec près de huit heures sur une charge. Un produit qui aurait donc vraiment mérité un écran de résolution supérieure, d'autant que d'autres constructeurs proposent un châssis en aluminium et un écran Full-HD au même prix.

■ CARACTÉRISTIQUES

Écran 9,7 pouces 1024 x 768 pixels, processeur Qualcomm quadruple cœur 1,2 GHz, mémoire 16 Go, capteur photo 5 Mpixels, Android 5.0, WiFi n, Bluetooth 4.0, micro-USB, micro-SD, 242 x 166 x 7,5 mm, 450 grammes

■ CATÉGORIE Milieu de gamme

■ CONTACT Samsung : 09 61 34 47 80

■ PRIX 299€



Canon Selphy CP1000

■ Imprimante photo 10x15

Avec la Selphy CP1000, Canon propose une imprimante qui s'appuie sur la technologie d'impression par sublimation thermique et qui est dédiée aux formats 10x15 centimètres. Les photos peuvent être imprimées directement depuis un appareil photo, une carte mémoire ou une clé USB. Comme souvent chez le constructeur, la qualité de fabrication est au rendez-vous avec un design certes tout plastique mais sobre et une finition blanc brillant très soignée. L'image imprimée propose une belle restitution des couleurs, le résultat reste fidèle à l'original, c'est très propre. En noir et blanc, même constat avec un noir assez profond et des nuances de gris bien respectées. Dans les deux cas, l'image est détaillée et si l'on pousse un peu plus loin l'inspection à l'aide d'une loupe, on remarque que même les plus petits détails sont bien présents, identiques à l'image originale. Bref, c'est très satisfaisant. Le prix de revient d'un tirage 10x15 se situe aux alentours de 0,45 euro, sachant que Canon vend un kit comprenant une cassette d'encre plus un lot de 36 papiers photo au prix moyen de 16 euros. Dommage que la batterie soit en option, on aurait préféré une Selphy CP1000 vraiment nomade dès son achat.

■ CARACTÉRISTIQUES

Résolution 300 x 300 dpi, format 10x15, carte de crédit, chargeur 18 papiers, écran 6,8 cm inclinable, connectiques USB 2.0, micro USB, lecteur de carte SD et CF

■ CATÉGORIE Milieu de gamme

■ CONTACT Canon : 01 41 99 77 77

■ PRIX 99€



Huawei Honor 6 Plus

■ Smartphone

Après quelques années de présence sur les marchés occidentaux, Huawei change de stratégie et décide de monter en gamme avec des smartphones commercialisés sous la marque Honor. Le 6 Plus est l'un des premiers fruits de cette réorientation. Le design donne l'impression d'être en face de l'enfant illégitime d'un Sony Xperia Z et d'un iPhone 6. Le résultat est plutôt joli mais pas très original. La finition est de qualité, même si l'on aurait aimé que Huawei utilise un dos en verre plutôt qu'en plastique. L'écran de 5,5 pouces adopte une résolution Full-HD et la dalle est l'une des meilleures que nous ayons testées. Luminosité et contraste sont très élevés, tandis que les couleurs jouissent de bons réglages. A l'exception d'une réactivité tactile juste correcte, Huawei a donc fait un sans-faute sur l'affichage. On ne peut pas en dire autant de la partie photo. Le choix de deux capteurs de 8 Mpixels pour reconstituer une image finale de 13 Mpixels est intéressant en théorie mais le résultat final n'est pas franchement convaincant. Les performances du processeur Kirin 925 maison sont bonnes et l'autonomie est longue puisque dépassant sans problème les deux jours. Le Honor 6 Plus est un très bon smartphone, bien équilibré mais peut-être un peu cher par rapport à la concurrence.

