

JDLI

Le Journal Des Loisirs Interactifs N°296 / 4 septembre 2015
www.jdli.com

*"À la fois drôle, instinctif
et délirant"*

Le Monde.fr **PIXELS**



SUPER MARIO MAKER™

JOUEZ, CRÉEZ, PARTAGEZ, À L'INFINI

EXCLUSIVEMENT SUR

Wii U



© 2015 Nintendo



2 OCTOBRE 2015

NINTENDO 3DS

Welcome to
Animal Crossing

HAPPY HOME DESIGNER



La franchise aux
700.000 fans revient pour
réveiller les décorateurs
en herbe.

3

© 2015 Nintendo

Découvrez les amiibo et les nouvelles coques Animal Crossing

amiibo



Qu'est ce qu'une carte amiibo ?

Ce sont des cartes interactives ! Avec elles, invitez vos personnages préférés d'Animal Crossing dans votre jeu et répondez à leurs demandes parfois farfelues.



Paquet de cartes amiibo Animal Crossing :

Chaque paquet contient 1 carte spéciale amiibo et 2 cartes normales.

Nouvelles coques N3DS



Nouvelles coques :

N°5 - Keké, N°6 - Marie et N°27 - avec des personnages issus de la série.

Comment jouer ?

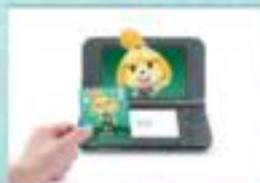
Quelle configuration est faite pour vous ?



Si vous possédez une **new NINTENDO 3DS** ou une **new NINTENDO 3DS XL**



Le jeu Animal Crossing: Happy Home Designer suffit.



Posez vos cartes amiibo directement sur le lecteur intégré de votre console.

Si vous possédez une **NINTENDO 2DS**, une **NINTENDO 3DS** ou une **NINTENDO 3DS XL**



Le pack Animal Crossing: Happy Home Designer + Lecteur/Enregistreur NFC est fait pour vous.



Connectez le lecteur NFC à votre console pour lire vos amiibo.

Si vous ne possédez pas de console portable Nintendo

Au choix :



Le pack New Nintendo 3DS + Animal Crossing: Happy Home Designer.

ou



Le pack New Nintendo 3DS XL + Animal Crossing: Happy Home Designer.



Paris

Capitale de Sony

■ C'est à Paris que Sony Computer a décidé de tenir une grande conférence de presse devant les journalistes européens, la veille de l'ouverture de la Paris Games Week, le 27 octobre.

Traditionnellement, le Japonais profitait de la Gamescom de Cologne en août pour communiquer sur sa fin d'année en Europe, le changement est donc d'importance et le salon parisien en profitera pour accentuer encore un peu sa dimension internationale. Si le sujet de la conférence est bien entendu tenu secret, il serait bien étonnant que Morpheus, le casque de réalité virtuelle, n'y tienne pas une place de choix. Le constructeur a par ailleurs annoncé que le public français pourrait, pour la première fois, expérimenter le système de réalité virtuelle à l'occasion du salon parisien.



Fig, plate-forme crowdfunding 100% jeu

■ C'est Justin Bailey, un ancien de Double Fine Productions, le studio de Tim Schafer, qui est à la tête de cette nouvelle plate-forme de financement participatif 100% dédiée au jeu vidéo indépendant et

emménée par des personnalités de l'industrie. Si le principe évoque bien sûr la plate-forme Kickstarter, Fig repose également sur certaines particularités comme la possibilité, en plus d'être un classique « backer » d'un projet, de devenir un véritable investisseur (1 000 dollars minimum) pour un jeu en devenir avec la possibilité de récolter des bénéfices ensuite sur les ventes du titre en cas de succès. Trois personnalités sont partie prenante du projet : Tim Schafer de Double Fine Productions qui enregistra une campagne record pour Broken Age en 2012 sur Kickstarter (3,3 millions de dollars récoltés), Brian Fargo de InXile Entertainment (2,9 millions de dollars récoltés pour Wasteland 2) et Feargus Urquhart du studio Obsidian Entertainment (Pillars of Eternity, 3,9 millions de dollars récoltés sur Kickstarter). Les prochains projets des trois studios privilégieront évidemment la nouvelle plateforme de financement participatif, qui entend alterner projets AAA et productions de taille plus modeste. Le premier financement lancé est Outer Wilds, qui vise 125 000 dollars. (lire aussi à propos du financement participatif l'interview de Julien Villedieu, délégué général du SNJV, page 10)



Edito

Il reste quatre mois à 2015 pour tenir toutes ses promesses. On sait que les conditions sont globalement bonnes sur nos marchés. Jeu vidéo en mode croissance avec parcs installés conséquents et line-up de grande qualité à venir, Windows 10 bien accueilli, la téléphonie toujours aussi vaillante, l'EGP en voie de retrouver la croissance perdue pourvu que le change euros-dollars ne joue pas trop sur les prix... les indicateurs sont globalement au vert pour que les quatre derniers mois de l'année, les plus cruciaux, fassent de 2015 une année nettement positive. Mais comme toujours pour cela, il faut que les fournisseurs et les distributeurs se mobilisent pour donner envie aux consommateurs. L'heure n'est plus aux économies mais aux investissements, à la communication, à l'optimisme.

Sébastien Anxolabéhère

Iliad, la croissance continue



■ La maison-mère de Free, Iliad, a publié des résultats en croissance pour le premier semestre 2015. A 2,2 milliards d'euros, il est en hausse de 7% et l'Ebitda de 16% à 725 millions d'euros. Cette croissance repose avant tout sur le recrutement de nouveaux clients. Ainsi 820 000 personnes ont rejoint le réseau Free, qui détient désormais 16% de parts de marché. Free affirme ainsi être le premier recruteur de nouveaux abonnés pour le quatorzième mois consécutif. La téléphonie mobile a réalisé un chiffre d'affaires de 880 millions sur le premier semestre. Le nombre d'abonnés à Free Haut Débit est également en croissance avec 123 000 recrutements. Le nombre d'abonnés au haut débit atteint désormais 5,991 millions de foyers. Le revenu moyen par abonné baisse un peu, de 35,80 euros mensuels à 34,50 euros en raison d'une politique de promotion importante, mais elle est largement compensée par l'augmentation du nombre d'abonnés. Le chiffre d'affaires gagne 0,5%. C'est donc toujours l'activité de Fournisseur d'Accès Internet qui est la plus contributrice au chiffre d'affaires du groupe, mais la croissance vient de la téléphonie. L'objectif d'Iliad demeure 25% de parts de marché à long terme.

Répartition du chiffre d'affaires (en millions d'euros)

	30/06/2015	30/06/2014	Variation
Fixe	1 285,2	1 279,3	0,5 %
Mobile	880,4	745,7	18,1 %
Elimination	-5,7	-5,4	5,2 %
CA Groupe	2 159,9	2019,6	6,9 %



MARCHÉ

6 News

10 **Interview : Syndicat National du Jeu Vidéo**
Julien Villedieu, Délégué général du Syndicat National du Jeu Vidéo

12 **Interview : Innelec Multimédia**
Nicolas Berthou, Directeur général

SOFTWARE

14 News

18 **Interview : Activision Blizzard**
Ludovic Amouroux, Responsable marketing sur Destiny

20 **Interview : Konami**
Stéphanie Hattenberger, Directrice marketing et communication Southern Europe

24 **Interview : Supermassive Games**
Will Byles, Executive Creative Director sur Until Dawn

HARDWARE

26 News

32 **Focus: Windows 10, le meilleur des deux mondes**
Le point sur les nouveautés apportées par le nouveau système d'exploitation

36 **Panorama: ordinateurs portables**
L'offre de rentrée

GUIDES

40 Jeux

44 Hardware



Innelec Multimédia, dix ans d'Inno'Show

A l'occasion de la tenue de l'Inno'Show les 14 et 15 septembre à Disneyland Paris, dans une édition qui marquera les dix ans de l'événement, le JDLI s'est entretenu avec Nicolas Berthou, Directeur général d'Innelec Multimédia. Premier grossiste jeux vidéo en France, Innelec Multimedia propose à ses partenaires revendeurs de découvrir en avant-première les hits de la fin d'année.

Destiny, nouvelle étape

Mi-septembre, Destiny accueille une extension de taille, Le Roi des Corrompus, qui apportera de nouveaux défis aux joueurs. L'occasion, près d'un an après son lancement, de faire le point sur le phénomène Destiny, un jeu connecté qui a la particularité de fidéliser les joueurs sur la durée. Ludovic Amouroux, Responsable marketing, revient pour nous sur cette première année et sur ce qui attend les joueurs au cours de la nouvelle saison.

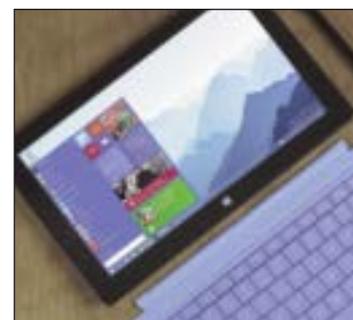


Until Dawn, anatomie de la peur

Jeu d'aventure se présentant comme un véritable film d'horreur interactif, Until Dawn vient de paraître en exclusivité sur PS4 et est édité par Sony Computer. Rencontre avec Will Byles, Executive Creative Director chez Supermassive Games, le développeur britannique du jeu, qui signe ici sa plus importante production.

Windows 10, le meilleur des deux mondes

Avec Windows 10, Microsoft corrige les défauts d'un Windows 8 qui n'a pas eu le succès espéré et reprend une partie de ce qui avait fait le succès de la version 7. Le nouvel OS se veut encore plus universel puisqu'il sera aussi présent sur les smartphones et tablettes avec des applications communes. Le point sur les principaux atouts de ce Windows que Microsoft présente comme étant le dernier puisque la mise à jour sera désormais permanente.



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 Anxolabère
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
Microcoop, 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.

Ce numéro comprend un habillage
aux couleurs des produits SteelSeries





Les lauriers d'Orange

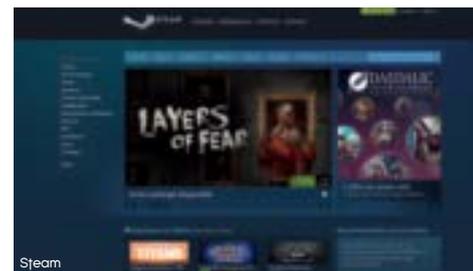


■ L'opérateur historique Orange arrive en tête du classement sur « la qualité des services de voix et de données des opérateurs de réseaux mobiles en France métropolitaine » réalisé par l'Arcep, autorité de régulation du secteur. Sur 210 critères visant à juger de la qualité des services mobiles les plus répandus tels que les appels, SMS, transferts de données, Web ou vidéo, 153 ressortent au-dessus de la moyenne. Orange rappelle à cette occasion que la couverture 4G du territoire atteint à l'heure actuelle 76,5% de la population. Dix-sept villes sont même couvertes par la 4G+. En 2014, le groupe a consacré 14,5% de son chiffre d'affaires aux investissements en France dont 58% dans les réseaux. Il précise également que sa stratégie est de couvrir les zones de transports, notamment des autoroutes et des transports en commun. Par ailleurs plu de 15 milliards d'euros sont prévus pour poursuivre la modernisation des réseaux et de préparer l'arrivée de la 5G.



Le core gamer est-il un mythe ?

■ C'est sur le site américain medium.com que l'on peut accéder aux conclusions d'une étude menée par Sergey Galyonkin, concernant les données récoltées par la plate-forme Steam. Et la conclusion est sans appel : le core gamer est une chimère. Un concept marketing fourre-tout qui permet d'additionner des profils de joueurs radicalement différents mais qui ne recoupe pas une réalité de profil. « Les jeux ne sont pas des produits », déclare l'analyste qui a en tête les jeux multijoueurs de type MMORPG et Moba (Multiplayer Online Battle Arena). « Je n'hésite pas à dire que chaque jeu multijoueur est un phénomène d'auto-renforcement culturel, se fondant sur sa popularité perçue plus que sur sa part de marché. Il ne suffit pas de mettre sur le marché un produit de qualité supérieure avec une meilleure commercialisation et une marque connue pour convaincre les gens de passer de League of Legends à, disons, Infinite Crisis ». Il s'appuie donc sur les données remontées de Steam qui montrent des situations parfaitement différentes d'un jeu à l'autre. Ainsi, « les joueurs de Dota 2 et Torchlight 2 passent beaucoup de temps à jouer à leurs jeux préférés. Mais tandis que les joueurs de Dota 2 ne jouent qu'à ce jeu, le public de Torchlight 2 essaie généralement beaucoup de jeux, une dizaine en

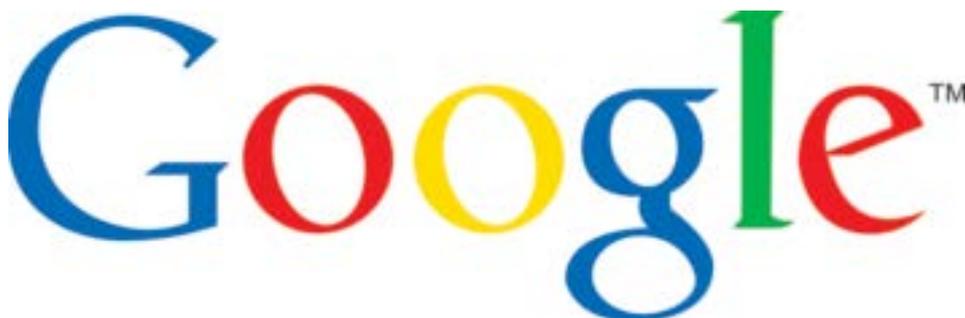


moyenne. » Sergey Galyonkin étaye son raisonnement avec les données de Steam. 1% des joueurs sur la plate-forme dématérialisée ont réalisé 33% des achats de jeux en volume et 20% des joueurs en réalisent 88%. Pour être dans le 1% il faut posséder plus de 107 jeux. Concrètement, cela représente 1,3 million de joueurs qui achètent plusieurs jeux par an. Car pour être dans les 20%, il suffit de posséder quatre jeux achetés sur Steam. Il en déduit donc qu'en réalité, un développeur ne s'adresse pas aux 135 millions d'utilisateurs de Steam, mais au 1,3 million qui achètent effectivement des jeux. Loin d'être une véritable catégorie, les authentiques core gamers sont en fait une niche, sur PC du moins.

Une maison-mère pour Google

■ Au cœur de l'été, le 10 août, Google a annoncé réorganiser ses activités, désormais placées sous une société-mère dénommée Alphabet. La logique qui prévaut à ce changement est la création d'une holding au-dessus des différentes activités dans lesquelles la société se développe. Car au fil du temps les investissements se sont multipliés dans des domaines différents. Google regroupe les activités Internet, avec évidemment le moteur de recherche, Gmail, YouTube, Android, publicité...

tandis que d'autres entités sont concentrées sur la domotique (Nest), les biotechnologies avec le projet « tue la mort » de recherche contre le vieillissement (Calico), les voitures connectées (X-Lab), l'investissement (Google Venture). En adoptant une organisation plus claire sous le nom d'Alphabet, la société pourra communiquer plus clairement sur la ventilation de ces revenus et notamment les sources de profits ou celles où les investissements n'ont pas encore rapporté d'argent.





Biens d'équipement de la maison Une stabilisation très inégale

Le marché des biens d'équipement de la maison est stable au deuxième trimestre 2015, comme au premier. Cette

stabilisation est une bonne nouvelle après trois années de recul. Le marché s'établit à 6,08 milliards d'euros contre 6,09 au deuxième trimestre 2014.

Mais derrière ce chiffre, se cachent de vraies disparités.

Quatre secteurs sont en croissance, mais un se détache : les télécommunications, qui progressent de 15,2%, tiré par les ventes de smartphones (+20% en valeur) et de traqueurs d'activités. La micro-informatique est également en (toute petite) croissance, de 0,5%. Les deux-en-un sont en hausse, les tablettes baissent en volume tandis que les ventes de PC portables sont portées par l'entrée de gamme. Pour les observateurs, l'arrivée d'un Windows 10 bien accueilli sera un fort moteur pour la micro-informatique ces prochains mois. Au niveau des accessoires, gaming et smart home génèrent des ventes importantes. Autre secteur en croissance, la bureautique et les consommables, en reprise de 1,6%. Cartouches et toners réalisent les trois quarts du chiffre d'affaires. Dernier secteur, le

Petit Electroménager (PEM) qui avec +0,3% stagne plus qu'il ne progresse.

En baisse

De l'autre côté, certains secteurs enregistrent une sévère dégringolade. C'est le cas de l'Electronique Grand Public qui affiche un -15% qui fait tâche. Mais comme souvent dans ces comparaisons, il faut tenir compte du contexte du trimestre de référence. Or le deuxième trimestre 2014 avait été particulièrement bien servi, avec la Coupe du Monde de football au Brésil et l'arrivée de l'UHD, deux boosters des ventes de téléviseurs, le produit maître de l'EGP. Autre composante importante du secteur, l'audio marque également le pas. Le home cinéma est en fort retrait alors que l'audio connecté et les barres de son gagnent du terrain.

Sans surprise, la photo est encore en nette baisse, de 25% en volume et de plus de 14% en valeur. Le prix moyen est en hausse notable, au global comme le segment des compact, qui souffre beaucoup en volume, mais réussit sa montée en gamme. Hybrides et reflex tirent également le prix moyen à la hausse. Le gros électroménager est également en baisse.

Marché des biens d'équipement de la maison en Europe (en millions d'euros)

GfK	T3 2014	T4 2014	T1 2015	T2 2015	T2 2015 /T2 2014	T1-2 2015	T1-2 2015 /T1-2 2014
EGP	1 005	1 425	1 091	829	-17,0%	1 920	-11,1%
Photo	210	263	186	185	-14,4%	371	-13,6%
Gros Equip. Elec	1.388	1 336	1 283	1 156	-1,6%	2 439	-1,4%
Petit Equip. Ména	543	771	578	525	+0,3%	1 102	+1,8%
Micro-informatique	1 594	2 173	1 607	1 365	+0,5%	2 972	-3,4%
Télécoms	1 594	2 231	1 588	1 476	+15,2%	3 065	+17,7%
Bureautique + consos.	521	566	540	541	+1,6%	1 081	-5,4%
GfK TEMAX	6 854	8 765	6 872	6 078	-0,1%	12 950	-0,1%

Subsonic Version Titeuf

Le 27 août devait sortir le nouvel album de bande dessinée de Titeuf, personnage très populaire auprès des jeunes et des adolescents. A cette même date, Subsonic commercialisait ses cinq premiers accessoires aux couleurs du héros de Zep. « La gamme sera composée de packs complets pour les consoles Nintendo New 3DS, New 3DS XL et 2DS qui comprennent : sacoche de rangement, 3 boîtiers range-jeux, stylet anti-rayure, dragonne, écouteurs intra-auriculaires, lingette anti-poussière, protection d'écran et porte clé personnalisé. trois modèles de coques décoratives pour New 3DS seront également proposées, ainsi que des packs de manettes pour consoles Wii et Wii U », précise Subsonic.



