

Spécial IFA 2015

# JD Li

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs N°297 / 21 septembre 2015  
www.jdli.com

16  
www.pegi.info

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

# UNCHARTED

THE NATHAN DRAKE  
COLLECTION

INCARNEZ UN HOMME, RÉVÉLEZ SA LÉGENDE



NAUGHTY DOG



PS4

16  
www.pegi.info

# LA SAGA CULTTE

## PRÈS DE 2 MILLIONS

CONTIENT  
UN ACCÈS À LA  
BETA DU MODE  
MULTIJOUEUR\*

**UNCHARTED 4**  
*A Thief's End*

\*A compter de décembre 2015.  
Offre à durée limitée réservée aux abonnés PlayStation Plus.

**LA TRILOGIE  
COMPLETE**

**UNCHARTED**  
*DRAKE'S FORTUNE*

**UNCHARTED 2**  
*AMONG THIEVES*

**UNCHARTED 3**  
*L'ILLUSION DE DRAKE*

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

# UNCHARTED

THE NATHAN DRAKE  
COLLECTION

UNE LICENCE ENCENSÉE PAR LA PRESSE !



jeuxvideo.com

**UNCHARTED**  
*DRAKE'S FORTUNE*

88%

16/20

**UNCHARTED 2**  
*AMONG THIEVES*

96%

19/20

**UNCHARTED 3**  
*L'ILLUSION DE DRAKE*

92%

18/20

### 7 OCTOBRE 2015



# PS4

"PS" and "PlayStation" are registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. Also, "P" and "T" are trademarks of the same company. Uncharted: The Nathan Drake Collection ©2007-2015 Sony Computer Entertainment America LLC. Published by Sony Computer Entertainment Europe. Created and developed by Naughty Dog, Inc. "Uncharted" is a trademark of Sony Computer Entertainment Europe. All rights reserved. \*La Beta multijoueur d'Uncharted 4 sera disponible pendant un temps limité. Date de mise en ligne estimée : décembre 2015. Cette date est susceptible d'être modifiée. Un abonnement à PlayStation Plus, un compte Sony Entertainment Network et une connexion internet sont nécessaires. Pour plus d'informations rendez-vous sur : unchartedgame.com

# ARRIVE SUR PS4™

DE JEUX VENDUS !\*



[jeuxvideo.com](http://jeuxvideo.com)



## UNCHARTED 4

*A Thief's End*



18 MARS 2016



\* Source GFK Hardware et Software contondus. Semaine 23, 2015

# Nintendo Nouveau président



■ Deux mois après la disparition de son dirigeant Saturo Iwata, le groupe japonais vient d'annoncer la nomination d'un nouveau Président, en la personne de Tatsumi Kimishima. Après une longue carrière dans la banque, Mr Kimishima a rejoint Nintendo au début des années 2000 pour notamment diriger Nintendo America. Parmi les postes clés qu'il a successivement occupés au sein du groupe, il a notamment été Directeur des ressources humaines depuis juin 2014. Il prend aujourd'hui la tête du groupe japonais qui travaille sur plusieurs grands chantiers à l'heure actuelle dont son arrivée sur le secteur des jeux pour mobiles ainsi qu'une nouvelle machine, connue sous le nom de code NX, dont on devrait en apprendre plus l'année prochaine.

# Zing



## L'enseigne pop



■ Micromania, la chaîne de magasins spécialisés jeux vidéo leader, annonce le lancement d'une nouvelle ligne de boutiques, dédiées aux produits dérivés et à la « pop culture ». Le premier magasin Zing ouvrait le 19 septembre au centre commercial Belle Epine, en région parisienne. D'autres magasins devraient ouvrir prochainement en France, en Europe et aux Etats-Unis notamment, sous l'impulsion du groupe américain Gamestop, propriétaire de Micromania.

> suite page 10

# Spécial IFA 2015

Comme tous les ans, le JDLI propose à ses lecteurs un compte-rendu de l'IFA, le mega-salon berlinois dédié à l'EGP et l'IT. Si nous ne sommes pas revenus de cette édition 2015 avec des étoiles dans les yeux, faute de grandes nouveautés, nous avons tout de même trouvé de quoi nourrir les rayons de la fin de l'année de produits séduisants et générateurs de valeur. Rendez-vous des pages 26 à 54 pour une photographie que nous avons essayé de rendre la plus complète possible des produits qui vont faire le marché de ces prochains mois, en TV, audio, objets connectés et mobilité et IT.