■ CARACTÉRISTIQUES

Écran 5.5 pouces 1920 x 1080 pixels, processeur HiSilicon Kirin 925 octuple cœur 1,8 GHz, Mémoire 32 Go, capteur photo 2 x 8 Mpixels, Android 4.4.2, connectivité WiFi n, Bluetooth 4.0, micro-USB, micro-SD, 155 x 75,7 x 7,5 mm, 165 grammes

■ CATÉGORIE Haut de gamme

■ CONTACT Huawei : 01 46 20 60 60

■ PRIX 399€



Logitech Wireless Touch Keyboard K400 Plus

Clavier

Avec ce clavier, Logitech propose de piloter son ordinateur depuis le canapé. Pour ce faire, il adopte un design compact, se connecte sans fil à 2,4 GHz et intègre un pavé tactile. Le clavier dispose naturellement des fonctions multimédia et d'un bouton jaune qui simule le gauche de la souris. Pratique, puisqu'il est accessible directement avec le pouce de la main gauche lorsque l'on tient le clavier à deux mains. L'installation ne prend que quelques secondes. Une fois l'adaptateur Unifying connecté à l'ordinateur, on met le clavier sous tension et la connexion s'effectue instantanément. Avec un ordinateur dédié au salon, notamment pour les photos et les vidéos, l'utilisation du clavier prend tout son sens. Installé au fond du canapé, on prend ainsi le contrôle de l'interface multimédia. Le déplacement du pointeur de la souris s'effectue aisément avec un pavé tactile qui est très réactif. Par un geste avec deux doigts, on peut faire défiler verticalement ou horizontalement les albums, films et autres photos ce qui facilite d'autant la navigation. La légèreté du clavier fait qu'il se manipule avec aisance et la frappe est agréable.

CARACTÉRISTIQUES

Clavier sans fil technologie 2,4 GHz, technologie Unifying, alimentation 2 piles AA, touches multimédia, pavé tactile, 354 x 23 x 139 mm, 380 grammes

CATÉGORIE milieu de gamme

CONTACT Logitech : 01 44 58 98 98

PRIX **44,99€**

Alcatel OneTouch Idol 3

Smartphone

Grand, puissant et vendu au prix très raisonnable de 250 euros, l'Idol 3 grand modèle dispose sur le papier de tout ce qu'il faut pour être l'un des meilleurs rapports qualité/prix de cet été. Sans être très original, le design est plutôt joli avec la particularité d'être totalement réversible. On peut ainsi saisir l'appareil dans un sens ou dans l'autre, chaque extrémité contenant un microphone et un haut-parleur. Autre corollaire de cet équipement, le rendu sonore est très bon pour un smartphone. L'ergonomie est agréable grâce à un écran aux bords très fins. Ledit écran est d'ailleurs très lumineux et contrasté, tandis que les couleurs sont assez peu fidèles. Le capteur photo signé Sony n'est pas le plus avancé du moment mais il réussit à prendre de bons clichés dans à peu près toutes les situations. Sous le capot, le processeur Qualcomm embarqué est une valeur sûre et garantit une excellente fluidité. L'autonomie est elle aussi très satisfaisante puisque le téléphone tient sans problème deux jours. Avec l'Idol 3, Alcatel OneTouch propose un grand smartphone séduisant et innovant, vendu à un tarif extrêmement agressif. A signaler que l'Idol 3 existe aussi en version 4,7 pouces à 199 euros.

CARACTÉRISTIQUES

Écran 5,5 pouces 1920 x 1080 pixels, processeur Qualcomm Snapdragon 615 octuple cœur 1,5 GHz, Mémoire 16 Go, capteur photo 13 Mpx, Android 5.0, connectivité WiFi n, Bluetooth 4.1, micro-USB, micro-SD, 152 x 75 x 7,4 mm, 141 grammes

CATÉGORIE Milieu de gamme

CONTACT Alcatel : 01 46 52 61 00

PRIX **249€** (avec coque cuir)