Juniper Research estime qu'en 2020, le nombre d'objets connectés atteindra 38,5 milliards contre 13,4 millions en 2015. Ce qui constitue une hausse de 285%. Pour Juniper, ce sont les industriels, les institutionnels et autres services publics qui seront les moteurs de la croissance. La vente au détail, l'agriculture, le secteur de la construction, les applications réseaux sont mentionnés comme autant de secteurs qui vont booster l'internet des objets. Dans son étude « *The Internet of Things : Consumer, Industrial and Public Services, 2015-2020* », Juniper rappelle que si l'on compte déjà davantage d'objets connectés que d'humains sur la Terre, la marge de progression pour les entreprises est colossale. « Identifier les information à rassembler et comment les intégrer dans le back office demeure un immense challenge », déclare l'auteur de l'étude.



Rue du Commerce, Carrefour finalise le rachat



L'enseigne de distribution Carrefour est en négociation exclusive avec Altea Cogidim pour le rachat à 100 % du site marchand Rue du Commerce. L'opération devrait aboutir début 2016. Rue du Commerce est un site spécialisé dans les produits high-tech qui compte tenu des faibles marges sur le secteur et de la très forte concurrence qui s'y exerce, a toujours eu du mal à trouver son équilibre. Altea Cogidim avait imaginé pouvoir mettre en synergie le site et les galeries marchandes qu'elle possède, mais la complémentarité a été plus ardue à mettre en place que prévu. RdC a réalisé un chiffre d'affaires de 316,7 millions d'euros, qu'il faudra désormais ajouter au 700 millions que Carrefour réalise avec ses divers sites (ooshop, Carrefour Spectacle, Carrefour Vacances et évidemment carrefour.fr non alimentaire. En rachetant un pur player du commerce électronique comme RdC, Carrefour tente de prendre des parts de marché dans un domaine où les principales enseignes traditionnelles ont eu beaucoup de mal à se faire une place. Et avec le rachat en juin de Grosbill à Auchan par Pixmania, les opportunités vont se faire de plus en plus rares et les deux leaders du secteur, l'Américain Amazon et le Français C-Discount (groupe Casino) prennent le large. Ce rachat fait également sens car RdC apporte dans son escarcelle à Carrefour une place de marché en ligne qui lui manque.



Le design au cœur de la décision d'achat

GfK a mené l'enquête dans 22 pays auprès de 26 000 personnes de 15 ans et plus, autant dire auprès de personnes de cultures, d'habitudes et de modes de consommation fort différents pour savoir jusqu'à quel point le look et le style d'un produits technologique entre en ligne de compte dans l'acte d'achat. Des informations qui peuvent se révéler précieuses pour positionner et marketer un produit. Il en ressort qu'un tiers des personnes interrogées sont « fortement d'accord » pour dire que l'apparence et le style sont très importants dans leur choix d'achat de produits technologiques. Une proportion identique entre femmes et hommes. Seulement 9 % sont fortement en désaccord. La ventilation par âges montre que les jeunes adultes sont les plus réceptifs au design : les 20-40 ans tournent autour de 36-37% de « d'accord » et 5-6% de « pas d'accord ». Les moins réceptifs sont les plus de 50 ans ; moins d'un quart y attachant beaucoup d'importance. Les 11-19 ans sont entre les deux avec 34% qui se disent très sensibles au design et 11% pas du tout. Quid des Français plus spécifiquement ?



Band & Olufsen Play A2

Et bien il y a un paradoxe. Au global les Français se disent peu sensibles au design (pour un pays ayant vu naître quelques-uns des designers majeurs de ces 100 dernières années, ce n'est pas glorieux...), mais heureusement les plus jeunes relèvent le niveau. « Les adolescents (15-19 ans) français sont ceux qui considèrent le plus le design comme clé dans leurs critères d'achat », avec 46 % de réponses positives. Rappelons que lors des Prix de l'Innovation du MedPi 2015, le jury de journalistes a décerné le premier prix à B&O pour le Play A2, une enceinte Bluetooth.

Metal Gear : Konami crée l'événement à Paris

Le 1er septembre était la date de sortie de Metal Gear Solid V : The Phantom Pain et Konami entendait bien la faire savoir. Parallèlement à une imposante campagne promotionnelle (Internet, TV, cinéma, presse...), le jeu événement a en effet profité d'un dispositif un peu particulier à Paris, avec l'ouverture des Metal Gear Store et Metal Gear Café dans le 3ème arrondissement, de fin août au 5 septembre. Comme son nom le laisse entendre, Metal Gear Store était un magasin (à La Crèmerie qui avait accueilli le Pokémon Center) dédié à la licence qui, selon Konami, « n'a jamais bénéficié d'autant de produits dérivés ». Une cinquantaine de produits y étaient en effet commercialisés (figurines, vêtements, lunettes...) et l'endroit était tapissé de tableaux et d'illustrations originales aux couleurs de la saga créée par Hideo Kojima. Situé juste en face, le restaurant Chez Gladine



situé rue des Déchargeurs s'était transformé pour quelques jours en Metal Gear Café, proposant menu Metal Gear Solid ou cocktail The Phantom Pain. Les premiers acheteurs du jeu dans l'endroit, le 1er septembre, purent profiter de produits exclusifs.





le coq sportif

Licencié officiel **bigben**
CONNECTED

Financement p



Julien Villedieu,
Délégué général du Syndicat National
du Jeu Vidéo

Agrégeant de puissantes **communautés** réunies autour d'**auteurs** reconnus ou de **concepts** innovants, le **jeu vidéo** semble bien être l'un des **secteurs** les plus dynamiques sur la question du **financement participatif**. Une **tendance** que l'arrivée récente de **Kickstarter**, plate-forme de référence, en France devrait consolider. Pour faire le point sur ce **phénomène**, ce qu'il peut apporter aux **studios de développement** comme les « pièges » qu'il peut représenter, le **JDLI** s'est entretenu avec **Julien Villedieu, Délégué général du Syndicat National du Jeu Vidéo (SNJV)**. Par Sébastien Anxolabéhère

JDLI : Le financement participatif prend petit à petit de l'importance en France. Le jeu vidéo y prend-il toute sa place ?

Julien Villedieu : Oui les projets de financement de jeux vidéo sont très nombreux en France. Les derniers chiffres publiés par le cabinet ICO Partners, qui livre régulièrement une étude sur ce sujet, montrent qu'en 2014 ce sont 12 projets de jeux vidéo français qui ont levé 921 000 dollars de financements. Sur les six premiers mois de l'année 2015, ce sont déjà 27 projets jeux vidéo qui ont été proposés sur les plates-formes participatives et qui ont reçu 626 000 dollars de financement. Cela répond à la double nécessité de trouver des relais de financement de la production mais également de mobiliser une communauté en amont de la sortie d'une production afin de coller au plus près des envies des joueurs. Etre au contact des joueurs est devenu stratégique pour les entreprises qui peuvent ainsi recevoir en direct les retours des utilisateurs futurs et donc adapter le projet pour

optimiser les chances de succès du jeu. Mais il ne faut pas non plus tout attendre de ces campagnes de financement. Pensé comme un véritable moyen de pallier au manque de ressources pour financer les productions, il s'avère en réalité que le crowdfunding est souvent plus utile pour s'assurer un volume de précommandes et pour créer des liens avec les premiers utilisateurs qui seront précieux plus tard pendant la phase d'exploitation de la production.

L'arrivée de Kickstarter en France modifie-t-elle la donne ?

Kickstarter est la plate-forme de crowdfunding par excellence. Elle dispose d'une audience extraordinaire, bien supérieure à celles de ses concurrents français ou européens du fait d'un nombre de « backers » très important. En la matière, l'importance de l'audience joue fortement sur la capacité à attirer un grand nombre de personnes intéressées par les projets proposés. Kickstarter jouit également d'une très forte renommée internationale et elle ouvre donc les perspectives de financement au-delà de nos frontières, ce qui côté jeu vidéo est une absolue nécessité. L'ouverture de la plateforme aux entreprises françaises va avoir plusieurs impacts positifs. D'abord faciliter le dépôt de nouveaux projets puisqu'il ne sera plus nécessaire de passer par une filiale étrangère, ce qui constituait un frein majeur à l'accès à la plateforme. Ensuite, le financement en euros va rassurer les investisseurs potentiels qui devaient historiquement « backer » en dollars avec les charges qui vont avec. Du côté des entreprises, cela va permettre aussi de limiter les frais liés au taux de change. Enfin l'arrivée de Kickstarter va stimuler le secteur du crowdfunding en France et en Europe puisque la plate-forme ouvre aussi simultanément dans d'autres pays dont l'Allemagne. C'est donc une bonne nouvelle pour tous les acteurs de la chaîne de valeur du crowdfunding. Mais cela ne va pas résoudre le problème de la saturation du nombre de projets proposés sur les plates-formes et de leur visibilité et lisibilité par les consommateurs.

Existe-t-il des exemples en France et dans le monde de jeux vidéo à succès financés par le crowdfunding ?

L'avantage de ce système est que les campagnes réussies sont plus visibles que celles qui ont échoué. Il y a eu plusieurs succès notables ces derniers mois. D'abord la campagne réussie pour le projet Planets3 du studio Cubical Drift avec une levée de 310 000 dollars. Le jeu est désormais en alpha auprès de la communauté des backers. Sushee Games a également connu un beau succès avec le financement de Goetia, projet porté par l'éditeur Square Enix. GloomyWood, le studio des vétérans Frédérick Raynal et Thierry Platon a aussi levé 34 000 euros pour financer le projet 2Dark, survival horror très attendu. Enfin récemment, la société SolarFall Games a déjà réussi à lever 420 000 dollars pour son très beau projet Umbra. On peut aussi noter dans un genre très différent la campagne à succès de Dowino pour son jeu A Blind Legend en son binoral (sans image). Enfin, le studio Midgar, précurseur avec deux



participatif et jeu vidéo



Le premier piège est de prendre ces campagnes de crowdfunding pour ce qu'elles ne sont pas : un financement de la production d'un jeu.

consommateurs, auxquels il ne faut pas faire de fausses promesses, mais la flexibilité et la souplesse doivent être la règle, car c'est seulement ce qui permettra de démocratiser le recours à ce mécanisme par une part de plus en plus grande de la population.

Le développement de cette pratique ne pourrait-il pas à terme déstabiliser le modèle économique actuel en marginalisant les éditeurs ?

Il ne faut pas tout mélanger ! Un éditeur apporte en général une valeur ajoutée considérable dans la mise sur le marché d'un jeu vidéo. Mais le marché s'est segmenté et les besoins, y compris du côté des éditeurs, ont changé. Chacun a besoin non seulement de trouver les financements pour mener à bien les productions prévues mais aussi de se rassurer en validant en amont l'attrait des joueurs pour de nouveaux projets. Ainsi, les campagnes de crowdfunding peuvent constituer un très bel outil pour les concepteurs mais aussi pour les éditeurs. Le récent exemple de Shenmue 3 est une belle illustration. Il est vrai que face à la défaillance et à la frilosité de certains éditeurs traditionnels à financer les productions en amont, le crowdfunding risque de rebattre les cartes des relations et des rapports de force entre les concepteurs et les éditeurs. Il ne faut pas voir cela comme un obstacle mais plutôt comme une opportunité de faire rentrer dans le jeu un nouvel acteur que certains ont un peu eu tendance à oublier ces derniers temps, le joueur ! Car c'est quand même de lui dont il s'agit en fine lorsque l'on se lance dans la production d'un jeu vidéo. D'un autre côté, la population des concepteurs indépendants s'est considérablement développée ces dernières années et le crowdfunding représente une formidable opportunité pour cette catégorie de créateurs qui veulent s'affranchir du modèle relationnel historique avec les éditeurs.

A cet égard il n'est pas étonnant de constater que parmi les premiers projets proposés sur les plateformes de crowdfunding sont apparus des jeux vidéo car cette industrie est en mutation et le financement participatif constitue une étape importante de cette évolution.

campagnes à succès dont la dernière très remarquée pour le jeu Edge of Eternity qui a réussi une levée de 162 000 dollars. Les belles réussites existent mais toutes les entreprises vous diront que cela leur a demandé un très gros travail de préparation en amont du lancement de la campagne et surtout une très forte mobilisation de l'équipe pendant la phase de levée de fonds. Une campagne de financement participatif ne s'improvise pas. Quelle que soit l'issue, dans tous les cas, l'entreprise en retirera toujours quelques chose de positif sur le projet, le regard des joueurs, la communication etc... Lancer un projet de financement participatif ressemble à la démarche de l'entrepreneur lorsqu'il crée sa société, l'investissement doit être au maximum !

Quels sont les pièges à éviter ?

Il me semble que le premier piège dans lequel risquent de tomber les entreprises est de prendre ces campagnes de crowdfunding pour ce qu'elles ne sont pas : un financement de la production d'un jeu. Elles en constituent l'un des éléments mais en aucun cas ne sauraient se substituer à un plan de financement complet provenant de diverses sources. Il est également important de prendre en compte l'investissement humain et financier que cela va nécessiter pour mener à bien une campagne. Il est aussi important de bien intégrer le coût de fabrication et d'acheminement des contreparties qui seront adressées aux backers, lorsqu'elles existent, car cela peut représenter des sommes conséquentes qui viendront diminuer le montant final de la levée de fonds. Il est donc fondamental, comme dans le cas d'une levée de fonds classique, d'établir un véritable plan de financement et de jauger la faisabilité de la campagne de crowdfunding avec les aléas inhérent à la démarche.

Le système vous paraît-il aujourd'hui suffisamment encadré d'un point de vue législatif ?

La réglementation a récemment évolué et s'est assouplie. C'est une excellente nouvelle pour les plates-formes d'abord car l'apparition de nouveaux acteurs va les obliger à évoluer et à se démarquer, mais aussi pour les porteurs de projets qui disposeront d'une multitude d'opérateurs pour leurs campagnes. Notre pays souffre d'une hyper insuffisance de capital investissement dans les productions et dans les entreprises, donc tout ce qui facilitera l'apport d'argent pour engager les entreprises sur le chemin du succès doit être accueilli avec beaucoup de souplesse. Bien entendu, les mécanismes proposés doivent être rassurants pour les



Inno'Show, l'opti



Nicolas Berthou,
Directeur général d'Innelec

Au fil des années, Innelec renforce sa position de grossiste incontournable sur le marché du jeu vidéo. Veillant à apporter des services à ses clients pour les aider à comprendre le marché, Innelec a notamment créé il y a 10 ans Inno'Show, un événement dédié à ses revendeurs au cours duquel les fournisseurs, constructeurs et éditeurs, viennent présenter leur line-up de fin d'année. A l'occasion de cet anniversaire, nous avons interviewé Nicolas Berthou, Directeur général de la société. Par Sébastien Anxolabéhère



JDLI : Innelec Multimédia s'est diversifié ces dernières années vers des produits de mobilité et les objets connectés, en plus du jeu vidéo. Quelle est la proposition d'Innelec sur cet Inno'Show entre jeux vidéo, produits connectés et accessoires ?

Nicolas Berthou : L'Inno'Show a toujours été un événement dédié prioritairement au jeu vidéo puisque ce sont les revendeurs, les chefs de rayon,

les responsables de centres culturels de ce secteur, qui sont invités. Il n'est pas question de déroger à cette règle, surtout au moment où l'on peut prévoir une belle fin d'année. Cependant, on leur présente ce qui peut être du business additionnel pour eux, avec une petite partie autour de la mobilité et des objets connectés. Mais ce n'est pas notre focus, l'Inno'Show est centré sur le jeu vidéo.

Tous les éditeurs exposent-ils ?

Oui, tout le monde répond présent, année après année, puisqu'il y a 20 éditeurs. Les trois constructeurs sont évidemment là. Des acteurs de la sécurité informatique présentent également leurs solutions.

Quel message souhaitez-vous que les revendeurs retiennent de cet Inno'Show ?

Après une année un peu compliquée pour nos



Inno'Show Une machine bien rodée

Cette année près de 500 personnes sont attendues à l'Inno'Show, à Disneyland Paris. Financée par les exposants et Innelec Multimédia, la manifestation se déroule sur deux jours, lundi 14 septembre et mardi 15. Au cours de sessions de 40 minutes, les éditeurs présentent leurs jeux à un groupe de revendeurs. Un type d'organisation qui permet à tous les exposants de bénéficier d'un temps identique avec tous les visiteurs. Une grande soirée a lieu sur place le lundi soir.



Optimisme de mise



partenaires, cette fin 2015 sera un vrai bol d'oxygène. Pour un revendeur, c'est la vente de jeux qui est rémunératrice, bien davantage que la vente de consoles. Leurs revenus dépendent donc avant tout de la base installée. Cette fin d'année va profiter d'une belle base évidemment de PlayStation 4, mais aussi de Xbox One. Et la Wii U est également suffisamment présente pour représenter une réalité commerciale tangible. Les volumes de ventes de jeux vendus seront nettement

supérieurs cette année, et tout est en place pour que le business soit profitable à tout le monde, les revendeurs en tête. J'ajouterai que le line-up des prochaines semaines est exceptionnel, avec les grands classiques générateurs de forts volumes comme Call of Duty ou Fifa, mais aussi le retour de licences formidables comme Battlefield, Tomb Raider, Forza ou le lancement de nouvelles IP comme Lego Dimension. Le message est donc clair : soyez prêts ! Tout le travail d'Innelec est

« Les volumes de ventes de jeux vendus seront nettement supérieurs cette année, tout est en place pour que le business soit profitable à tout le monde, les revendeurs en tête. »

orienté vers cette volonté de réinsuffler du dynamisme et de l'optimisme à des revendeurs qui ont souffert ces dernières années.

Quelles sont vos estimations sur la croissance du marché ?

Je ne me risque pas à un pronostic avec le nombre d'inconnues présentes dans l'équation ! Et de toutes façons généralement, tout le monde se trompe... qui aurait pu prévoir que les ventes de jeux de la génération précédente, celle de la PS3 et de la Xbox 360 allaient connaître un coup de frein aussi brusque ? Ce marché a été divisé en quelques mois ! La transition très rapide d'une génération à l'autre n'a pas eu que des avantages, avec d'un côté une nouvelle base qui se constituait certes rapidement mais encore trop faible pour générer des ventes de jeux en gros volume, et de l'autre une baisse drastique des ventes en dépit de bases installées très appréciables.

Quels sont les moments forts de cet Inno'Show ?

Nous avons la chance d'avoir le casque de réalité virtuelle de Sony, Morpheus en présentation, pour une très belle avant-première. C'est formidable car nous pouvons ainsi donner à nos partenaires une idée précise de ce que va être le marché dans un futur immédiat, mais aussi dans un futur un peu plus lointain. C'est important de pouvoir donner des perspectives à long terme, d'esquisser ce que sera le jeu vidéo de demain. Le moment le plus festif de l'Inno'Show sera bien sûr la soirée qui sera l'occasion de célébrer les 20 ans de la première PlayStation en même temps que les 10 ans de notre manifestation. Mais pour les indépendants, tous les moments doivent être des moments forts. L'Inno'Show est une occasion unique pour eux de travailler directement avec les éditeurs et de se rencontrer entre eux pour échanger leurs expériences. C'est un contact très important qui doit être efficace en termes de business, mais aussi un moment humain privilégié qui les motivera toute l'année.

Abordez-vous la distribution dématérialisée à l'Inno'Show ?