## Les casques de VR, l'indéniable potentiel



■ La réalité virtuelle pourrait bien être le grand événement attendu si l'on en croit la dernière étude de Juniper Research, qui prédit la vente de 30 millions de casques dans le monde d'ici les quatre prochaines années.

Sony et son PlayStation VR (nom de code Morpheus), Facebook et son Oculus, HTC/Steam pourraient bien être les acteurs d'une révolution en marche si l'on suit les prédictions de Juniper Research. Avec une prévision de 30 millions de casques vendus d'ici 2020, l'étude voit en la réalité virtuelle l'un des grands axes de développement du jeu vidéo pour les prochaines années. Pour le jeu vidéo mais aussi pour d'autres industries comme la santé.

Loin d'un simple effet de mode, Juniper Research considère que le concept de réalité virtuelle va durablement s'installer sur le marché grâce à une technologie aujourd'hui aboutie et des acteurs de poids venant la soutenir. L'année 2016 devrait ainsi marquer, selon l'étude, le coup d'envoi de ce phénomène avec environ trois millions de casques livrés aux magasins à travers le monde. Le facteur prix devrait également contribuer à la démocratisation de la technologie dans les prochaines années. Si le prix de départ est estimé à 300 dollars environ dans la phase de lancement, Juniper Research prédit une baisse importante au cours des cinq premières années de vente.

## L'Apple TV se prend au jeu

■ A l'occasion de sa conférence keynote du 9 septembre, Apple a annoncé plusieurs nouveautés : Nouvel iPad Pro, iPhone 6s et 6s Plus, mises à jour des systèmes d'exploitation des iPhone, iPad, Mac et iWatch... mais aussi nouveau modèle d'Apple TV ont tenu la vedette au cours de la conférence du constructeur californien. C'est le nouveau modèle d'Apple TV qui semble particulièrement cristalliser l'attention, tant Tim Cook, patron d'Apple n'a pas caché ses ambitions autour de ce petit boîtier.



> suite page 8

# idol3

RENVERSANT !



DAS: 1.277 W/kg

SON

JBL®

ÉCRAN

Technicolor

APPAREIL PHOTO

Ultra performant

ALCATEL  
onetouch®

## MARCHÉ

8

News

12

**Interview : Avanquest**  
Pierre Cesarini, PDG et Olivier Malandra, Retail France

## SOFTWARE

16

News

20

**Focus : Saint Selya :**  
**Soldiers' Soul**  
Les Chevaliers du Zodiaque arrivent sur PS4

22

**Interview : Electronic Arts**  
Antoine Cohet, Marketing Manager chez EA Sports France

24

**Interview: Warner Bros**  
Yannick Bazin, Chef de produits

## SALON IFA 2015

26

Intro

28

La TV

34

L'audio

40

Les objets connectés

48

La mobilité et l'IT

## GUIDE

56

Software



## Avanquest, le virage réussi

Avec un chiffre d'affaires autour de 100 millions d'euros et une forte implantation à l'étranger, Avanquest fonde aujourd'hui son évolution sur trois piliers : la vente de logiciels grand public, l'impression digitale (pour le web et surtout mobile) et l'univers des objets connectés. Rencontre avec Pierre Cesarini, PDG et Olivier Malandra, Directeur retail.

12

## FIFA 16, place au champion

Difficile de succéder à Fifa 15, qui est l'opus le plus vendu de la licence Fifa depuis ses débuts il y a 22 ans... Fifa 16, qui sort le 24 septembre, aura donc cette lourde tâche. Antoine Cohet, Marketing manager chez EA Sports France, nous parle du lancement du jeu mais aussi de la licence, de ses ventes, de la concurrence, des nouveautés et du phénomène Fifa.

22



## IFA 2015, consolidation

Compte-rendu exhaustif du salon berlinois de l'électronique, sous la forme d'un dossier complet divisé en plusieurs rubriques pour couvrir toutes les nouveautés du salon : la télévision, l'audio, les objets connectés ainsi que la mobilité et l'IT.