Thrustmaster Leather 28 GT Wheel

Volant

Pour la sortie de Project Cars, la simulation de course automobile qui s'est vendue à un million d'exemplaires en une semaine sur les consoles et PC, Thrustmaster complète son écosystème de volants basé sur le T300, disponible pour PC, Xbox One et PS4. Doté d'un moteur sans charbons, le Leather 28 propose un retour de force exceptionnel ainsi qu'une précision parfaite. Plusieurs pédales sont disponibles en option avec ou sans pédale d'embrayage, ainsi qu'une boîte de vitesses séparée. Mais surtout, il est possible de changer les volants ou plus précisément les roues comme on dit dans le jargon. Comme son nom l'indique, cette roue GT est en cuir cousu à la main et affiche une diagonale de 28 centimètres. Deux palettes pour passer vitesse sont intégrées à l'arrière. Autour du noyau central sont répartis six boutons, un sélecteur en croix digital, et un bouton trois positions de type Magnitino de Ferrari. L'ergonomie et le confort sont exceptionnels. Il est parfaitement réaliste, déjà par les dimensions et surtout par le grip du cuir rugueux très épais. La finition est exceptionnelle et pour une course GT dans Project Cars, il n'y a pas mieux !

CARACTÉRISTIQUES

Roue pour tout volant de la série T300, structure métal, diamètre 28 cm, revêtement cuir véritable, poids 1 kilo, palettes de vitesses séquentielles, six boutons, pad digital, bouton rotatif 3 positions

CATÉGORIE Haut de gamme

CONTACT www.thrustmaster.com

PRIX **169€**

Toshiba Portégé Z20T

Notebook hybride

Vendu dans la gamme professionnelle de Toshiba, ce Tablet PC deux-en-un avec clavier détachable est pourtant une petite perle qui intéressera aussi les utilisateurs grand public exigeants. Les origines pro de cet appareil se lisent dans un design manquant un peu de caractère mais qui offre en contrepartie une finition parfaite et un châssis à la fois léger et solide. Si la connectique de la tablette elle-même est un peu limitée, le dock comble cette faiblesse tout en offrant au passage un excellent clavier et des batteries supplémentaires. L'écran Full-HD de 12,5 pouces est tactile mais mat ce qui le rend très lisible en toutes circonstances. Un stylet est aussi fourni pour la prise de notes. Le Core M embarqué offre des performances correctes mais il montre clairement ses limites sur certaines tâches bureautiques un peu lourdes. En revanche l'utilisation de ce processeur permet de se passer de ventilateur et d'obtenir une excellente autonomie de 15 heures avec le dock / clavier. En bref un bon hybride haut de gamme qui plus est proposé à un tarif raisonnable au vu de l'équipement.

CARACTÉRISTIQUES

Écran 12,5 pouces Full-HD, processeur Intel Core M-5Y51, SSD 256 Go, 215 x 309 x 18,5 mm, 1,51 kilo

CATÉGORIE Haut de gamme

CONTACT Toshiba : 0147 28 28 28

PRIX **1175€**



Jaquette américaine



Gears of War Ultimate Edition

- **Action**
- **Le 28 août**

Annoncé lors de l'E3, ce remake du jeu sorti il y a déjà neuf ans sur Xbox 360 ne se contente pas d'un simple lifting pour son arrivée sur Xbox One. Quatre-vingt minutes de contenu en plus, son remastérisé en Dolby 7.1 Surround, nouveaux succès Xbox Live, 60 images par seconde, un gameplay revisité, de nouvelles options... Marcus Fénix reprend du service ! A noter que le jeu

sortira sur PC prochainement mais à une date encore inconnue.

- **MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** The Coalition
- **ÉDITEUR** Microsoft Studios
- **DISTRIBUTEUR** Microsoft
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

40€ environ



Madden NFL 16

- **Simulation sportive**
- **Le 25 août**

Malgré la faible médiatisation du football américain en France, Electronic Arts persiste et signe avec sa simulation qui est une référence outre-Atlantique. Au programme des réjouissances, un mode de jeu fait son apparition cette année : le Draft Champions. Celui-ci permettra de composer l'équipe de son choix parmi les stars actuelles mais également les légendes du passé... De plus, côté gameplay, les lancers/réceptions ont notamment été améliorés ainsi que les passes et les phases de jeu. C'est Odell Beckham, le spectaculaire joueur des Giants de New York, qui a été plébiscité par les fans pour orner la jaquette du jeu.