La distribution digitale est l'affaire de Allbrary, une société créée par Denis Thébaud, qui ne s'arrête d'ailleurs pas au jeu vidéo, mais distribue également des livres numériques et des logiciels de productivité. De notre côté, le nouveau site d'Innelec Multimédia sera opérationnel début 2016. Nous avons créé un studio vidéo en supplément de notre studio de création pour offrir un contenu encore plus riche. ■



Lost Horizon

Retour de la grande aventure



■ **Deep Silver et le studio Animation arts, auteurs du premier volet paru en 2010 sur PC, annoncent la parution de Lost Horizon 2 en octobre.** Dans cette suite au jeu d'aventure point'n click à l'ambiance proche d'Indiana Jones, le joueur retrouvera le personnage principal Fenton Paddock, un soldat britannique qui se confrontait aux armées du Troisième Reich dans le premier volet où il cherchait à mettre la main sur des reliques historiques. Dans cette suite, également prévue sur PC, on retrouvera le personnage 20 ans après les événements du premier jeu. Deep Silver annonce une sortie en version allemande le 28 août en version physique, puis une parution internationale le 2 octobre.



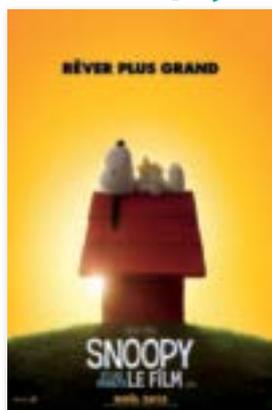
Rainbow Six affine son plan d'attaque

■ **Attendu initialement pour octobre, le grand retour de la série Rainbow Six est reporté de quelques semaines par Ubisoft.** L'éditeur annonce en effet que Rainbow Six Siege est désormais prévu pour le 1er décembre. La bêta fermée du jeu sera, quant à elle, lancée le 24 septembre. Selon l'éditeur, « ce laps de temps supplémentaire permettra à l'équipe de développement d'améliorer l'expérience globale à la suite des retours des joueurs et de faire des tests supplémentaires lors de la prochaine bêta fermée afin d'atteindre le niveau de qualité propre à la franchise Rainbow Six ». C'est en effet une marque importante de la galaxie Tom Clancy qu'Ubisoft entend réactiver avec



Siege, le dernier épisode en date (Rainbow Six Vegas 2) datant de 2008. Les affrontements mettant en scène les unités antiterroristes en milieu urbain devront en effet convaincre les communautés de joueurs pour pouvoir potentiellement devenir un nouveau classique de la scène eSport. Attendu sur PS4, Xbox One et PC, Rainbow Six Siege sera le premier volet pensé pour l'actuelle génération de machines.

Snoopy, un anniversaire chargé



■ **Il a beau fêter ses 65 ans, le personnage de Snoopy est loin de penser à la retraite.** Le célèbre beagle nonchalant et son maître Charlie Brown vont en effet notamment être les personnages principaux d'un long-métrage d'animation, Snoopy et les Peanuts – Le Film, dont l'arrivée en salles est prévue pour le 16 décembre. Quelques semaines avant, les deux compères tiendront la vedette d'un jeu vidéo, Snoopy

La Belle Aventure, qui est annoncé par Activision Blizzard pour le 6 novembre sur PlayStation 4, Wii U et Nintendo 3DS. Inspiré par le long-métrage, ce jeu d'action et de plate-forme verra Snoopy explorer des univers en provenance directe de son imagination pour retrouver Charlie Brown. Jungle, Paris ou encore la Lune seront quelques-unes des destinations du jeu, qui pourra être pratiqué à deux en coopération.



Nintendo

précise ses plans de fin d'année

Si on connaissait bon nombre de jeux du line-up de fin d'année de Nintendo (voir présentation parisienne dans JDLI 295),

l'éditeur n'avait pas encore précisé les dates de sortie exactes de ses grands titres qui animeront le dernier trimestre. C'est

désormais chose faite. Après une rentrée qui sera placée sous le signe des 30 ans de Super Mario Bros, via la sortie de Mario Maker le 11 septembre sur Wii U (probablement le plus important lancement de Nintendo sur sa console de salon sur cette fin d'année), les amateurs de jeux horribles pourront découvrir Project Zero La Prêtresse des Eaux Noires, premier opus de la saga concocté pour la Wii U. Le jeu sera accessible le 30 octobre en téléchargement payant (après une version d'essai gratuite) ou en édition physique limitée (coffret steelbook, poster, artbook...). Le 20 novembre sera une date chargée pour les possesseurs de la console de salon maison puisque Nintendo sortira ce jour-ci deux de ses principaux titres pour la fin d'année, Star Fox Zero et Mario Tennis Ultra Smash. Quelques jours plus tard, le 4 décembre, ce sera au tour du très attendu jeu de rôle Xenoblade Chronicles X d'arriver dans les rayons, en version standard, limitée ou en bundle avec la console. Côté Nintendo 3DS, le grand événement de la rentrée sera la parution le 2 octobre de Animal Crossing Happy Home Designer (seul, en pack avec le lecteur NFC pour rendre les 3DS standards



compatibles avec les figurines Amiibo ou en bundle avec la console). Livré avec un Amiibo sous la nouvelle forme de carte à collectionner, le jeu devrait rapidement se constituer une solide communauté de joueurs (New Leaf a dépassé le demi-million de ventes en France). Quelques jours après, c'est The Legend of Zelda : Tri Force Heroes qui sortira sur la portable, une aventure à pratiquer à trois simultanément (23 octobre). Le jeu de plate-forme Chibi-Robo, accompagné de son Amiibo, est prévu pour le 6 novembre tandis que La Nouvelle Maison du Style 2 : les Reines de la Mode, suite d'un beau succès sur la console, est attendu pour le 20 novembre. Si les Amiibo se déclinent sous forme de cartes, les figurines poursuivent également sur leur lancée et de nombreux nouveaux modèles sont prévus ces prochains mois. Mario Classique le 11 septembre, le robot ROB (photo ci-dessus), Duck Hunt, Mr Game & Watch et les Mii le 25 septembre, Mario couleurs modernes et le Pokémon Mewtwo le 23 octobre, une gamme complète Animal Crossing courant de fin d'année... sans oublier un Mega Yoshi de Laine (27 novembre), qui sera le premier Amiibo de grande taille produit !



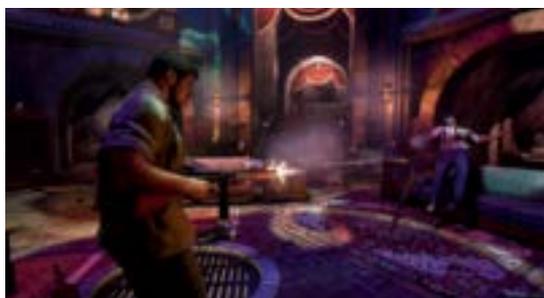
Dying Light L'aventure continue

Techland, le studio polonais bien connu pour avoir lancé la franchise Dead Island chez Koch Media puis avoir connu un joli succès avec Dying Light chez Warner Bros, confirme que la carrière de ce dernier titre était loin d'être terminée. Après déjà plusieurs DLC, Dying Light accueillera prochainement The Following, une importante extension scénaristique. Basé sur une nouvelle région annoncée aussi vaste que le terrain de jeu du titre original, ce contenu additionnel permettra notamment au joueur de piloter des buggies personnalisables. Intrégré au Season Pass pour les joueurs l'ayant acquis, The Following sera par ailleurs proposé en téléchargement à 14,99 dollars. A la Gamescom, il a été confirmé que Dying Light avait passé le cap des cinq millions d'exemplaires vendus.



H
WIRELESS





Mafia III

Rendez-vous en 2016

■ **2K Games vient d'annoncer que la production de Mafia III est déjà bien engagée, le titre étant attendu pour 2016 sur PC, PlayStation 4 et Xbox One.** Changement d'époque et de décor au programme puisqu'après Empire City et les années 40 de Mafia 2, le nouveau jeu d'action en monde ouvert prendra place en 1968 à la Nouvelle-Orléans. C'est un nouveau studio de développement, Hangar 13, qui est à la tête du projet dont la thématique tournera, comme toujours, autour du crime organisé. Une bande annonce a été publiée en ligne.



La Force est du côté de la PlayStation 4

■ **On le sait, avec la sortie en salles du très attendu Star Wars Episode VII - Le Réveil de la Force le 18 décembre, la fin d'année sera placée sous le**

signe de l'univers imaginé par George Lucas. En attendant de pouvoir découvrir le nouveau film réalisé par JJ Abrams, c'est le jeu vidéo qui va tenir la vedette dans les prochaines semaines. Sony Computer vient en effet d'annoncer une édition limitée de la PS4 (disque dur d'e 1 To) décorée aux couleurs de Dark Vador, l'un des personnages les plus emblématiques de la saga. La manette de la console prend également, pour l'occasion, un look inspiré de la combinaison du fameux Sith avec les couleurs de circonstance. La disponibilité de cette édition limitée de la machine est annoncée pour le 19 novembre, date de sortie du jeu Star Wars Battlefront d'Electronic Arts avec lequel elle sera proposée en bundle. Pour les plus jeunes, un bundle réunissant la console et le jeu Disney Infinity 3.0 (qui accueille l'univers Star Wars) sera

commercialisé au même moment. Bonus non négligeable, les acheteurs trouveront dans la boîte un code pour télécharger une compilation d'anciens jeux Star Wars dont Super Star Wars de la Super NES ou Star Wars

Bounty Hunter. Parallèlement à ces éditions limitées de la console, Sony proposera également un bundle à base de console standard et incluant Battlefront et les jeux rétro. Si c'est la Xbox 360 qui avait, en son temps, profité d'une édition limitée Star Wars, c'est désormais du côté de la console Sony que semble bien avoir basculé la Force...



Bigben

■ **Bien que la Coupe du Monde de Rugby ne démarre que le 18 septembre en Angleterre, la compétition a déjà débuté sur les terrains virtuels.** Développé par les Canadiens de HB Studios et publié par Bigben Interactive, Rugby World Cup 2015 propose aux amateurs de ballon ovale de prendre la destinée de leur équipe préférée et de tenter de décrocher le Trophée Webb Ellis (le trophée de la Coupe du Monde), des phases de poules à la finale. Les 20 équipes qualifiées sont présentes, avec leur hymne, leurs joueurs et leurs couleurs, mais seules « une douzaine d'équipes officielles - dont l'Equipe de France - sont sous licence officielle » précise Isabelle Houzet, Directrice marketing chez Bigben Interactive. Une Equipe de France dont le parcours durant la (réelle) compétition pourrait bien impacter sur les ventes du jeu en France : « Les ventes de jeu vidéo sont

Déjà à l'heure anglaise

concentrées sur les premières semaines de lancement, or le jeu sort 15 jours avant le début de la Coupe du Monde. Si la France va en finale, nous en reproduirons peut-être ! »

Un essai transformé ?

Seul jeu officiel de la Coupe du Monde (Rugby Challenge 3 de Tru Blu ne dispose pas de la licence), Rugby World Cup 2015 surfera évidemment sur la notoriété de la compétition pour booster ses ventes, le rugby côté jeu vidéo étant encore bien loin du football, le mastodonte Fifa d'Electronic Arts en tête. « Nous souhaitons contribuer à promouvoir ce sport en jeu vidéo car nous avons un programme de développement et de sorties sur plusieurs années » ajoute Isabelle Houzet. Première étape, le 4 septembre, avec la sortie du jeu sur PC, PS3, PS4, Xbox 360, Xbox One et PS Vita.





DIMENSIONS



#breaktherules
29.09.2015

RETROUVEZ ÉGALEMENT
LES 20 EXTENSIONS
DISPONIBLES DÈS LA SORTIE



DISPONIBLE SUR : PS4 PS3 XBOX ONE XBOX 360 Wii U



Ludovic Amouroux,
Responsable marketing

Le 15 septembre, *Destiny* accueille une extension de taille, *Le Roi des Corrompus*, qui apportera de nouveaux défis aux joueurs. L'occasion, près d'un an après son lancement, de faire le point sur le phénomène *Destiny*, un jeu connecté qui a la particularité de fidéliser les joueurs sur la durée. Ludovic Amouroux, Responsable marketing chez Activision Blizzard France, revient pour nous sur cette première année de *Destiny* et sur ce qui attend les joueurs au cours de cette nouvelle saison. Par Patrick Hellio



Destiny, no

JDLI : Quel bilan faites-vous de la franchise *Destiny*, près d'un an après son arrivée sur le marché ?

Ludovic Amouroux : En tant que nouvelle licence, *Destiny* s'est clairement imposé sur un marché largement dominé par des franchises bien établies. Pour cela, nous avons de sérieuses cartes en mains : un studio de développement reconnu pour son talent, Bungie, avec qui nous avons signé un contrat sur 10 ans, et surtout, une proposition unique, différenciante et impliquante en termes d'expériences de jeu. Expériences au pluriel car *Destiny* sort des sentiers battus sans jamais s'enfermer dans un seul genre de jeu. C'est ce qui semble avoir conquis le demi-million de joueurs français possesseurs du titre dont les plus fervents n'ont toujours pas lâché leur manette près d'un an après la sortie du titre, phénomène rare aujourd'hui où très peu de jeux ont une telle jouabilité (ou « replay value »).



Où en sont aujourd'hui les ventes de *Destiny* ?

Dans le monde, nous comptons aujourd'hui plus de 20 millions de joueurs enregistrés dont plus d'un demi-million d'unités vendues à date en France. Au-delà de ces excellentes performances -*Destiny* est tout de même le détenteur du chiffre de vente le plus élevé pour une nouvelle licence et ceci de tous les temps et dans le monde-, c'est la communauté de fans de *Destiny* qui ne cesse de grandir et qui se compose de joueurs très engagés puisque nous comptons plus de 100 heures de jeu en moyenne par joueur. Ceci pose un contexte très positif pour la sortie prochaine de la première grande évolution de *Destiny* avec l'extension *Le Roi des Corrompus*.

Comment se sont comportées les ventes d'extension vis-à-vis de celles du jeu original ?

Les fans ont répondu présents dès le day-one et régulièrement les nouveaux entrants voient eux aussi un intérêt certain pour les deux propositions de contenus téléchargeables disponibles (*Les Ténèbres Souterraines* et *La Maison des Loups*).

Sur quelle machine *Destiny* s'est-il le plus vendu à date ? Les partenariats passés avec les constructeurs ont-ils pu jouer un rôle dans ce sens ?

Le partenariat avec Sony PlayStation a été très ambitieux et le bundle réunissant *Destiny* et la console PS4 a représenté un grand succès. La semaine de la sortie du bundle a été l'une des plus fortes semaines de ventes de consoles PS4 depuis son lancement en

France. Cela a permis à la console de démarrer la saison de fin d'année dès le mois de septembre sur une très forte dynamique.

Dans quelle mesure les ventes sur génération 8 ont-elles été supérieures à celles sur la précédente génération de consoles ?

Destiny est un jeu qui a été conçu pour exploiter au maximum les capacités des consoles de nouvelle génération. Lorsque Sony a dévoilé la PlayStation 4 pour la première fois à la presse mondiale, *Destiny* a tenu un rôle central lors de la conférence de presse car il représente une nouvelle génération de jeux vidéo. *Destiny* a donc fort logiquement connu un succès supérieur sur les consoles de génération 8 par rapport aux consoles PS3 et Xbox 360 au moment de sa sortie en septembre 2014. Ensuite, sur la période des ventes de Noël 2014, il y a eu un certain rééquilibrage entre les versions nouvelle et ancienne génération, lié à un très bon bouche à oreille sur la qualité du jeu PS3 et Xbox 360 et la saisonnalité. Au total, *Destiny* a réussi à toucher un public de plus en plus large pour réunir à ce jour plus d'un demi-million de Français. C'est un chiffre très important pour une nouvelle franchise lancée il y a moins d'un an.

Quel est aujourd'hui le public cible de la franchise ? L'extension *Le Roi des Corrompus* va-t-elle avoir un impact sur cet aspect ?

Destiny s'adresse à plusieurs cibles bien différentes mais réunies autour d'une même idée : jouer ensemble.

« Nous mettons les moyens nécessaires pour attirer de nouveaux entrants avec un plan TV solide. »



ouvelle étape

Destiny ne rentre dans aucune case ou genre de jeu, c'est pour ceci que nous qualifions régulièrement Destiny de « Jeu de tir à monde partagé » car réunissant l'expérience de jeu d'un FPS avec sa vue à la première personne et son rythme effréné, le système d'évolution de personnages et de son équipement inspiré des RPG mais aussi des MMORPG avec les interactions qu'ont les joueurs entre eux pour remplir un même but (comme par exemple, lors des raids). Notre stratégie autour de Destiny va ainsi être à la fois de toucher les fans de FPS, de RPG et de MMORPG mais aussi ceux qui recherchent de nouvelles expériences de jeu et une certaine complémentarité entre les différents genres. Avec Le Roi des Corrompus, notre objectif est de continuer à recruter de nouveaux entrants avec une proposition riche et encore plus impliquante grâce à une histoire inédite mettant en scène une menace surpuissante que les gardiens devront repousser.

La dimension e-sport est-elle encouragée autour de Destiny ? Si oui, de quelle manière ?

L'e-sport est un sujet que nous étudions avec Bungie mais que nous jugeons encore trop prématuré. En effet, Destiny est un jeu aux multiples facettes qui propose des modes de jeu compétitifs où s'affrontent régulièrement les joueurs de tous niveaux mais le vrai challenge à date de Destiny, ce sont ses raids qui ont fait couler beaucoup d'encre sur la façon de les accomplir. D'ailleurs, nous n'avons encore jamais vu autant de frénésie et d'explosions de joie que lorsqu'un groupe de joueurs parvient à en voir le bout !

Quelle est votre stratégie marketing pour soutenir le lancement de Roi des Corrompus ?

Notre plan est clair d'un point de vue marketing : nous mettons les moyens nécessaires pour attirer de nouveaux entrants avec un plan TV solide qui répondra à cet objectif. En digital, nous continuerons de toucher ces nouveaux entrants en apportant plus d'explications sur la richesse que propose l'expérience Destiny. En effet, nous nous appuyerons sur un élément primordial qu'est l'histoire avec l'arrivée de cette nouvelle menace qui plane sur notre système solaire représenté par Oryx (le père de Cropta pour les fans). En complément, nous gardons toujours le même pilier de communication que représentent la coopération mais aussi l'action intense propre à Destiny.

Travaillez-vous le titre comme une nouvelle extension ou une « suite » à part entière ?

Pour les joueurs qui n'ont pas encore rejoint l'univers Destiny ; le pack Destiny Edition Légendaire proposera l'ensemble de l'univers Destiny. Le contenu proposé est colossal. Pour les joueurs qui ont déjà rejoint l'univers Destiny, l'extension Le Roi Des Corrompus propose une offre extrêmement riche en contenus et en heures de jeu, car c'est sur ce point que Destiny se différencie de la concurrence avec pour rappel plus de 100 heures de jeu en moyenne par joueur, ce qui est énorme. Ce qui distingue Destiny de la plupart des autres jeux consoles existants est qu'il s'agit d'un univers en perpétuelle évolution et une communauté de joueurs qui investit des centaines d'heures de jeu dans

l'aventure. Nous n'avions quasiment jamais vu un niveau d'engagement des joueurs aussi important dans la durée.