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

70€ environ



Mad Max

- **Action**
- **Le 3 septembre**

Dans la foulée du nouveau film de George Miller qui a plus que réactivé la licence Mad Max, Warner Bros propose un jeu d'action en monde ouvert basé sur la licence. Plus qu'une adaptation du film, les développeurs d'Avalanche Studios (Just Cause) proposent leur vision de l'univers post-apocalyptique implacable de Max Rockatansky. Vastes contrées désertiques, ruines évoquant un monde d'autrefois définitivement perdu, gangs surarmés luttant pour s'approprier routes et ressources et un héros solitaire : c'est bien le monde de Mad Max qui s'étend devant le joueur.

- **MARKETING** Warner Bros va communiquer via une campagne d'affichage, un plan digital mais aussi de la radio et du print.
- **MISE EN PLACE** Environ 80 000 exemplaires
- **DÉVELOPPEUR** Avalanche Studios
- **ÉDITEUR** Warner Bros
- **DISTRIBUTEUR** Warner Bros
- **NOMBRE DE JOUEUR** 1
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

70€ environ (consoles)

50€ environ (PC)



Until Dawn

- **Aventure**
- **Le 26 août**

Une maison isolée en pleine montagne, une bande d'amis se retrouvant pour un weekend festif, un tueur en série qui rôde dans les parages et souhaite en découdre : Until Dawn réunit tous les ingrédients du bon « slasher movie », ces films d'horreur dans la lignée de Vendredi 13 et autres Halloween. Jeu d'aventure graphique évoquant les créations de Quantic Dream (Heavy Rain), Until Dawn va demander au joueur de contrôler alternativement les huit amis et de prendre des décisions qui seront lourdes de conséquences sur leur destin. Les développeurs annoncent des milliers d'embranchements et des centaines de fin possibles. Qui verra le jour se lever ?

- **MARKETING** Avec ce titre, Sony entend toucher les fans de cinéma, de films d'horreur et les joueurs de titres narratifs type Quantic Dream, Telltale Games... La campagne pour Until Dawn va donc aborder la presse cinéma mais aussi le Web via un important dispositif sur Allociné. Un concours va y être organisé pour vivre l'expérience Until Dawn « en vrai ». Le jeu sera visible également en catch-up TV et sur des sites type Melty et Minute Buzz. Un partenariat est annoncé avec Skyrock et une activation en réseaux sociaux et événementielle (camion Until Dawn) est prévue.
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Supermassive Games
- **ÉDITEUR** Sony Computer
- **DISTRIBUTEUR** Sony Computer
- **NOMBRE DE JOUEURS** 1
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

70€ environ (version standard)



Dishonored Definitive Edition

■ Action/Infiltration

■ Le 28 août

Avec Dishonored, publié en 2012 sur PC et consoles de salon de génération 7, le studio Arkane et Bethesda signaient un titre unanimement salué et dont la direction artistique, notamment, a marqué les esprits. Pour que les possesseurs de consoles de nouvelle génération puissent à leur tour se plonger dans cet univers (en attendant Dishonored 2 pour 2016), l'éditeur propose une édition optimisée du titre profitant des capacités supérieures des machines notamment sur le plan graphique et embarquant l'ensemble des contenus additionnels parus sous forme de téléchargement, dont des scénarios supplémentaires.