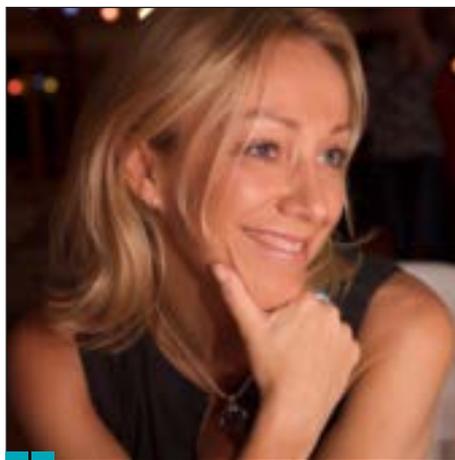
Dans quelle mesure peut-on comparer une série comme Destiny avec Call of Duty ? Les publics sont-ils les mêmes, les habitudes de jeu comparables ?

Ces deux licences sont difficilement comparables car d'un point de vue marketing et commercial, nous avons d'un côté une licence établie qui a réussi le pari fou de faire jouer des profils de joueurs très occasionnels à un jeu dit « gamer » et de l'autre une nouvelle licence dont la notoriété commence à s'installer auprès des joueurs. Concernant les publics, ils sont en partie les mêmes mais les deux licences proposent des expériences complémentaires sans que l'une cannibalise finalement l'autre. D'ailleurs, on remarque que les communautés sont différentes, celle de Destiny base ses échanges sur la recherche de joueurs pour accomplir des raids en coopération tandis que celle de Call of Duty base la plupart de ses échanges sur les modes compétitifs. ■



**SIBERIA
RAW PRISM**





Stéphanie Hattenberger,
Directrice Marketing & Communication
Southern Europe chez Konami



PES/ISS, 20 ans de football total

L'arrivée d'International Superstar Soccer en juin 1995 sur Super Nes marquait pour Konami le début de deux décennies de football sur de nombreuses plates-formes. La saga changera de nom définitivement en 2001, International Superstar Soccer devenant Pro Evolution Soccer. En France, la série a connu son apogée au milieu des années 2000, PES étant même le premier produit culturel vendu en 2005 et 2006 en dépassant le million d'exemplaires vendus.



Si l'édition 2015 avait marqué le début de la série Pro Evolution Soccer (PES) sur les consoles next-gen, PES 2016 entend bien continuer la remontée de terrain pour tenter de contester le leadership de son concurrent. Edition célébrant les 20 ans de PES, date de mise en vente largement avancée, licences des Coupes d'Europe... les raisons d'espérer sont là. Entretien avec Stéphanie Hattenberger, Directrice Marketing & Communication Southern Europe chez Konami. Par Guy Pichard

PES 2016 lance le match

JDLI : Comment envisagez-vous PES 2016 ?

Stéphanie Hattenberger : On peut être optimistes, car déjà le jeu sort bien plus tôt que l'année dernière, le 17 septembre. Deux mois, c'est beaucoup ! Ce timing nous laisse plus de temps pour travailler avant Noël, et comme le jeu est encore meilleur que l'année dernière...

Quels sont les chiffres de ventes de PES 2015 ?

En France, en avril dernier, le jeu s'était écoulé à 182 000 exemplaires en magasins. Les ventes en téléchargements ont de leur côté énormément progressé, mais nous n'avons pas de chiffres à ce sujet.

Quel a été l'impact de votre arrivée sur next-gen l'année dernière côté ventes ?

L'impact a logiquement été positif. Sur les consoles PlayStation, la progression des ventes a été de l'ordre de 20% par rapport à l'année précédente. Chez Microsoft, elle est aux alentours de 10%.

Que pouvez-vous nous dire au sujet de l'annonce de la licence du Championnat d'Europe des Nations (l'Euro 2016) ?

Cette exclusivité est une très bonne nouvelle. L'Euro 2016 se déroule en France et aura donc ici une ampleur presque équivalente à une Coupe du Monde. Si en plus l'Equipe de France va loin dans la compétition, cela pourra être bénéfique pour nous. Konami travaillera en collaboration étroite avec l'UEFA pour recréer l'excellence de la compétition grâce au gameplay, le contrôle et l'authenticité faisant la renommée de la série PES. Plus d'informations seront dévoilées en début d'année prochaine.

Comment allez-vous communiquer sur les 20 ans de la série ?

Une édition anniversaire de PES 2016 sera commercialisée. Une soirée de lancement est aussi prévue, célébrant simultanément la sortie du jeu et la double décennie de la série. Côté produits, différentes offres seront mises en place avec divers acteurs de la distribution, comme Micromania par exemple.

Pourquoi opter pour le joueur brésilien Neymar plutôt que l'Allemand Götze sur la jaquette du jeu ?

Mario Götze est champion du monde, buteur en finale l'an passé mais quand l'opportunité Neymar Jr. s'est présentée, comment ne pas y céder ? C'est actuellement l'un des plus grands joueurs du monde mais surtout, il incarne bien cette édition 2015 de PES qui célèbre les 20 ans de la franchise ! Il y a des parallèles clairs entre lui et la série PES, qui a un passé chargé, avec ses hauts et ses bas. Quant à Morata, qui apparaît sur la surcouverture du jeu, ce deuxième joueur est un clin d'œil à notre licence phare, la Ligue des Champions. Il était finaliste de la dernière édition avec son club, la Juventus de Turin.

Pouvez-vous citer un temps fort de l'histoire de la licence au cours de ses 20 dernières années ?

L'évènement célébrant les 10 ans, incontestablement. Au Stade de France, avec la présence de Didier Drogba (le footballeur ivoirien qui a fait une grande carrière européenne) qui venait pour la première fois dans cette enceinte mythique. Le feu d'artifice était même une surprise !

Comment se présente la PES League ?

La date du lancement de la PES League n'est pas encore fixée. Les qualifications auront lieu aussi bien en offline que online, à hauteur de 50% chacun. Comme l'année dernière, la finale aura lieu en marge de la finale de la Ligue des Champions (cette année à Milan, ndr). En juin dernier, c'est un Français qui est reparti avec le titre de champion !



Du 2 novembre au 20 décembre 2015

THOMSON INVESTIT MASSIVEMENT EN SPONSORING TÉLÉVISION



85%
de taux de couverture
sur cible famille

près de
40 MILLIONS
de contacts

12
ODV

860
passages

THOMSON
la technologie amie

thomsonconsumer.com



Will Byles,
Executive Creative Director

Until Dawn

Jeu d'aventure se présentant comme un véritable film d'horreur interactif, *Until Dawn* vient de paraître en exclusivité sur PS4.

Rencontre avec *Will Byles*, un passionné de cinéma d'horreur qui ne cache pas visionner quatre ou cinq films du genre par semaine, et qui a fait ses armes dans la publicité, chez *Aardman Animations*, puis chez *EA*, avant de rejoindre le studio britannique *Supermassive Games*, qui signe ici sa plus importante production. Par Patrick Hellio

Anatomie de la

JDL : Comment est né *Until Dawn* ?

Will Byles : Nous avions envie de réaliser un jeu vraiment effrayant. Pour y parvenir, nous nous sommes dits que la meilleure manière était de plonger dans un premier temps le joueur dans un univers plutôt familier, avec par exemple des personnages assez clichés de films d'horreur, en respectant bien les codes du genre, avant de progressivement subvertir l'expérience et faire perdre ses repères au joueur pour mieux le surprendre et le terrifier. Le joueur croit toujours savoir ce qui va se passer, mais nous avons tout fait pour le surprendre (sourire).

Comment générer la peur via un jeu vidéo ?

La peur, c'est l'émotion première, l'instinct de survie et tout le monde l'a déjà expérimentée. Dans un cadre narratif, nous nous basons sur trois leviers pour créer différentes intensités de peur. Le premier est la terreur,

qui naît de stimuli comme par exemple des sons étranges dont on ne connaît pas la provenance. C'est un niveau de peur que l'on retrouve souvent dans le cinéma horrifique, qui peut reposer sur les « jump scares » (séquences qui provoquent un sursaut du spectateur) et qui génère du suspense. Vient ensuite l'horreur, qui consiste en une matérialisation de ce que la terreur pouvait laisser imaginer comme l'apparition d'un tueur en série dans l'image. Pour finir, le gore est la représentation ultime de notre fragilité. En voyant un personnage trucidé à l'écran, c'est un miroir de notre propre condition que nous pouvons voir. Pour un jeu d'horreur, il faut veiller à bien rythmer la sensation de peur, manipuler savamment ces trois leviers car il n'y a pas plus contre-productif qu'une saturation de peur. Nous avons effectué beaucoup de tests avec des joueurs pour identifier leur taux de stress et la viabilité des scènes.

embranchements, mais bien moins nombreux qu'aujourd'hui. Lors de la Gamescom 2012, les réactions autour du jeu ont dépassé nos espérances. Elles ont été précieuses pour faire évoluer le projet et, par exemple, abandonner la vue à la première personne. La PS4 étant sur le point d'arriver, le projet a migré vers la nouvelle console et est devenu également plus mature, plus sombre, plus riche sur le plan scénaristique.

Until Dawn exploite les spécificités du DualShock 4 et peut être joué en reproduisant certains gestes avec la manette. Le motion gaming apporte-t-il un « plus » dans un jeu d'ambiance ?

Depuis que j'ai commencé à travailler dans cette industrie, j'ai toujours été étonné par la différence de taille entre le petit stick analogique que l'on manipule et la taille des personnages à l'écran. C'est parfait pour un jeu de plateforme avec des petits personnages, mais je trouve que cela manque d'ampleur quand on dirige des protagonistes de grande taille avec une mise en scène cinématographique. Le fait de déplacer la manette donne une échelle réaliste à certaines actions, cela contribue à l'immersion. Les QTE qui ponctuent le jeu (séquences où il faut presser rapidement un bouton) nous servent par ailleurs à ce que les joueurs restent en permanence en alerte. Ils sont plus lents au début du jeu, peu punitifs, puis leur rythme s'accélère progressivement et ils peuvent devenir mortels pour un personnage en cas d'échec, même si cela reste très rare.

Combien de personnes ont travaillé sur le projet, et combien de temps ?

Entre 60 et 100 personnes ont travaillé sur *Until Dawn* pendant environ deux ans. Nous avons auparavant déjà travaillé deux ans sur le prototype PS3.

A quel principal défi avez-vous dû faire face en créant *Until Dawn* ?

Sans hésiter, la structure du jeu. On ne perçoit qu'une

Until Dawn, belle nuit blanche

Sorti fin août et exclusif à la PS4, *Until Dawn* suit la nuit mouvementée d'un groupe de jeunes gens réunis dans un chalet isolé en montagne, un an après la disparition accidentelle (?) de deux de leurs amis. Un mystérieux tueur en série va semer la terreur, entendant se débarrasser du groupe d'amis. Prenant le contrôle alternativement des différents personnages, le joueur doit prendre des décisions qui seront souvent lourdes de conséquences pour les protagonistes de cette nuit d'horreur.



Le jeu fut initialement pensé pour la PS3. Qu'a changé le passage à la PS4 ?

Le jeu a effectivement été tout d'abord annoncé sur PS3, il devait alors utiliser le PS Move. *Supermassive Games* avait déjà produit plusieurs jeux exploitant cet accessoire comme *Tumble* ou *Start The Party* qui s'adressaient à des publics plus jeunes. La première mouture d'*Until Dawn* était d'ailleurs davantage orientée vers le public adolescent, plus tournée comédie... et elle était en vue subjective. Il y avait déjà un scénario aux multiples

Le « Fear Truck », la peur itinérante

Pour soutenir le lancement du jeu, Sony Computer a déployé un dispositif original avec ce camion, posté à Bercy Village (Paris) entre le 25 et le 29 août. Dans un décor évoquant le jeu de Supermassive Games, trois bornes permettaient au public de s'essayer une dizaine de minutes au jeu. Plusieurs lots étaient mis en jeu, dont des exemplaires de Until Dawn et une PS4 chaque journée... réservée à la personne identifiée comme la plus stressée face au jeu !



peur

petite partie du contenu du jeu en ne le faisant qu'une fois, tant Until Dawn comprend d'embranchements, d'arcs narratifs enchâssés dans l'histoire principale. Tout cela doit être connecté, toujours cohérent en fonction des événements précédents mais aussi fonctionner de manière autonome. On peut utiliser l'image d'un château de cartes, où il suffit d'en retirer une pour que tout s'écroule. L'arbre scénaristique est si complexe que nous utilisons un moteur 3D pour visualiser les différents embranchements possibles, y compris en profondeur.

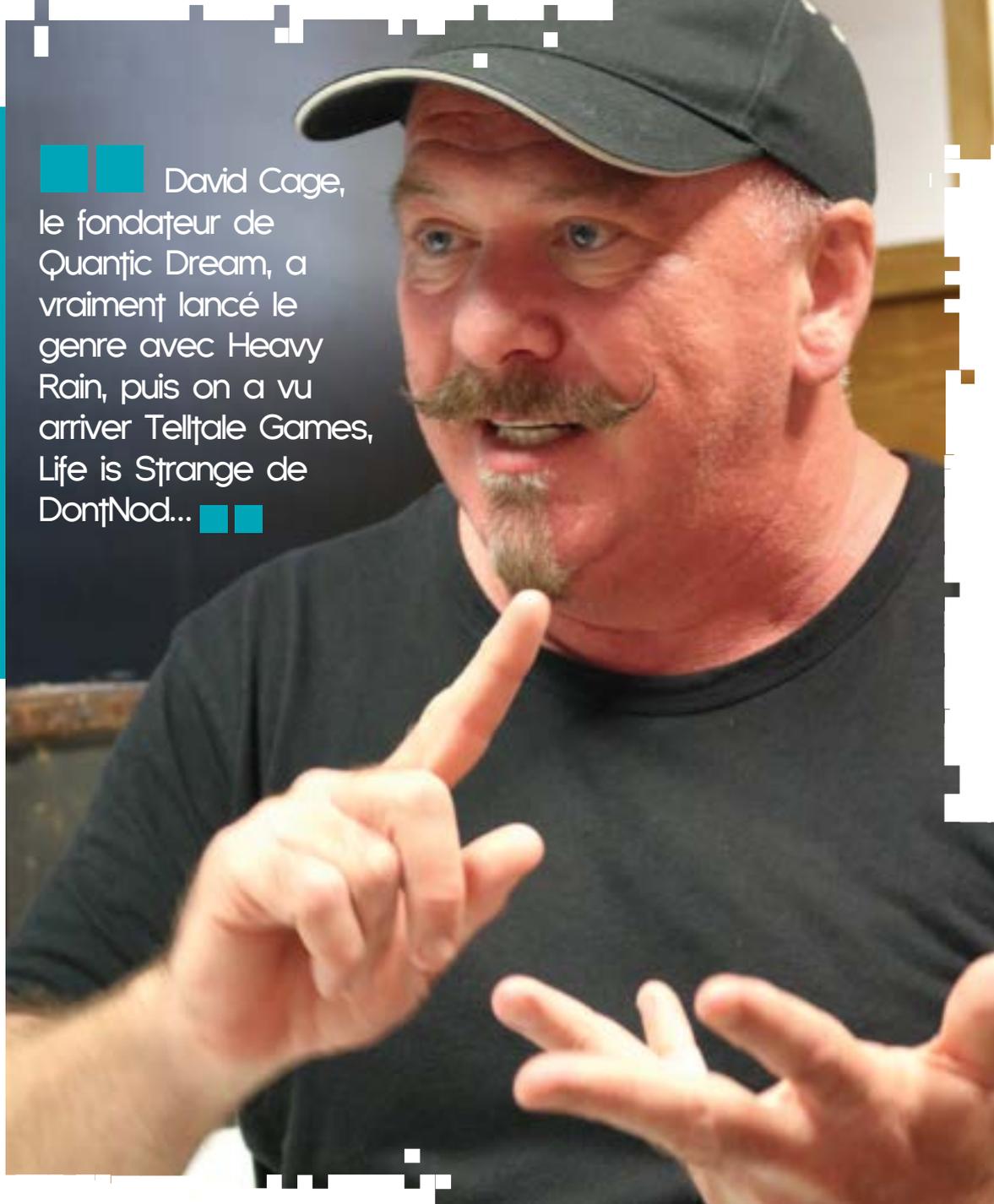
N'est-il pas difficile de signer un authentique film interactif tout en proposant dans le même temps une expérience de gameplay satisfaisante ?

Oui, c'est un défi de trouver le bon équilibre. Le terme de gameplay est très large, il regroupe un vaste champ de rapports au jeu comme un rapport ludique ou ce que l'on appelle le gameplay de « transport narratif », où le joueur développe une relation avec le jeu proche de ce que l'on peut ressentir en étant absorbé par un bon livre. On est alors plus proche de la stratégie que de l'arcade, puisque l'on pèse chaque décision, que l'on



A l'intérieur du « Fear Truck »...

David Cage, le fondateur de Quantic Dream, a vraiment lancé le genre avec Heavy Rain, puis on a vu arriver Telltale Games, Life is Strange de DontNod...



prend en ayant amassé un certain nombre d'informations qui vont nous influencer. Des décisions qui auront d'ailleurs des conséquences sur la suite des événements... Nous avons par ailleurs cherché à éviter les alternances entre cinématiques et gameplay, pour davantage les imbriquer tout au long de l'aventure. Les joueurs ne réagissent pas tous de la même manière à ce type de productions, certains vont être littéralement emportés dans le récit, d'autres vont critiquer un déroulement plus ou moins préétabli... Cela va prendre encore un peu de temps, je pense, pour que cette catégorie de jeux soit complètement acceptée. David Cage, le fondateur de Quantic Dream a vraiment lancé le genre avec Heavy Rain, puis on a vu arriver Telltale Games, Life is Strange de DontNod... Il faut un éditeur courageux pour soutenir ce genre car on n'est jamais sûr de ce que vont donner les ventes ! Le fait de proposer le titre en exclusivité sur PS4 permet à Sony Computer de compter un nouveau titre différenciant à son catalogue.

Quel est l'avantage du jeu vidéo pour raconter une telle histoire, vis-à-vis d'un long-métrage ?

Ce sentiment de responsabilité vis-à-vis des personnages, qui rend l'expérience plus personnelle,

plus viscérale qu'un « slasher » au cinéma, est propre au jeu vidéo. Avec Until Dawn, l'expérience de jeu représente neuf heures environ, ce qui nous donne beaucoup plus de place pour développer les personnages qu'un film de 90 minutes. Cela nous a permis de beaucoup travailler sur les relations entre les protagonistes, qui jouent un rôle décisif dans l'évolution du scénario. Quand on débute le jeu, les personnages sont tous plutôt désagréables mais, au fil de l'aventure, le joueur façonne leur personnalité via ses choix et ces protagonistes « clichés » gagnent en épaisseur, en humanité... Un scénario de film peut tenir sur 120 pages, celui de Until Dawn en comprend 10 000 avec les multiples variantes. Cette manière de raconter une histoire sur un format plus long, avec plusieurs arcs narratifs, est bien connue du public qui consomme beaucoup de séries aujourd'hui.



**SIBERIA
V3 BLANC**



DESTINY

LE ROI DES CORROMPUS

L'INTÉGRALITÉ DE DESTINY
AU PRIX D'UNE ÉDITION STANDARD

L'ÉDITION LÉGENDAIRE INCLUT



ÉDITION LÉGENDAIRE*

LA GRANDE AVENTURE DE DESTINY SE POURSUIT
DANS DESTINY : LE ROI DES CORROMPUS.