■ PLAN MARKETING Non communiqué

■ MISE EN PLACE Non communiquée

■ DÉVELOPPEUR Arkane Studios

■ EDITEUR Bethesda Softworks

■ DISTRIBUTEUR Bethesda France

■ NOMBRE DE JOUEUR 1

■ JEU EN LIGNE Non

■ PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

70€ environ



One Piece : Pirate Warriors 3

■ Action

■ Le 28 août

Retour aux sources ! Bandai Namco et Koei Tecmo proposent ici de revivre l'histoire originale de la série One Piece, depuis le village Moulin à Vent jusqu'au royaume de Dressrosa, une île mystérieuse où règne le maléfique Don Quichotte Doflamingo, ou « Démon Céleste ». Tecmo Koei (Samurai Warriors) propose un jeu d'action survolté. Pour la première fois ici, la licence One Piece est proposée sur console de nouvelle génération, dans une version affichant davantage d'ennemis et une action plus vélocité.

■ PLAN MARKETING Non communiqué

■ MISE EN PLACE Non communiquée

■ DÉVELOPPEUR Koei Tecmo Games

■ EDITEUR Bandai Namco Games

■ DISTRIBUTEUR Bandai Namco Games France

■ NOMBRE DE JOUEURS NC

■ JEU EN LIGNE NC

■ PRIX PUBLIC CONSEILLÉ **NC**



Metal Gear Solid 5 : The Phantom Pain

■ Action/Infiltration

■ Le 1 septembre

Le dernier volet de la série Metal Gear Solid avec aux commandes Hideo Kojima est l'une des sorties majeures de la rentrée. Se déroulant neuf ans après les événements de MGS 5 : Ground Zeroes, le titre jouit du moteur graphique maison de Konami : Fox Engine. Le joueur incarnera donc Snake sorti du coma en 1984 qui sera aux prises avec un mystérieux groupuscule du nom de XOF. Comme le veulent les traditions de la série, le titre mélange action et infiltration, mais cette fois-ci en monde ouvert. La version PC est prévue pour un peu plus tard, le 15 septembre.

■ PLAN MARKETING Une PS4 aux couleurs du titre sera commercialisée dans un bundle spécial, en plus des différentes éditions du jeu.

■ MISE EN PLACE Non communiquée

■ DÉVELOPPEUR Kojima Productions

■ EDITEUR Konami

■ DISTRIBUTEUR Konami

■ NOMBRE DE JOUEUR NC

■ JEU EN LIGNE Oui

■ PRIX PUBLIC CONSEILLÉ **NC**



Disney Infinity 3.0

■ Action/aventure

■ Le 27 août

2015 sera l'année Star Wars ! Quelques mois avant la sortie en salles du tant attendu nouveau film de la saga (décembre), Disney propose une troisième génération de Disney Infinity mettant en vedette l'univers de la Guerre des Etoiles, après les univers maison et les super-héros Marvel. Le pack de démarrage comprend le logiciel 3.0, l'aventure Twilight of the Republic, deux figurines (Anakin Skywalker et Ahsoka Tano) et un socle pour relier les figurines et le jeu. Toy box, le fameux mode permettant de créer ses propres aventures, profite d'une nouvelle version. Différents packs (figurines, power discs...) sortent

au même moment et sont prévus pour les prochains mois. Les figurines et aventures achetées pour les deux précédentes versions de Disney Infinity sont compatibles avec le nouveau titre.

■ PLAN MARKETING Non communiqué

■ MISE EN PLACE Non communiquée

■ DÉVELOPPEUR Disney

■ EDITEUR Disney

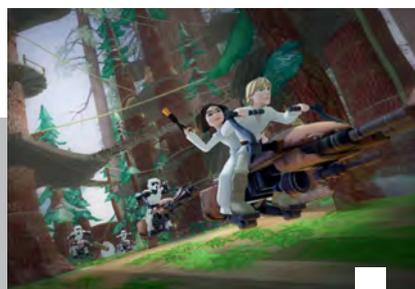
■ DISTRIBUTEUR Disney

■ NOMBRE DE JOUEUR NC

■ JEU EN LIGNE NC

■ PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

60€ environ



C'est dans la poche !

Clavier Pliable Universel

Universal Foldable Keyboard

Le meilleur compagnon de votre tablette et smartphone



Conçu pour

iPad iPhone



Windows