L'ÉDITION LÉGENDAIRE DE DESTINY : LE ROI DES CORROMPUS
EST IDÉALE POUR TOUS LES GARDIENS, QU'ILS SOUHAITENT
FAIRE LEURS PREMIERS PAS DANS L'UNIVERS DE DESTINY OU
QU'ILS DESIRENT CONTINUER À ÉCRIRE LEUR LÉGENDE.



UN VOILE OBSCUR S'EST ABATTU SUR NOS MONDES. ORYX, LE ROI DES CORROMPUS, EST BIEN DÉCIDÉ À ASSOUVIR SA VENGEANCE ET, POUR CELA, IL A MANIPULÉ LES TÉNÉBRES ELLES-MÊMES POUR LEVER UNE ARMÉE DE SOLDATS CORROMPUS. C'EST À VOUS QU'IL REVIENT DE PÉNÉTRER DANS SON CUIRASSÉ POUR LE VAINCRE AVANT QUE LUI ET SON ARMÉE NE DÉVORENT NOTRE CIVILISATION ET TRANSFORMENT NOTRE SYSTÈME SOLAIRE EN RUINES.

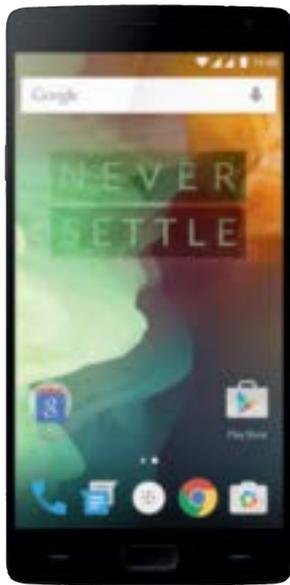
LE CONTENU SUPPLÉMENTAIRE DE DESTINY - LE ROI DES CORROMPUS





One Plus

Un plus deux



■ Avec le One Plus One, ce petit fabricant chinois avait secoué l'univers des smartphones. Il s'agissait d'un smartphone haut de gamme de qualité vendu moitié moins cher que la concurrence. Le tout avec un modèle de vente en direct sur invitation et une attention aux détails impressionnante. Le One Plus 2 est conçu dans le même esprit que son aîné, avec toutefois une finition et un design plus soignés. On retrouve donc un écran de 5,5 pouces Full-HD ainsi qu'un processeur Qualcomm Snapdragon 820 qui devrait lui garantir d'excellentes performances. Mais le

principal point d'intérêt de ce téléphone est son prix, seulement **399 euros**, soit près de 200 euros de moins que ses concurrents directs.



LG 2G2

■ Le constructeur coréen renouvelle sa gamme de tablettes avec deux nouveaux modèles. Le premier est la G Pad II 8.0. Comme son nom l'indique, cette tablette utilise un écran de huit pouces (1280 x 800 pixels). Le positionnement est plutôt entrée de gamme puisqu'il faudra se contenter d'un écran HD et d'un processeur Qualcomm Snapdragon 400 qui n'est pas une foudre de guerre. Point inhabituel, la tablette est équipée d'un port USB plein format, ce qui permet d'y brancher aisément un disque dur externe. La G Pad II 10.1 est elle nettement plus ambitieuse avec un design soigné, un écran Full-HD et un processeur nettement plus puissant. Elle sera aussi déclinée en version 4G. Le prix et la date de sortie de ces deux tablettes sont inconnus pour le moment. LG a aussi annoncé la sortie prochaine d'un casque Bluetooth destiné aux sportifs et conçu en collaboration avec JBL. Le LG Ultra HSB-810 se distingue par un design tour de cou qui le rendra particulièrement confortable pendant l'effort. Aucun prix n'a été annoncé.



Intel

De 4 à 6



■ Si la cinquième génération des processeurs Core i (Broadwell) n'a été qu'éphémère (annoncée début 2015 et disponible en petite quantité seulement), Intel lance pour cette rentrée sa sixième génération de processeur Core i avec le nom de code **Skylake**. Cette nouvelle génération reprend la finesse de gravure de la précédente (14 nanomètres contre 22 au préalable), intègre une nouvelle architecture ainsi qu'une nouvelle génération de la section graphique et prend désormais en charge la nouvelle mémoire DDR4. Bien entendu, comme pour tout nouveau processeur, le lancement s'accompagne également d'un nouveau chipset (jeu de composants) appelé Z170 ce qui implique de nouvelles cartes mères. On notera aussi un changement du support physique (socket) qui passe du modèle LGA1150 au LGA1151. Pour cette nouvelle



génération, Intel a amélioré l'efficacité de calcul avec un gain en performance de l'ordre de 10% comparé au Core i de quatrième génération (Haswell) qui représente la majorité des processeurs utilisés à ce jour. Les premiers processeurs disponibles sont les versions haut de gamme destinées principalement aux joueurs avec les modèles Core i-6600K et Core i7-6700K qui peuvent être « overclockés ». Le reste de la gamme, et notamment les versions destinées aux ordinateurs portables, sera déclinée dans les prochains mois.



Yamaha, sans frontières

Yamaha avait tenté le multi-room bien avant les autres mais comme souvent pour les précurseurs, l'utilisateur n'était pas prêt et les technologies encore embryonnaires. Tous les audiophiles se demandaient donc quand la marque au diapason allait enfin lancer une V2. Yamaha a pris son temps et c'est tant mieux car le système, qui reprend le nom MusicCast, s'avère pour le moins ambitieux. Le principal problème du multi-room est qu'il enferme l'utilisateur dans un système qui le limite à un certain type d'audio, plus ou moins haut de gamme. Comme une des forces de la marque japonaise réside justement dans une gamme large mais toujours de qualité, MusicCast va être intégré dans la majeure partie des appareils qui s'y prêtent. Il y aura certes des enceintes nomades dédiées mais aussi des amplis AV, des chaînes ou encore des barres de son YSP. C'est d'autant plus

intéressant qu'à l'intérieur même du foyer, les exigences ne sont pas les mêmes dans le salon et sur la terrasse ! En plus d'une mise en place très simple par un bouton et une application vraiment bien pensée pour iOS et Android, tous les scénarios d'usage sont possibles. Ainsi, chaque appareil compatible peut être source ou diffuseur, tout en agissant comme un amplificateur WiFi. De même, un appareil tiers peut-être intégré en Bluetooth, là encore comme source ou diffuseur. Enfin, l'application mémorise chaque configuration personnelle. La qualité audio du système est garantie par le transfert des sources en HD jusqu'à 192 kHz / 24 bits minimum. Parmi les premiers appareils compatibles, on peut citer la barre de son YSP-1600 (649 euros), la mini-chaîne Restio Mini ISX-80 (499 euros) et l'enceinte sans fil WX-030 (299 euros).



Vaio

Sortie du Japon

La marque d'ordinateurs portables s'était montrée très discrète depuis sa séparation de Sony, et se contentait de vendre ses PC haut de gamme dans l'archipel nippon. Vaio a finalement décidé de s'aventurer à nouveau hors de ses frontières en commençant par les marchés américains et brésiliens. Un retour qui s'effectuera à l'automne et l'on ne sait pas encore s'il concernera l'Europe à terme.



Sony

Bracelet de stress

Vendu 129 euros, le bracelet d'activité Smartband 2 gagne surtout un capteur de rythme cardiaque. Il s'en servira non seulement pour suivre les pulsations mais aussi le niveau de stress de l'utilisateur. Bien entendu, le suivi de mouvement classique demeure, tout comme les notifications par LED et vibrations. Chose inhabituelle pour un produit Sony, le Smartband 2 est compatible Android et iOS.



SIBERIA V3 PRISM





Wiko

Plus ou moins

■ Après avoir montré ses capacités sur des appareils plus premium que d'habitude, Wiko revient à ses premiers amours avec plusieurs nouveaux modèles d'entrée de gamme. Le Selfy 4G est doté d'un écran de 4,7 pouces HD et d'un capteur photo frontal de 8 Mpixels pour de meilleurs selfies (**199 euros**). Le Rainbow Up 4G vendu **150 euros** s'avère très attractif techniquement avec son écran cinq pouces HD et un capteur photo signé Sony. Il est également décliné en version « Lite » vendue 100 euros avec un écran moins résolu et un capteur photo moins performant. Des modèles solides qui ont sur le papier tout pour séduire les petits budgets.

Google

Des Marshmallow pour Android

■ Les premières informations sur la prochaine version d'Android viennent d'être publiées.

La version 6.0 du système d'exploitation est surnommée Marshmallow et sera d'abord disponible en préversion sur certains appareils Nexus.

Contrairement à ce que le passage du 5 au 6 laisse imaginer, les changements apportés ne sont pas majeurs. On aura par exemple

droit à une gestion plus fine des autorisations d'applications (pour plus de sécurité) mais aussi un support natif des empreintes digitales. La plupart des utilisateurs seront toutefois intéressés par

« Doze », une série d'optimisations de la consommation qui selon Google devrait permettre de doubler l'autonomie en veille ! Cette nouvelle version devrait en théorie être déployée à partir de septembre.

« Doze », une série d'optimisations de la consommation qui selon Google devrait permettre de doubler l'autonomie en veille ! Cette nouvelle version devrait en théorie être déployée à partir de septembre.



SENSEI
PRO GRADE
LASER MOUSE



Samsung

Mélange de galaxies et de notes



■ Les Note sont traditionnellement les porte-drapeaux de la gamme grands écrans chez Samsung. Désormais, les Galaxy S sont également de la partie.

Samsung annonce donc simultanément le Galaxy Note 5 et le Galaxy S6 Edge + qui, comme son nom le suggère, est doté d'un écran incurvé. Les deux modèles reprennent le très séduisant design introduit avec le S6 et sont quasi identiques d'un point de vue technique. On trouve donc un écran de 5,7 pouces WQHD accompagné par le très puissant processeur maison

Exynos 7420. On note au passage que Samsung a fait une croix sur la batterie amovible et la carte micro-SD. Autre point surprenant, le S6 Edge + se voit amputé du stylet qui avait fait le succès du Note. Le Galaxy S6 Edge + sera disponible à **799 euros** début septembre tandis que le Note 5 arrivera dans les étals à une date encore inconnue.





Une nouvelle référence

Développés afin de créer les meilleurs écouteurs intra-auriculaires au monde, les q-JAYS combinent des pilotes à double armatures équilibrées à un corps en acier inoxydable et des câbles échangeables à pas de vis. Rendus possibles grâce à des technologies de pointe comme le moulage par injection de métal, l'usinage CNC et la découpe au laser, voici nos nouveaux q-JAYS, ce que nous avons créé de mieux et de plus précis à ce jour.

www.jays.se

q-JAYS Earphones

JAYS



Nvidia

Jeu low cost



■ Disponible depuis près d'un an, la gamme des puces graphiques de la série 900 a surtout été déclinée vers des modèles milieu/haut de gamme (GTX 960, 970, 980 et 980 Ti). Aujourd'hui, Nvidia annonce un nouveau modèle, la GeForce GTX 950. Ainsi, les cartes graphiques qui en sont équipées s'affichent sous la barre des **200 euros**. Dès lors, les joueurs au budget limité peuvent profiter de la dernière technologie de la marque pour exécuter les derniers jeux sortis. Evidemment, cette puce entrée/milieu de gamme se voit amputée de quelques unités de calcul comparé à ses grandes sœurs ce qui implique une résolution maximale limitée au Full-HD. En outre, les détails devront être réglés en mode « médium » pour une meilleure fluidité. Par ailleurs, cette puce est compatible avec la technologie DirectX 12 introduite avec Windows 10 et s'appuie sur la suite logicielle habituelle GeForce Experience. Les cartes équipées sont d'ores et déjà disponibles chez les partenaires Nvidia avec des prix qui démarrent aux alentours des **180 euros**.



SENSEI
WIRELESS
LASER MOUSE



BenQ tout en courbe

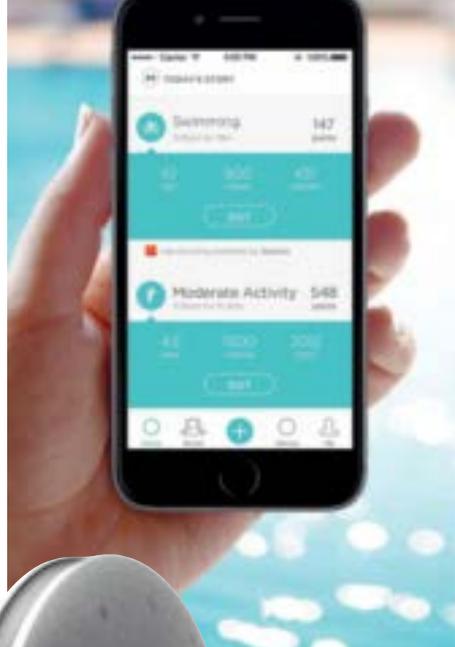
■ Le mode de l'incurvé se décline aussi sur les moniteurs informatiques. Après les modèles de LG et Samsung, BenQ entre également dans la danse avec son modèle XR3501. Ce moniteur est destiné aux joueurs avec sa fréquence de rafraîchissement qui atteint les 144 Hz. Par ailleurs, BenQ précise qu'avec son rayon de courbure de deux mètres, le XR3501 sera parfait pour les amateurs de courses automobiles avec une immersion totale dans le jeu ! A ce propos, le constructeur fait régulièrement la démonstration de trois moniteurs XR3501 mis côte à côte, ce qui donne effectivement l'impression d'être dans le cockpit d'une voiture de course. Côté technique, le XR3501 s'appuie sur une dalle d'une diagonale de 35 pouces au format 21:9ème et affiche un temps de réponse de 4 ms. Il intègre la fonction Color Vibrance qui permet d'ajuster les paramètres de couleurs selon ses préférences et un Black eQualizer qui intensifie la luminosité des zones sombres sans provoquer de surexposition aux endroits bien éclairés. Le BenQ XR3501 est disponible au prix de **1 085 euros**.



AOC La folie des grandeurs



■ Le spécialiste de l'affichage présente deux nouveaux moniteurs d'une diagonale de **32 pouces** : l'**U3277PQU** et le **Q3277PQU**. Ils se caractérisent respectivement par une dalle Ultra-HD de 3840 x 2160 pixels et une dalle QHD de 2560 x 1440 pixels. Les deux moniteurs s'appuient sur le même design sobre avec quelques options de réglages, en hauteur pour le premier, en horizontal et en inclinaison pour le second. Le mode pivot est aussi de la partie. Sur le plan technique, AOC annonce que les deux écrans couvrent à 100% l'espace de couleurs RGB, intègrent les fonctions Picture-in-Picture et Picture-by-Picture pour visualiser simultanément des images en provenance de deux sources distinctes. Enfin, la technologie Flicker Free limite les scintillements lors du rafraîchissement de l'écran. Les AOC U3277PQU et Q3277PQU sont disponibles aux prix respectifs de **1 175 euros** et **599 euros**.



Misfit, des longueurs

Le spécialiste américain du bracelet d'activité vient d'annoncer une nouvelle version du Shine. Conçu en partenariat avec le fabricant Speedo, spécialiste de la natation, le modèle se nomme assez logiquement

Speedo Shine. Pour autant, son emploi ne se limite pas à la piscine puisqu'il enregistre aussi les classiques pas. Bien évidemment étanche, le bracelet détecte le type nage et enregistre le nombre de longueurs, la distance et les calories brûlées lors d'une session de natation. Speedo Fit, une application dédiée à ce sport, devrait être disponible en parallèle sous peu. Le Misfit Speedo Shine est vendu dans les Apple Store depuis le premier septembre au prix de **80 euros**.

Sony, ultra-HD et -fin



Les téléviseurs Ultra-HD se démocratisent et représentent désormais une grande partie des gammes. Si un effort est consenti sur la technologie et les services fournis, le design reste généralement plutôt sobre et sans véritable originalité à quelques exceptions près. Sony se place dans cette dernière catégorie avec sa gamme X90C qui se distingue des concurrents par son extrême finesse avec 4,9 mm d'épaisseur seulement. La partie intégrant l'électronique est un peu plus imposante ce qui ne gêne guère fixé à un mur grâce à l'accroche ad hoc fournie lui conférant un aspect de tableau flottant. Sur le plan technique, la série X90C s'appuie sur le processeur maison X1 qui assure le traitement la mise à l'échelle des sources Full-HD et HD. L'ensemble est géré par le système Android TV qui permet d'accéder à divers contenus comme des films, musiques, photos, et jeux. L'interaction avec les tablettes et smartphones est aussi de la partie avec Google Cast. La gamme X90C comprend pour l'heure deux modèles : un 55 pouces disponible aux prix de **3 499 euros** et un 65 pouces au prix de **4 299 euros**.



Sandisk Clef USB sans fil



Sandisk complète sa gamme de clefs USB avec un nouveau modèle baptisé Connect Wireless Stick. Elle a la particularité d'intégrer le WiFi, ce qui autorise le partage du contenu (photos et vidéos) entre les appareils mobiles (smartphones et tablettes) et les ordinateurs (PC et Mac). Pratique lorsque l'on est en déplacement ou entre amis pour s'échanger les fichiers. La Connect Wireless Stick autorise jusqu'à trois appareils connectés en simultanément et dispose d'une autonomie de 4h30 loin de la prise USB d'un ordinateur. Par cette connexion fixe, il s'agit aussi d'une clef standard et la recharge s'effectue par ce biais. L'accès aux données depuis une tablette ou un smartphone nécessite l'installation de l'application Sandisk Connect disponible gratuitement pour les environnements iOS et Android. Au lancement, elle détecte le réseau WiFi créé par la clé et propose de s'y connecter en entrant un mot de passe. La Connect Wireless Stick est disponible

dans des capacités de 16, 32, 64 et 128 Go à des prix allant de **36,99 euros** à **99,99 euros**.



Windows 10

Le meilleur des deux mondes

Avec Windows 10, Microsoft corrige les défauts d'un Windows 8 qui n'a pas eu le succès espéré et reprend une partie de ce qui avait fait le succès de la version 7. Le nouvel OS se veut encore plus universel puisqu'il sera aussi présent sur les smartphones et tablettes avec des applications communes sur les différentes plates-formes. Quels sont les principaux atouts de ce Windows que Microsoft présente comme étant le dernier puisque la mise à jour sera désormais permanente ? Par Jean-Luc Marianna

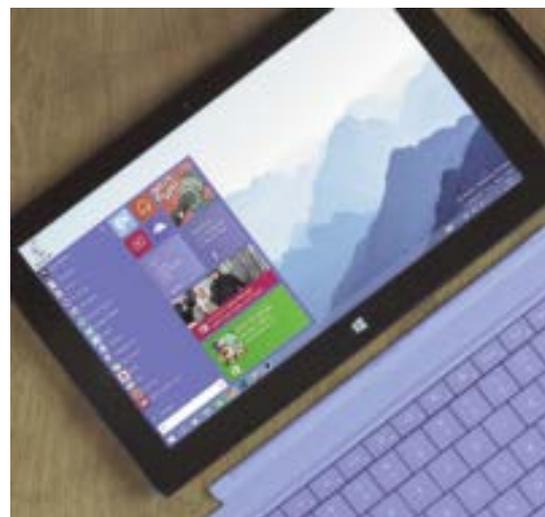


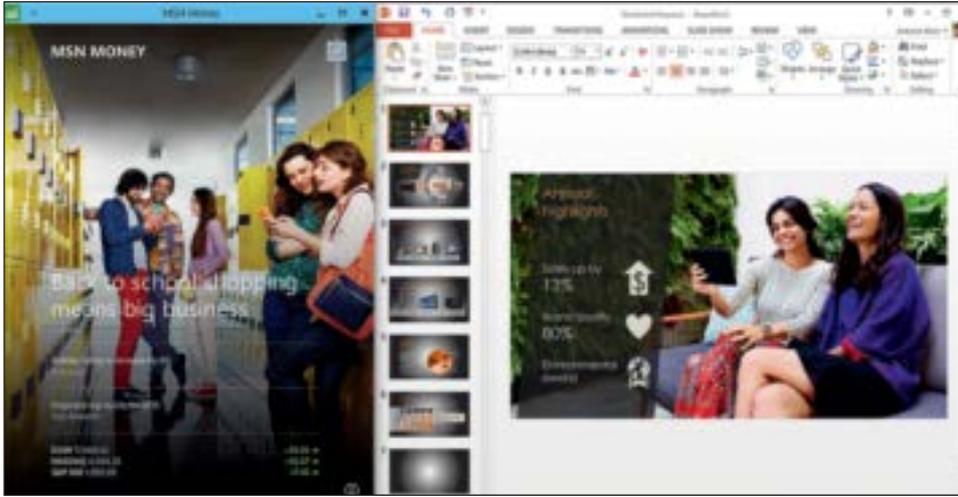
Pour tous les ordinateurs équipés de Windows 7 et 8, la version est disponible en mise à jour gratuite depuis le 29 juillet. Dès la rentrée, les premiers ordinateurs à en être équipés arriveront dans les étals. Et ceux qui ne le sont pas encore pourront être mis à jour évidemment. Ce sera un argument fort pour vendre des tablettes et des ordinateurs jusqu'à la fin de l'année, il est donc essentiel de maîtriser les points clés pour convaincre le client. Si Windows 8 apportait une nouvelle manière d'utiliser les ordinateurs et de nouveaux usages par son interface tactile, la combinaison des deux univers, bureau à la souris et applications tactiles, n'a pas été une grande réussite. L'interface tactile primait sur le bureau traditionnel avec un écran d'accueil qui avait remplacé le menu Démarrer auquel des millions d'utilisateurs étaient habitués. Si l'intention semblait louable de prime abord pour faire évoluer l'usage de l'ordinateur, la manière de faire a été jugée trop radicale par de nombreux utilisateurs qui ont boudé Windows 8 en mise à jour. C'est notamment le basculement quasi schizophrène entre les deux univers sans intervention de

l'utilisateur qui avait grandement amputé l'ergonomie. Et les quelques aménagements effectués avec 8.1 n'ont rien changé à la situation. Néanmoins, Windows 8 a eu un effet très positif, la création de nouvelles catégories d'ordinateurs portables appelées hybrides et 2-en-1. La première fait référence aux ordinateurs dont l'écran peut basculer à 360 degrés pour les transformer en tablettes. La deuxième concerne les modèles dont l'écran est détachable du clavier. Bien évidemment, on n'oublie pas l'apparition de tablettes à part entière fonctionnant sous Windows 8. Cela a donné l'occasion aux constructeurs de se diversifier et ainsi de créer un nouveau marché très prometteur et en forte croissance. Avec un Windows 10 qui s'étend aux smartphones, le rayon va disposer d'une offre multi-écrans de quatre à 27 pouces qui devrait largement favoriser la valeur ajoutée par rapport à l'univers Android par exemple. Avec des applications universelles que l'on espère rapidement nombreuses et qualitatives ainsi qu'une ergonomie adaptée à la taille de l'écran, Windows 10 devrait être un vecteur de croissance fort pour l'IT en cette fin d'année.

Le mode Continuum

■ Première étape pour Microsoft, faire en sorte que les utilisateurs d'ordinateurs hybrides, de 2-en-1 et de tablettes puissent retrouver le confort d'utilisation de Windows sans mélanger le mode bureau avec le tactile et vice-versa. La solution ? Le mode Continuum. Cette fonctionnalité détecte si l'ordinateur dispose d'un clavier physique auquel cas Windows 10 démarrera directement sur le bureau avec son nouveau menu Démarrer. Si le clavier est retiré ou que l'écran est basculé pour un usage en mode tactile, une notification apparaîtra indiquant qu'un changement de mode est en cours (à noter que cette notification peut être désactivée). Il suffit de valider pour que Windows bascule sur l'écran d'accueil avec les fonctions tactiles dédiées à cet usage. Dès lors, l'utilisateur n'aura pas à jongler entre les deux modes en permanence, Windows propose l'interface adaptée à l'usage. Une très bonne initiative !





Des applications vraiment universelles

Windows 8 avait introduit les applications appelées « Modern UI ». Elles s'appuyaient sur les possibilités tactiles de l'interface mais étaient limitées dans leur fonctionnement à un usage plein écran ou à un affichage côte à côte avec quatre applications au maximum, ce qui n'était très pratique. En outre, même si leur manipulation pouvait s'effectuer avec la souris, à l'usage la productivité était limitée. Avec Windows 10, cette manière de faire a disparu pour laisser place à des applications universelles dont l'ergonomie est prévue aussi bien pour le tactile que pour une utilisation à la souris et au clavier. Par ailleurs, ces applications sont désormais communes aux différentes plates-formes : ordinateurs de bureau, portables, hybrides, deux-en-un, tablettes et smartphones. Elles s'adaptent automatiquement en fonction du type et de la taille d'écran. Autre nouveauté bienvenue, les applications universelles profitent d'un fonctionnement en mode fenêtré comme les logiciels traditionnels ce

qui permet de les manipuler à sa guise à l'écran et d'en ouvrir plusieurs sans limitation. On notera d'ailleurs qu'avec Windows 10, Microsoft instaure un nouveau « look and feel » des fenêtres pour les applications universelles qui sera aussi utilisé à terme pour les logiciels comme Office 2016 par exemple. Windows 10 est fourni avec quelques applications universelles comme Courrier, Calendrier, Cartes, Photo, Films et TV et le nouveau navigateur Internet baptisé Edge. Si le Windows Store n'a pas convaincu sous Windows 8 face à l'Apple Store et au Google Play Store, Microsoft offre là un outil de création pour des applications multi-écrans qui devraient convaincre les éditeurs de la rentabilité au vu du nombre de machines en circulation sous Windows, toutes tailles confondues. Microsoft facilite aussi le travail des développeurs en leur fournissant des outils pour une création simple mais normée et une transposition aisée des applications d'univers concurrents.

Edge, navigateur innovant



Après 20 ans de service plus ou moins plébiscités, Internet Explorer tire sa révérence au profit du nouveau navigateur baptisé Edge aussi connu sous le nom de code Project Spartan. L'idée étant de partir de zéro pour proposer un navigateur en adéquation avec les technologies Internet actuelles et surtout compatible avec les standards du Web. Ce nouveau navigateur est une application universelle ce qui signifie qu'il sera aussi disponible sur les smartphones fonctionnant sous Windows 10 Mobile (disponible cet automne) et les tablettes Windows 10. Avec Edge, la firme de Redmond a fait le choix d'une

interface minimaliste. Visuellement, c'est plus agréable. A l'image de Chrome, on retrouve directement les onglets à l'ouverture du navigateur avec juste en dessous la barre d'adresse qui sert désormais aussi de champ de recherche. Il suffit d'entrer sa recherche pour qu'Edge affiche des suggestions, des résultats du Web ou encore l'historique de navigation et les favoris. Pour le reste, on retrouve les fonctions classiques d'un navigateur mais Edge propose aussi d'autres fonctions pratiques au quotidien. Ainsi, lorsque l'on consulte une page Web, il est possible de surligner du texte, d'entourer des zones en rouge par exemple, ou encore d'y apporter un commentaire qui pourront ensuite être enregistrés et partagés avec ses contacts ou à travers des logiciels de travail collaboratif comme OneNote. Une icône dédiée donne accès aux outils pour la prise de note, le surlignage, etc. Microsoft donne comme exemple une recette de cuisine sur laquelle on surligne les ingrédients importants avec l'ajout de notes sur des petits secrets de fabrication que l'utilisateur peut envoyer à ses contacts. Enfin, Edge est compatible avec les extensions Web et sous peu avec ceux développés pour Chrome et Firefox. Ces extensions sont devenues au fil des ans quasi indispensables pour certains utilisateurs et parfois même pour certains sites Web.

Le retour du menu Démarrer



Faire migrer les utilisateurs de Windows 7 vers 10 est un enjeu de taille. Pour cela, Microsoft a simplement réintégré le fameux menu Démarrer qui avait tant fait défaut à Windows 8. Microsoft en a profité pour l'améliorer avec l'intégration des tuiles tactiles en son sein. Curieux ! Mais assez logique dans le sens où les habitués de Windows 8 ne seront pas perdus. Ce nouveau menu Démarrer est en quelque sorte la symbiose entre l'ancien menu Démarrer de Windows 7 et l'écran d'accueil de Windows 8. Le résultat est plutôt réussi puisque les nombreux utilisateurs de Windows 7 retrouveront leurs habitudes avec un agencement identique à quelques petits détails près. Et surtout, l'extinction, la mise en veille ou le changement d'utilisateur est de nouveau accessible par ce menu. Celui-ci se divise d'ailleurs en deux parties, l'une à gauche semblable à Windows 7 et l'autre à droite comprenant les tuiles de l'écran d'accueil de Windows 8. L'intérêt de cette combinaison est de retrouver d'une part un usage simple comme sur Windows 7 ce qui facilitera la transition des utilisateurs vers Windows 10 et d'autre part de profiter de l'ergonomie des tuiles héritée de Windows 8. Ainsi, les applications universelles seront épinglées sur la droite de ce nouveau menu Démarrer. En outre, tout comme sur l'écran d'accueil de Windows 8, l'utilisateur peut agencer les tuiles à sa guise, créer des groupes d'applications, leur donner un nom et redimensionner les tuiles pour créer un ensemble cohérent. Toute cette personnalisation s'effectue de manière très simple en tactile ou à la souris.

Windows Hello



Si l'usage de mots de passe est désormais commun, il n'est pas toujours pratique, surtout si l'on doit en mémoriser un nombre important. Pour faciliter l'ouverture des sessions, Windows 10 offre une nouvelle manière de se connecter grâce à Windows Hello. Cette technologie prend désormais en compte de manière native les lecteurs d'empreintes digitales mais elle est aussi capable d'effectuer une reconnaissance faciale, gestuelle ou de l'iris pour peu que l'ordinateur soit équipé d'une caméra compatible, notamment avec la technologie RealSense d'Intel. Dès lors, nul besoin d'entrer un mot de passe, un simple geste ou regard suffira pour accéder à son compte Windows 10.

Cortana

L'assistante vocale



Apparue sur les smartphones sous Windows Phone, Cortana est à l'instar de Siri sur iOS, l'assistante vocale qui aidera l'utilisateur au quotidien. Elle peut bien entendu être désactivée et si son pilotage s'effectue à la voix, ce qui implique l'utilisation d'un micro ou d'un micro-casque, il est possible également de la commander au clavier. Elle peut effectuer des recherches sur l'ordinateur ou Internet, entrer des rendez-vous dans l'agenda et cela va même au-delà puisqu'elle peut apporter des informations supplémentaires lors des recherches d'un lieu, par exemple en proposant le menu d'un restaurant. Cortana peut même suggérer un plat en fonction des critères personnels qui auront été renseignés au préalable lors du tutorial. Il est également possible de lui dicter des messages, de lui attribuer des tâches pour rappeler un rendez-vous important ou des alertes spécifiques. La maîtrise de Cortana à la voix demande un peu de temps comme souvent avec les logiciels de dictée vocale mais c'est assez convaincant, d'autant que Cortana apprend également au fur et à mesure des recherches effectuées pour être plus pertinente sur les résultats.



Jeu vidéo accéléré

Windows 10 apporte aussi des nouveautés dans le domaine des jeux vidéo. Ainsi, la

librairie graphique DirectX évolue vers une version 12 dont les améliorations sont bien plus significatives que les précédentes moutures. Poussé notamment par les développeurs mais aussi par les constructeurs de puces graphiques (AMD et Nvidia), Microsoft a revu la manière dont dialoguent les jeux avec la carte graphique. Pour simplifier, jusqu'à présent la majorité des jeux dialoguent avec la librairie DirectX (aussi appelée API) qui comporte divers niveaux de traitement avant d'atteindre le pilote de la carte graphique qui lui-même dialogue avec la puce graphique pour afficher un élément en 3D à l'écran (ce qui demande un certain temps de



calcul). De fait, l'objectif avec DirectX 12 est de diminuer ces divers niveaux de traitement afin d'améliorer grandement les performances. C'est ce à quoi s'est employé Microsoft tout en apportant de nouvelles fonctions 3D qui sont déjà supportées par la toute dernière génération de puces graphiques AMD et Nvidia. Il ne reste plus qu'à attendre les premiers titres capables d'en tirer profit ce qui devrait arriver à la fin de l'année avec des titres comme Forza Motorsport 6 ou encore Project Cars. Les premiers tests indiquent un gain de l'ordre d'une trentaine de pourcent entre DirectX 11 et 12 sur PC. La Xbox One profitera également de DirectX 12 dès que la mise à jour de Windows 10 pour la console sera disponible, soit à la fin de cette année.



Windows 10, succès annoncé

Après un Windows 7 qui a convaincu une grande majorité d'utilisateurs à travers le monde et un Windows 8.1 qui a reçu un accueil mitigé, Windows 10 rassemble le meilleur des deux mondes. Techniquement, la nouvelle mouture du système d'exploitation est très stable. Ergonomiquement, le retour du menu Démarrer est une excellente nouvelle pour les utilisateurs de Windows 7 et aussi pour tous ceux fidèles à la souris et au clavier. L'intégration subtile des tuiles dans ce même menu Démarrer devrait satisfaire les utilisateurs de Windows 8 et plus généralement faciliter l'usage en mixant tactile et souris sur les appareils hybrides. Par ailleurs, Microsoft a grandement amélioré les possibilités des applica-

tions désormais universelles qui vont permettre le mariage du tactile et de la souris tout comme un usage adapté sur toute taille d'écran. Enfin, les joueurs n'ont pas été oubliés avec l'introduction de DirectX 12 qui apporte un gain significatif en performance. Microsoft a par ailleurs confirmé qu'il n'y aurait pas de Windows 11 mais que la version 10 évoluera au fil du temps avec des mises à jour régulières. Cerise sur le gâteau, la mise à jour vers Windows 10 est gratuite jusqu'au 29 juillet 2016 pour les possesseurs d'un ordinateur équipé d'un Windows 7 ou 8 authentique. Passée cette date, il faudra compter 135 euros pour la version Windows 10 Famille et 279 euros pour la version Pro !



PROLITE GE2488HS

BEST VALUE ALL-ROUND GAMING MONITOR

24"

iiyama

ProLite
GE2488HS

1ms

LED
HD

iiyama 4 GAMING

FEATURING:

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

1ms

FLICKER
FREE
LED



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

iiyama

www.iiyama.com

Ordinateurs portables

L'offre de rentrée



Traditionnellement, l'offre de la rentrée des classes se base sur la promotion et sur la nouveauté. Equipement scolaire ou universitaire et rééquipement des foyers assurent un pic des ventes tous les ans. Cette année est un peu particulière dans la mesure où Windows 10 est disponible mais n'équipe pas encore une majorité d'ordinateurs et que les nouveautés technologiques ne sont pas encore arrivées. Par François Arias



Microsoft Surface 3 Tablette à valeur ajoutée

La Surface 3 Pro s'était imposée il y a quelques mois comme la tablette à clavier détachable la plus aboutie du marché. Elle est toutefois très chère et Microsoft l'a donc déclinée dans une version plus compacte et plus abordable. Les fondamentaux ne changent pas, on retrouve un design industriel très séduisant et une finition parfaite. L'écran passe de 12 à 10,8 pouces mais conserve son format 3/2 et surtout une dalle bien réglée offrant une très forte luminosité. Le passage à un processeur Atom forcément moins puissant suffit à garantir une bonne réactivité même si la performance limite l'usage au multimédia. L'autonomie atteint les sept heures. Il s'agit donc avant tout d'une tablette compacte et de grande qualité qui se transforme en ordinateur à l'occasion mais qui demeure handicapée par un prix élevé pour la catégorie.

■ Genre : 2-en-1 ■ Ecran : 10,8 pouces Full-HD
 ■ Processeur : Intel Atom X7 ■ Stockage : SSD 128 Go
 ■ Dimensions : 267 x 187 x 8,7 mm ■ Poids : 622 grammes

859 €
(avec clavier)



Lenovo Yoga 500 Hybride abordable

Le Yoga 500 reprend comme son nom l'indique le principe d'écran à double charnière permettant d'utiliser l'ordinateur comme une tablette. Petit prix oblige, la construction fait la part belle au plastique mais les matériaux choisis sont de qualité et bien ajustés. Chose assez rare à ce niveau de prix, l'écran de 14 pouces adopte une résolution Full-HD. Les angles de vision sont larges et les couleurs bien réglées mais la luminosité est un peu faible. Les performances avec un processeur Intel Core i3 et une puce graphique Nvidia Geforce 920M garantissent un bon confort d'utilisation. L'autonomie atteint presque six heures ce qui est correct, surtout à ce niveau de prix. Joli, solide et sans grand défaut, le Yoga 500 ne révolutionne pas le marché mais affiche un excellent rapport qualité/prix. Un ordinateur de qualité qui peut s'utiliser en tactile dans toute les positions.

■ Genre : Convertible avec charnière à 360° ■ Ecran : 14 pouces Full-HD
 ■ Processeur : Intel Core i3 ■ Stockage : disque dur 1 To
 ■ Dimensions : 340 x 235 x 21,5 mm ■ Poids : 1,9 kg

699 €



A la rentrée, de nombreux consommateurs pensent à se rééquiper.

Reste toutefois à bien les conseiller pour leur proposer l'appareil correspondant le mieux à leurs usages et ce en tenant notamment compte de Windows 10 qui donne toute leur mesure aux ordinateurs hybrides et deux-en-un. En effet, l'offre s'est vraiment diversifiée ces dernières années et loin est le temps où le portable multimédia dominait le paysage. A noter que si la rentrée scolaire est toujours une raison fréquente pour s'équiper, ce n'est clairement pas la seule. De nombreuses personnes profitent en effet des tarifs attractifs et des nouvelles gammes de rentrée pour acheter un ordinateur. Toutefois, la nouveauté n'est pas

un argument majeur cette année. D'un côté, les nouveaux processeurs d'Intel n'étant pas encore disponibles, les changements de gamme sont mineurs. De l'autre, Windows 10 est disponible mais pas encore intégré dans une majorité d'ordinateurs neufs. Toutefois, la mise à jour est gratuite et quasi-automatique. Cette année, il faudra se contenter d'ordinateurs disponibles depuis plusieurs mois ou encore de mises à jour mineures. Il faut donc tabler sur la plus-value par l'hybridation ordinateur / tablette et l'adéquation avec Windows 10 qui accompagne parfaitement cette évolution, d'autant que le prix de ces hybrides s'est largement démocratisé ce qui correspond parfaitement à la période.

Plus ou moins classique

Y a-t-il encore des raisons pour conseiller un ordinateur portable traditionnel ? Dans de rares cas seulement, à moins que le consommateur ne soit pas encore prêt à franchir le pas. Déjà, l'ordinateur de plus de 15 pouces n'a plus vraiment de raison d'être objective. Les performances des modèles ultra-portables et ultra-fins sont plus que suffisantes pour la plupart des usages et pour un confort visuel accru, il suffit d'ajouter un moniteur à la maison. Avec des prix désormais démocratiques, la proposition la plus conservatrice sera un modèle de moins de 15 pouces, fin et raisonnablement puissant. L'écran ne sera pas forcément tactile si l'utilisateur préfère rester sur un environnement de bureau traditionnel, d'autant que Windows 10 signe le retour du menu Démarrer et d'un démarrage sur le bureau classique. En revanche, la montée en gamme pourra se faire sur la finesse, la légèreté, la qualité de l'écran et la finition.

Le tactile en plus

Les consommateurs qui montrent un minimum d'intérêt pour le tactile mais qui recherchent avant tout un ordinateur portable traditionnel pourront être orientés vers les convertibles dont la charnière permet de rabattre l'écran à 360 degrés derrière le clavier. Si l'utilisation en mode tablette reste secondaire, les positions intermédiaires facilitent un usage tactile tout à fait recommandable pour le multimédia et la



HP X360 Spectre
Convertible sans compromis

Avec ce X360 Spectre, HP propose un ultraportable convertible de grande qualité. Il est taillé dans un bloc d'aluminium brut très séduisant qui respire la solidité. La connectique est bien fournie et le clavier comme le pavé tactile sont très confortables. Le côté convertible est assuré par une double charnière. L'écran se replie donc au dos du clavier pour un usage tablette. La dalle de 13,3 pouces propose une résolution Full-HD. Elle s'avère lumineuse et bien réglée. On apprécie le fait que la vitre tactile soit fusionnée à l'écran (comme sur certains smartphones) ce qui limite fortement les reflets. Contrairement à nombre de concurrents, HP a fait le choix d'un classique processeur Intel Core i5. Cela procure au X360 Spectre des performances bien meilleures que celles des Core M. Le plus impressionnant est que cette puissance n'entame pas l'autonomie qui est très confortable avec neuf heures sur une charge. Au final, le X360 Spectre est l'un des meilleurs ultrabooks du marché qui par sa versatilité peut réellement s'utiliser confortablement en tactile.

- Genre : Convertible avec charnière à 360° ■ Ecran : 13,3 pouces Full-HD
- Processeur : Intel Core i5 ■ Stockage : SSD 128 Go
- Dimensions : 325 x 218 x 16 mm ■ Poids : 1,44 kg

999 €



Asus UX305
Classicisme haut de gamme

Cet ordinateur ultra-portable n'est pas convertible mais dispose d'un écran tactile qui peut servir pour la lecture multimédia. Asus en profite pour réaliser un ultrabook de 13 pouces à la fois compact, séduisant et très léger. La finition tout métal est qualitative et valorisante. Le pavé tactile est spacieux et le clavier très confortable. Tout au plus pourra-t-on lui reprocher l'absence de rétro-éclairage des touches. Dans la tradition de la marque, l'écran Full-HD est lumineux et plutôt bien réglé. L'UX305 est construit autour d'un processeur Intel Core M qui permet une construction légère et compacte. L'utilisation d'un modèle rapide de la famille des Core M garantit une bonne réactivité et des performances suffisantes pour la productivité et le multimédia. L'autonomie de 6h30 est assez remarquable au vu de l'espace disponible. Malgré son niveau de finition et d'équipement très haut de gamme, cet Asus affiche un tarif extrêmement agressif puisqu'il est vendu à moins de 700 euros. Pour ceux qui n'ont qu'un usage occasionnel du tactile, c'est la bonne affaire du moment.

- Genre : Ordinateur ultra-portable tactile ■ Ecran : 13,3 pouces Full-HD
- Processeur : Intel Core M ■ Stockage : SSD 128 Go
- Dimensions : 324 x 226 x 12,3 mm ■ Poids : 1,2 kg

699 €



navigation sur Internet. De plus, il existe désormais de modèles très abordables, à peine plus onéreux qu'un modèle classique à configuration similaire. Windows 10 gérant désormais aussi bien l'environnement tactile que la souris, le convertible n'entame en rien l'usage classique en mode ordinateur.

Tablette et ordinateur

Les 2-en-1 devraient être les stars de cette rentrée. Le concept d'une tablette qui se transforme en ordinateur par l'ajout d'un clavier correspond parfaitement aux usages actuels. En effet, la tablette seule ne convainc l'utilisateur que pour un usage secondaire de loisir et il n'accepte qu'un investissement très contenu. La transformation en ordinateur à part entière, sans pour autant compromettre l'usage tablette, se justifie bien davantage aux yeux des consommateurs. De plus, le prix de ces hybrides sont devenus très démocratiques en entrée de gamme. Si les 2-en-1 ont déjà massivement convaincu depuis l'année dernière, l'arrivée de Windows 10 devrait encore renforcer leur position. En effet, le système détecte désormais le mode utilisé, en tactile ou avec le clavier, et démarre



automatiquement sur la bonne interface. Selon la taille d'écran choisie, on privilégie le mode tablette ou ordinateur. En huit et 10 pouces, il s'agit avant tout d'une tablette mais qui une fois le clavier fixé, devient un micro-ordinateur parfaitement exploitable à l'image du netbook d'antan, les performances en plus. En 11 et 13 pouces avec clavier, le 2-en-1 est un ordinateur standard mais l'usage tablette demeure possible sans restrictions.

A l'exception de

Pour certains usages, il fait encore sens de s'orienter vers un ordinateur portable multimédia de 15 et 17 pouces mais uniquement lorsque la performance est requise. A signaler que même dans ce cas, les

constructeurs font des efforts sur l'encombrement et le poids pour proposer des modèles fins et légers. Les cas de figure sont simples et limités en nombre. Au premier rang des besoins en taille et en performance figure le jeu vidéo. C'est toutefois une catégorie à part qui ne rentre pas vraiment dans l'offre de rentrée des classes et dont la vente devrait d'ailleurs se faire au rayon jeu vidéo. Sinon, il reste le montage vidéo et la retouche photo lourde qui peuvent justifier un ordinateur de ce type. Souvent le client sera demandeur d'un « gros » ordinateur pour regarder des vidéos ou pour la productivité. Il vaudra mieux l'orienter sur la mobilité en arguant que la puissance est désormais plus que suffisante et que la taille d'écran sera avantageusement compensée par un moniteur pour l'usage résidentiel.



Thomson Prestige Ultrafin Hors normes

Nouveau venu dans l'univers des notebooks, Thomson frappe un grand coup avec cet ultraportable sans concession qui fait l'impasse sur le tactile pour proposer ce qui se fait de mieux dans tous les autres domaines. Comme son nom l'indique, il est redoutablement compact avec 15 mm d'épaisseur pour 1 kilo sur la balance. Un tour de force d'autant plus impressionnant que l'écran utilisé mesure 14 pouces de diagonale. Rien à redire sur la finition qui est exemplaire et tout métal. On est juste un peu déçu par le clavier au toucher un peu mou et surtout sans rétroéclairage. La connectique est étonnamment riche au vu du peu d'espace disponible. L'écran adopte une résolution Full-HD et affiche une fidélité chromatique sans équivalent dans cet univers. La luminosité est un peu faible mais le traitement mat, qui limite les reflets, compense largement. Le son qui passe par le clavier est d'une qualité jamais atteinte sur un ordinateur compact. L'autonomie dépasse les sept heures et les performances sont largement suffisantes puisque Thomson a intégré le processeur Intel Core M le plus puissant. Reste un prix justifié mais élevé dans l'absolu.

- Genre : Ordinateur ultra-portable ■ Ecran : 14 pouces Full-HD mat
- Processeur : Intel Core M ■ Stockage : SSD 256 Go
- Dimensions : 340 x 230 x 15,8 mm ■ Poids : 1 kg

1 399 €



Acer Switch 11 Full-HD Equation parfaite

Avec la famille Switch, Acer a réussi l'équation parfaite d'un ordinateur deux-en-un à la fois abordable et au clavier à attache rapide par magnétisme. Acer surfe logiquement sur le succès en déclinant les tailles d'écran mais pas seulement. Avec un écran de 11,6 pouces, l'équilibre est idéal entre une tablette utilisable en tant que telle et un mini-ordinateur parfaitement fonctionnel. La construction est tout plastique mais la finition et la qualité sont irréprochables. Le clavier se fixe et se détache en un instant. Il est confortable et surtout il inclut un disque dur qui en mode ordinateur procure 500 Go supplémentaires au 60 Go du SSD intégré dans la tablette. La dalle est en Full-HD avec une bonne luminosité mais avec une justesse des couleurs un peu approximative. Acer a eu la bonne idée d'utiliser un processeur Intel Core i3 en lieu et place du traditionnel Atom ce qui garantit de bonnes performances, même si l'autonomie se limite à six heures du coup. Pour un prix très serré, le Switch 11 représente sans doute le meilleur compromis actuel, que ce soit au niveau des performances, de l'ergonomie ou de la versatilité.

- Genre : 2-en-1, clavier détachable ■ Ecran : 11,6 pouces Full-HD
- Processeur : Intel Core i3 ■ Stockage : SSD 60 Go + DD 500 Go
- Dimensions : 298 x 205 x 25 mm ■ Poids : 1,46 kilo avec clavier

529 €

YOGA PC

Sa charnière se replie à 360°
pour s'adapter à tous vos usages.

Goodweird.*

Lenovo™



 Windows 10



Rejoignez-Nous
/LenovoFrance

*bizarre et cool

Prerelease product shown, subject to change.



Super Mario Maker

■ Plate-forme

■ Le 11 septembre

Pour célébrer les 30 ans de la sortie de Super Mario Bros, Nintendo propose de passer de l'autre côté de l'écran et de créer soi-même ses propres niveaux du célèbre jeu de plate-forme. Très facile à prendre en main, Super Mario Maker permet de poser au stylet blocs, ennemis et autres objets puis d'instantanément tester sa création. Il est possible de basculer entre les univers de quatre jeux de la série (du premier à New Super Mario Bros U). Une fois validé, un niveau pourra être partagé en ligne avec les autres joueurs, il sera ainsi possible de parcourir un nombre

potentiellement illimité de niveaux créés par la communauté. Chaque exemplaire du jeu est livré avec un artbook comprenant des astuces.

■ **MARKETING** Le jeu va également faire l'objet d'un bundle avec la Wii U et un Amiibo Mario rétro, ainsi qu'au sein d'un coffret réunissant jeu et Amiibo.

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Nintendo

■ **ÉDITEUR** Nintendo

■ **DISTRIBUTEUR** Nintendo

■ **NOMBRE DE JOUEUR** 1

■ **JEU EN LIGNE** Non

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

50€ environ (version standard)



Rare Replay

■ Compilation

■ Disponible

Pour célébrer les 30 ans du studio Rare, Microsoft publie une compilation d'une trentaine de jeux emblématiques de la firme britannique sur Xbox One. De Jetpac à Viva Pinata, en passant par Gunfricht, Killer Instinct Gold, Banjo-Kazooie ou encore Perfect Dark et Jet Force Gemini sans oublier l'irrévérencieux Conker's Bad Fur Day, cette compilation offre une passionnante plongée dans 30 belles années d'histoire du jeu vidéo. FPS, plate-forme, combat, action/aventure, action débridée : il y en a pour tous les goûts dans cette compilation qui est proposée par ailleurs à un prix plancher.

■ **MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Rare

■ **ÉDITEUR** Rare

■ **DISTRIBUTEUR** Microsoft

■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** NC

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

29,99€ environ



Destiny : Le Roi des Corrompus Édition Légendaire

■ Action

■ Le 15 septembre

Un an après son arrivée sur le marché, Destiny du studio Bungie (Halo) accueille une nouvelle extension importante, Le Roi des Corrompus. Il va s'agir ici d'affronter la maléfique Oryx et ses armées de corrompus, qui entendent faire main basse sur notre monde. De nouvelles capacités, une nouvelle campagne inédite, des modes dont le raid à six joueurs, font partie des nouveautés de cette extension à télécharger. L'éditeur publie également une nouvelle version physique de Destiny, qui comprend Le Roi des Corrompus, les deux précédentes extensions et bien sûr le jeu original. Un ticket d'entrée très complet à l'univers persistant de Destiny.

■ **MARKETING** Le jeu va être soutenu via une importante campagne TV et sur Internet.

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Bungie

■ **ÉDITEUR** Activision Blizzard

■ **DISTRIBUTEUR** Activision Blizzard

■ **NOMBRE DE JOUEUR** NC

■ **JEU EN LIGNE** Exclusivement

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

70€ environ



Devil's Third

■ Action

■ Le 28 août

C'est au designer Tomonobu Itagaki (Dead or Alive, Ninja Gaiden) que l'on doit ce jeu d'action à la troisième personne, proposé en exclusivité console sur Wii U. Dans le rôle d'Ivan, un mercenaire échappé de prison, le joueur va frayer son chemin à coups de sabre, d'armes à feu et de combats au corps-à-corps dans ce « beat'em all » qui semble vouloir renouer avec les grandes heures du genre. Outre sa campagne solo, Devil's Third propose également des modes multijoueurs qui pourront accueillir jusqu'à 16 participants. Chaque joueur pourra personnaliser et améliorer sa base pour espérer mieux se défendre aux attaques des autres joueurs en ligne. Une version PC du jeu sera publiée par le studio japonais.

■ **MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Valhalla Game Studios

■ **ÉDITEUR** Nintendo

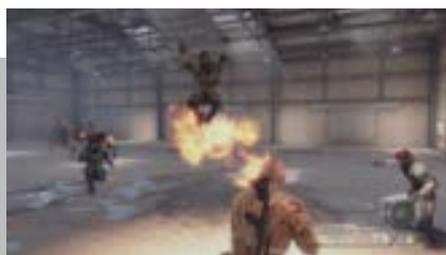
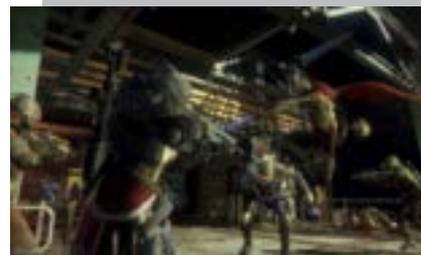
■ **DISTRIBUTEUR** Nintendo

■ **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 16

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

60€ environ



RELEVEZ LE DÉFI.

APEX M800

Le clavier Apex M800 de SteelSeries est le plus rapide et le plus personnalisable des claviers de jeu mécanique au monde. Il propose un temps de réponse ultra rapide et un contrôle personnalisé pour maîtriser vos jeux préférés. Nos tous nouveaux switches QS1, la disposition "low profile" du clavier et les deux processeurs contribuent à assurer des transitions rapides entre les touches, à minimiser la fatigue des doigts et permettent une frappe rapide et agréable.

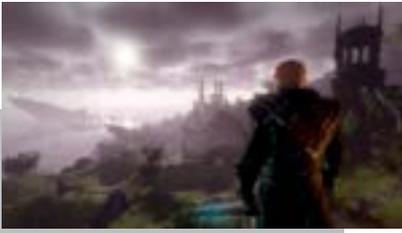
[STEELSERIES.COM/APEXM800](https://steelseries.com/apexm800)

 **steelseries**

SteelSeries est un fabricant leader de périphériques de haute qualité pour le jeu vidéo. Casques, claviers, souris, contrôleurs, mais aussi tapis de souris et logiciels sont autant de produits qui ont fait la réputation de SteelSeries à travers le monde.

Pour plus d'informations, merci de visitez notre site:

[STEELSERIES.COM/FR](https://steelseries.com/fr)



visuel non définitif



Les Chevaliers de Baphomet 5 : La Malédiction du Serpent

■ Aventure

■ Le 4 septembre

Financé en partie via Kickstarter puis publié dans un premier temps sur PC, le cinquième volet de la saga Les Chevaliers de Baphomet est aujourd'hui commercialisé sous forme physique sur les deux consoles de salon. Dans cet épisode qui renoue avec les origines de cette série bien connue des amateurs de point'n click, on retrouve le duo d'aventuriers George et Nico dans une aventure qui débute par le braquage d'une galerie d'art à Paris. Accompagnée d'une bande dessinée abordant les événements précédant le jeu, cette version console comprend

quelques aménagements comme de nouvelles animations et effets sonores, une section galerie de personnages et l'apparition de trophées sur PS4.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Revolution Software
- **ÉDITEUR** Revolution Software
- **DISTRIBUTEUR** Koch Media France
- **NOMBRE DE JOUEUR** 1
- **JEU EN LIGNE** Non
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ** 29,99€ environ



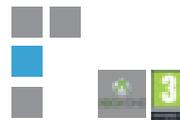
Risen 3 : Titan Lords - Enhanced Edition

■ Jeu de rôle

■ Disponible

Sorti en août 2014 sur PlayStation 3, PC et Xbox 360, Risen 3 : Titan Lords débarque sur PS4 en édition boîte ou digitale. Outre des graphismes rehaussés (textures haute résolution, effets spéciaux, nouvelles animations lors des combats...) comparables à la mouture sur PC, l'Enhanced Edition comprend aussi tous les contenus téléchargeables sortis précédemment : l'armure de la « Tenue d'aventurier », l'Île Brumeuse et La Révolte des petits hommes. Le système de combat a lui aussi été retravaillé.

- **PLAN MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Piranha Bytes
- **ÉDITEUR** Deep Silver
- **DISTRIBUTEUR** Koch Media
- **NOMBRE DE JOUEUR** NC
- **JEU EN LIGNE** NC
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS** 40€ environ



Forza Motorsport 6

■ Simulation automobile

■ Le 18 septembre

Forza Motorsport, la référence incontournable de la simulation auto sur consoles Xbox revient pour un second opus sur Xbox One après un Forza 5 qui avait été parmi le line-up de lancement de la console. Pas moins de 450 bolides sous licence, fidèlement modélisés et personnalisables, sont au programme ici, ainsi que 26 des plus célèbres circuits comme Daytona ou Le Mans. Via le cloud et la technologie Drivatar, le jeu permet d'affronter une intelligence artificielle se comportant comme d'authentiques joueurs.

- **MARKETING** Non communiqué
- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Turn 10 Studios
- **ÉDITEUR** Microsoft
- **DISTRIBUTEUR** Microsoft
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ** 70€ environ



Rugby World Cup 2015

■ Simulation sportive

■ Le 4 septembre

Déjà auteurs de Rugby World Cup 2011, les Canadiens de HB Studios récidivent avec le jeu officiel de la Coupe du Monde de rugby (la licence est en exclusivité) du mois de septembre. Mêlées, essais, transformations, drops... tous les mouvements propres au ballon ovale sont ici jouables. Le joueur aura le choix entre les 20 équipes engagées dans la compétition, dont certaines sous licence officielle.

- **PLAN MARKETING** Des actions sur les points de vente et en cross-marketing avec d'autres licenciés de la Coupe du Monde sont prévues.
- **MISE EN PLACE** France : 100 000 ex., Monde : 350 000 ex.
- **DÉVELOPPEUR** HB Studios
- **ÉDITEUR** Bigben Interactive
- **DISTRIBUTEUR** Bigben Interactive
- **NOMBRE DE JOUEUR** 1 à 4
- **JEU EN LIGNE** NC
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS** NC



PES 2016

■ Simulation sportive

■ Le 17 septembre

Cette édition, qui célèbre les 20 ans de la série footballistique de Konami, se veut riche en améliorations. Toujours servi par le moteur Fox Engine, les graphismes ont été bonifiés, les mouvements et la physique de la balle revus. Côté gameplay, le système de collision, le jeu aérien ou encore l'IA ont été retouchés. Problème de PES 2015, les gardiens de but ont été retravaillés. Enfin, le fameux mode Ligue des Masters est « entièrement repensé ».

■ **MARKETING** En plus des classiques PLV et présentoirs en magasin, plusieurs partenariats ont été signés avec différents acteurs de la distribution (Fnac, Amazon...) pour des contenus exclusifs. Côté média, Skyrock est cette année le partenaire privilégié du jeu avec notamment de la pub in game, des spots radio, émission spéciale ou encore présence sur leurs réseaux sociaux. En presse papier, RapMag et So Foot sont à nouveau concernés par le plan média. Sur Internet, PES 2016 sera présent sur environ 200 sites. Des Youtubers ont aussi été sollicités.

■ **MISE EN PLACE** 300 000 exemplaires en day one

■ **DÉVELOPPEUR** Konami

■ **EDITEUR** Konami

■ **DISTRIBUTEUR** Konami

■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

NC



NHL 16

■ Simulation sportive

■ Le 17 septembre

Annoncée comme « l'opus le plus ambitieux de la série », la nouvelle édition de la simulation de hockey sur glace d'Electronic Arts se présente avec son lot de nouveautés : retour de l'EA SPORTS Hockey League, physique du palet repensée, atmosphère visuelle et sonore propre à chaque arène ou encore un mode entraînement revisité. Deux joueurs des Blackhawks de Chicago devaient initialement orner la jaquette du jeu, mais l'un d'eux, Patrick Kane, s'est vu retirer ce privilège suite à une enquête à son sujet. Jonathan Toews est donc seul

sur la couverture de la jaquette, soulevant l'imposante Coupe Stanley (le titre de champion du championnat nord-américain).

■ **PLAN MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** EA Canada

■ **EDITEUR** Electronic Arts

■ **DISTRIBUTEUR** Electronic Arts

■ **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 12

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

70€ environ



Lost Dimension

■ Jeu de rôle

■ Disponible

Déjà disponible au Japon, Lost Dimension arrive en France par le biais de Koch Media. Le joueur doit ici faire face à une menace planétaire baptisée The End à laquelle plusieurs pays font face en créant un groupe de forces spéciales, le Sealed. Ce groupe composé de « 11 psychiques aux capacités surhumaines » se verra réduit au cours du jeu, le joueur devant faire des choix cruciaux et traquer ses ennemis, ceux-ci n'étant jamais les mêmes d'une partie à une autre.

■ **PLAN MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Lancarse

■ **EDITEUR** NIS America, Inc.

■ **DISTRIBUTEUR** Koch Media

■ **NOMBRE DE JOUEUR** NC

■ **JEU EN LIGNE** NC

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

NC



Act of Aggression

■ Stratégie

■ Le 2 septembre

Les Parisiens d'Eugen Systems (Ruse, Wargame : European Escalation, Wargame : Red Dragon...) reviennent avec un grand classique du genre, un STR (jeux de stratégie en temps réel). Se déroulant dans un futur proche, Act of Aggression met en proie trois camps (l'armée US, le Cartel et la Chimère) à l'arsenal varié au travers d'une campagne scénarisée ou en multijoueurs. Construction de base, gestion des ressources, stratégie d'attaque/défense ou encore production d'unités, les habitués du genre retrouveront vite leurs marques.

■ **PLAN MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Eugen Systems

■ **EDITEUR** Focus Home Interactive

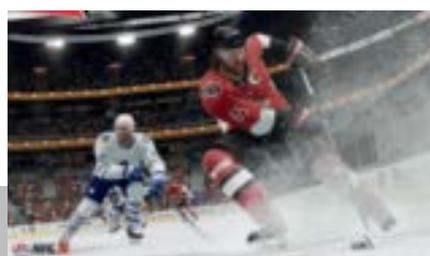
■ **DISTRIBUTEUR** Focus Home Interactive

■ **NOMBRE DE JOUEUR** NC

■ **JEU EN LIGNE** NC

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

45€ environ



jaquette américaine





B&O Play Beolit 15

■ Enceinte Bluetooth

Le marché de l'enceinte Bluetooth est en très forte croissance avec un haut de gamme qui se porte bien. Dès qu'il s'agit de sonoriser un espace conséquent et de délivrer du bon son, les constructeurs ne se pressent pas au portillon car pour réaliser un tel produit, il faut une expertise certaine. B&O en dispose évidemment mais sait aussi valoriser le design, la marque et le style de vie associé. La Beolit 15 est imposante mais facilement transportable grâce à sa sangle en cuir. Elle fonctionne 20 heures d'affilée sur batterie et le cordon secteur est rangé dans une trappe au cas où. C'est l'idéal pour la mobilité dans la maison et en week-end, pourvu que l'on ait une voiture. La performance est celle d'une mini-chaîne et l'enceinte sonorise sans problème une pièce de 30 m². Pour le rendu, la priorité est donnée à un son chaud et rond avec des basses bien présentes, même si la fidélité en souffre un peu. Pour une enceinte de ce type, c'est le bon choix car l'écoute est à la fois récréative, agréable et chaleureuse, tout en étant de qualité. Si la stéréo est inexistante, la restitution à 360 degrés permet de placer l'enceinte n'importe où. Comme d'habitude, les matières, la finition et l'aspect sont irréprochables, c'est un objet qui fait envie. Si cette enceinte transportable est onéreuse, elle se compare aussi avec une chaîne de même prix, la liberté en plus.

■ CARACTÉRISTIQUES

Compatible Bluetooth aptX, 70 Watts RMS, un haut-parleur large bande 14 cm, 3 tweeters 4 cm, 2 radiateurs passifs 10 cm, alimentation intégrée, entrée jack 3,5 mm, 230 x 189 x 135 mm, 2,7 kilos

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Exertis Comtrade : www.exertiscomtrade.fr
- PRIX 499€

BenQ W1350

■ Vidéoprojecteur

Avec le W1350, BenQ remplace son modèle W1300 sorti en octobre 2013. De taille relativement compacte, sa finition est des plus classiques et ne dénotera pas dans un salon. Il est fourni avec une télécommande rétro-éclairée et une paire de lunettes 3D active. Si le design reste le même, c'est dans les caractéristiques techniques que se trouvent les différences comparé au précédent modèle. Ainsi, BenQ a revu la luminosité qui passe de 2000 à 2500 lumens et une connectique plus complète avec une prise USB et une HDMI compatible MHL, pour par exemple diffuser les vidéos d'un smartphone. A l'essai, Ce vidéoprojecteur s'avère très à son aise avec des Blu-ray ou d'autres signaux standards. Sa puce DLP Dark Chip 3 fait un excellent travail, épaulée par un traitement vidéo à la hauteur au niveau de la colorimétrie et du contraste. Du coup, les scènes sombres ressortent bien, même s'il faut privilégier le mode Cinéma car sinon l'excès de luminosité provoque des noirs moins profonds. Les tons chair sont bien restitués tout comme les aplats de couleur, le vert reste naturel et sans outrance. Les mouvements sont dans l'ensemble fluides, on note quelques saccades en 24p mais rien de rédhibitoire. Au final, le W1350 bénéficie d'un bon rapport qualité/prix, sa technologie DLP assure une image bien contrastée et des couleurs fidèles. Avec sa luminosité, ce projecteur pourra se placer aisément dans le salon et être utilisé pour tous les types de sources sans totalement obscurcir la pièce.

■ CARACTÉRISTIQUES

Type DLP résolution Full-HD, luminosité 2500 lumens, contraste 10 000 :1, connectique 2 HDMI, composante, VGA, 1 RCA, USB et mini USB

- CATÉGORIE Milieu de gamme
- CONTACT BenQ : 01 70 37 17 17
- PRIX 1 099€

MTX Street Audio iX4

■ Ecouteurs intra-auriculaires

MTX Audio est surtout connu pour ses accessoires destinés à l'automobile. Mais la marque américaine s'est diversifiée sur le marché grand public avec une gamme de casques audio et d'écouteurs intra-auriculaires. Les MTX Street Audio iX4 se situent dans cette dernière catégorie. Arborant un design sobre tout en aluminium, les écouteurs sont reliés entre eux par un câble plat qui limite les nœuds et intègre une télécommande. Ils sont également fournis avec des embouts en silicone de trois tailles différentes pour s'adapter à toutes les morphologies. A l'écoute, le son restitué fait la part belle aux médiums et aigus. Les graves ne sont pas absents pour autant mais semblent étouffés et manquent de punch, notamment sur le genre pop/rock. En revanche, avec des morceaux technos et électros, les basses sont plus présentes sans tomber dans l'excès. Après diverses écoutes, on retient que les MTX Street Audio iX4 sont plus adaptés au genre techno et électro et que la restitution reste correcte sans plus pour les autres genres.

■ CARACTÉRISTIQUES

Haut-parleurs 10 mm, sensibilité 116 dB, connecteur jack 3,5 mm coudé à 90°, câble plat, 18 grammes

- CATÉGORIE Entrée de gamme
- CONTACT MTX Audio : 01 42 28 72 52
- PRIX 34,99€

Samsung Galaxy S6 Edge +

■ Smartphone

Avec le Galaxy S6 Edge +, Samsung reprend le design qui a fait le succès du très bon S6 Edge en l'élargissant à 5,7 pouces. On retrouve donc une construction mêlant aluminium et verre ainsi qu'une finition parfaite. Si c'est très réussi d'un point de vue design, l'ergonomie n'est pas optimale puisque les bords incurvés sont parfois un peu compliqués à tenir confortablement en main, surtout avec ces dimensions généreuses. L'écran est de loin le plus impressionnant que nous ayons testé sur un téléphone. Outre une colorimétrie quasi parfaite, Samsung a su augmenter fortement la lisibilité. Un coup de force qui, cerise sur le gâteau, n'entame pas la consommation. L'appareil photo est le même que sur le S6, à savoir excellent et meilleur que l'iPhone 6+ dans de nombreux cas de figure. Côté performance, rien à redire non plus, l'Exynos 7420 de Samsung est la puce la plus puissante du moment. L'autonomie ne fait pas de miracles avec un peu plus d'une journée mais la charge est très rapide. Les seuls défauts de ce téléphone sont la disparition du slot micro-SD et surtout son prix, à 800 euros tout de même pour la version 32 Go.

■ CARACTÉRISTIQUES

Écran 5,7 pouces Super AMOLED 2560 x 1440 pixels, processeur Samsung Exynos 7420 octa-core, mémoire 32 Go, capteur photo 16 Mpx, A-GPS, Android 5.1.1, connectivité WiFi AC, Bluetooth 4.0, micro-USB, NFC, 154 x 75,8 x 6,9 mm, 153 grammes

- CATÉGORIE Haut de gamme
- CONTACT Samsung : 09 61 34 47 80
- PRIX 799€



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

Atmo event
Créateur de liens

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

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

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



Développeur de vos ventes



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

www.atmospheres.tm.fr



Gigabyte 9WP55WV43

Notebook gamer

Avec sa gamme P55W, Gigabyte propose des ordinateurs portables destinés aux joueurs dont le 9WP55WV43 est l'un des modèles phares. Il arbore un design quelque peu tortueux. Toutefois, cet aspect n'est pas trop prononcé et cela donne à ce portable une allure assez passe-partout. Les joueurs apprécieront le choix d'une dalle mate de 15,6 pouces et la présence d'un pavé numérique qui accompagne le clavier rétro-éclairé par ailleurs agréable au toucher. Destiné au jeu, ce notebook intègre un processeur quadruple cœur Intel Core i7-5700HQ de cinquième génération cadencé à 2,7 GHz. Il est accompagné de 8 Go de mémoire DDR3 et d'une puce graphique GeForce GTX 970M de Nvidia associé à 3 Go mémoire vidéo. C'est un modèle haut de gamme dont les performances se situent entre la GTX 960 et la GTX 970 de bureau. Le stockage est assuré par un SSD de 128 Go et d'un disque dur de 1 To. A l'essai, ce notebook est capable d'exécuter sans fléchir les derniers titres comme The Witcher 3 à la résolution native de l'écran Full-HD avec les détails réglés au maximum. Il n'y a que lors de scènes avec de nombreux personnages et ennemis que nous avons ressenti une légère baisse de fluidité mais cela reste anecdotique. Seul regret, le système de refroidissement devient bruyant lors de sessions de jeu intensives et l'autonomie se limite à une heure trois quart. Au final, ce Gigabyte est un excellent ordinateur pour les joueurs qui se déplacent de temps à autre.

CARACTÉRISTIQUES

Écran 15,6 pouces, processeur Intel Core i7-5700HQ à 2,7 GHz, mémoire 8 Go, Puce GeForce GTX 970M, SSD 128 Go, disque dur 1 To à 7200 tr/min, lecteur de carte SD, lecteur/graveur CD/DVD, 4 USB 3.0, 1 HDMI, 1 prise RJ-45, WiFi, 2,5 kg

CATÉGORIE Haut de gamme

CONTACT Gigabyte : www.gigabyte.fr

PRIX 1 549€

Huawei Honor 4X

Smartphone

Après un Honor 6 Plus très réussi, Huawei descend en gamme avec un Honor 4 X gardant la même taille d'écran de 5,5 pouces mais affichant une finition moins soignée et des caractéristiques moins musclées. L'appareil adopte un design très classique, habillé d'une coque d'un seul tenant en plastique. Malgré la taille significative du téléphone, la prise en main est confortable grâce à des boutons vraiment bien placés, notamment en façade. L'écran IPS est de bonne facture, avec un bon contraste et une forte luminosité. Les couleurs manquent de justesse mais sa principale faiblesse réside dans la résolution seulement HD. Le capteur photo 13 Mpxels prend des clichés très propres tant qu'il y a suffisamment de lumière, sinon cela se dégrade beaucoup. Point original, Huawei a utilisé un processeur octuple cœurs maison, le Kirin 620. Ce dernier est relativement performant mais il est handicapé par une version d'Android datée (4.4.2). L'autonomie atteint la journée mais il ne faudra pas espérer plus. Le Honor 4X est donc un grand smartphone certes imparfait mais qui offre un excellent rapport qualité/prix.

CARACTÉRISTIQUES

Écran 5,5 pouces IPS 1280 x 720 pixels, processeur HiSilicon Kirin 620 octo-core, Mémoire 8 Go, capteur photo 13 Mpxels, A-GPS, Android 4.4.2 connectivité WiFi N, Bluetooth 4.0, micro-USB, micro-SD, 152,9 x 77,2 x 8,7 mm, 165 grammes

CATÉGORIE Entrée de gamme

CONTACT Huawei : 01 46 20 60 60

PRIX 199€

Asus VivoWatch

Montre connectée

Après une montre Android Wear, Asus expérimente des solutions alternatives avec cette VivoWatch. L'approche est à contre-courant de la tendance actuelle avec un écran noir et blanc ainsi qu'un système d'exploitation maison. Chose encore assez rare sur une montre connectée, le design est franchement réussi, avec un cadran relativement compact et des lignes agréables. Point positif, elle est certifiée IPS 67, ce qui devrait permettre de la garder au poignet dans la plupart des situations. Un seul bouton et l'écran tactile permettent de naviguer dans les différents menus. L'écran Memory LCD est très lisible en plein soleil et consomme très peu. On devra toutefois se contenter d'un affichage de textes du fait de la basse résolution. On est un peu déçus par l'autonomie, qui peine à dépasser les trois jours en utilisant souvent le capteur cardiaque intégré. Les fonctions s'avèrent assez simples. En plus du podomètre et du cardio-fréquence-mètre, il faudra se contenter des notifications basiques sans possibilité d'y répondre. Le logiciel de suivi d'activité sur le smartphone est aussi minimaliste. Au final, la VivoWatch est une belle montre connectée dotée d'un cardio-fréquence-mètre et d'emploi assez universel mais comme ses consœurs, elle pêche par une réelle justification d'usage.

CARACTÉRISTIQUES

Écran Memory LCD 1,28 pouces (128 x 128 pixels), cardio-fréquence-mètre, accéléromètre, Bluetooth 4.0, 50 grammes, Compatible iOS et Android

CATÉGORIE Milieu de gamme

CONTACT Asus : 08 21 23 23 13

PRIX 150€

Toshiba Kira 107

Notebook

Cette nouvelle version de l'ultrabook phare de Toshiba n'évolue pas beaucoup à première vue. Le châssis reste en effet le même, ce qui n'est pas vraiment un problème au vu du design agréable et de la très bonne finition en magnésium. Il en résulte aussi une grande finesse et un poids très contenu malgré une solidité à toute épreuve. Clavier comme pavé tactile sont très agréables à utiliser et la connectique et correctement fournie. En revanche, l'écran de 13,3 pouces est un peu décevant. Ce dernier propose toujours une résolution élevée mais il est moins lumineux que son prédécesseur, au point que cela limite la lisibilité. En revanche, les couleurs sont d'une grande justesse. Le nouveau Kira est équipé d'un processeur Intel Core i5-5500U accompagné par 8 Go de mémoire vive et un SSD de 256 Go. Sans surprises, les performances sont excellentes tandis que l'autonomie est exceptionnelle puisque nous avons dépassé les huit heures d'utilisation sur une charge. Reste qu'il aurait mieux valu troquer quelques minutes d'autonomie contre un écran plus lumineux. Le Kira 107 est donc une belle machine grandement performante et très peu encombrante qu'il faudra mieux réserver à un usage en intérieur.

CARACTÉRISTIQUES

Écran 13,3 pouces, 2560 x 1440 pixels, Intel Core i5-5500U, mémoire 256 Go, 8 Go Ram, 316 x 207 x 19,8 mm, 1,3 kilo

CATÉGORIE Haut de gamme

CONTACT Toshiba : 01 47 28 28 28

PRIX 1 299€

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



APPU JABRA SPORT LIFE

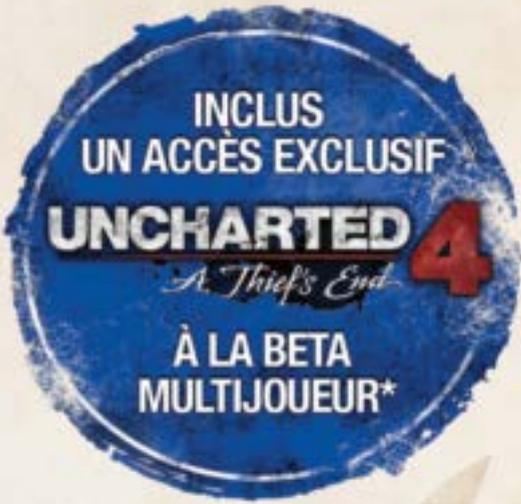
BEAT YOUR BEST



Entièrement compatible avec les principales applications sportives

JABRA.FR/SPORTCOACH

Uncharted™ The Nathan Drake Collection ©2015 Sony Computer Entertainment America LLC. Published by Sony Computer Entertainment Europe. Developed by Naughty Dog, Inc. "Uncharted" is a trademark or a registered trademark of Sony Computer Entertainment Europe. All rights Reserved. *Bêta disponible pendant une durée limitée.



DRAKE'S FORTUNE • AMONG THIEVES • L'ILLUSION DE DRAKE

UNCHARTED

THE NATHAN DRAKE
COLLECTION

DISPONIBLE LE
7 OCTOBRE 2015