26



# JDLI

le Journal Des Loisirs Interactifs

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

**Directeur de la publication**  
Marc Laufer  
**Directeur général**  
Pierre Sacksteder

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

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

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

**Secrétaire de rédaction**  
Guy Pichard  
guy@jdli.com

**Journalistes**  
Jean-Luc Marianna, Caroline Mauduit et François Arias

**Photographe**  
Guy Pichard

**Maquette**  
**Rédacteurs graphistes**  
Benoît Maurice  
Christophe Monfort

**Publicité**  
Newsco Régie  
**Directeur général**  
Pierre Sacksteder

**Directeur général adjoint**  
Valérie Fénéon

**Directeur de publicité**  
Miguel Mato : 01 41 58 58 23  
mmato@newscoregie.fr  
**Directeur de clientèle**  
Florian Picard : 01 41 58 59 22  
fpicard@newscoregie.fr

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

**Site Web** : www.jdli.com

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

**acer**



**Acer** tablettes 10" Android

Pour tout achat d'une tablette 10 pouces sous Android

**Profitez de 30€ remboursés par Acer\***



\* Voir conditions de l'offre sur [www.acer.fr](http://www.acer.fr)



## Du rêve à la réalité



■ **Fini Morpheus, voilà PlayStation VR.** S'il faudra encore patienter pour avoir une date de sortie exacte et un prix de vente pour le très attendu casque de réalité virtuelle destiné à la PlayStation 4, le constructeur commence visiblement à concrétiser le lancement de l'appareil... en officialisant tout d'abord son nom définitif. Oublié le sobriquet Morpheus usité depuis déjà des mois, c'est un PlayStation VR (ou PS VR comme le précise le constructeur) qu'on trouvera dans les rayons. En attendant de pouvoir le prendre en main à la Paris Games Week (28/10 au 01/11), il était visible au Tokyo Game Show. Sa commercialisation est pour le moment annoncée pour 2016. Les précisions à ce sujet ne devraient plus tarder à arriver. Dans le contexte du salon professionnel japonais, Sony Computer a par ailleurs annoncé une baisse de prix de la PlayStation 4 sur le marché japonais, la console passant à partir du 1er octobre à 35 000 yens (260 euros hors taxe environ) contre 40 000 yens actuellement (300 euros environ hors taxes).



## L'Apple TV se prend au jeu



> suite de la Une

■ **« Les applications sont le futur de la télévision », souligne Apple qui entend visiblement tout simplement redéfinir le rapport que les utilisateurs entretiennent avec le poste de télévision familial.** Pour ce faire, le constructeur a effectivement revu Apple TV avec ce nouveau modèle, avec visiblement l'ambition de rendre l'appareil le plus accessible et ergonomique possible. Les propositions de VOD et autres services en ligne devraient répondre à l'appel. Télécommande aux faux-airs de Wiimote repérant ses déplacements dans l'espace, équipée d'un pavé tactile et d'un micro pour autoriser la commande vocale confirmant la volonté du fabricant de faire un appel du pied au développement d'applications pour la machine. Et étant donné les caractéristiques de cette télécommande, le jeu vidéo pourrait

bien tenir une place de choix, marquant potentiellement la grande arrivée d'Apple sur le marché du jeu vidéo dans le salon. Dans la foulée de la présentation du nouveau modèle d'Apple TV, on a en effet appris que Disney (Disney Infinity 3.0 avec un portail spécifique à la machine), Ubisoft (Rayman Adventures), Activision Blizzard (Guitar Hero Live) ou encore un jeu de rythme, Beat Sports, développé par Harmonix (Rock Band, Dance Central). Une manette de jeu compatible a d'ores et déjà été annoncée par le fabricant SteelSeries. Loïn de vouloir concurrencer les consoles de salon de génération 8 sur le plan du jeu vidéo, Apple entend visiblement se focaliser sur les joueurs occasionnels, en suivant le modèle de Nintendo et de sa célèbre Wii lancée en 2005. Cette nouvelle version d'Apple TV sera vendue à partir de fin octobre en deux versions, 32 Go (149 dollars) et 64 Go (199 dollars) aux Etats-Unis. Les détails du lancement en Europe ne sont pas encore connus.



## Free étend sa couverture 4G

■ **C'est encore la branche « mobile » de Free qui est à la une, après l'évolution de forfait à 19,99 euros, avec la mise à jour de sa carte de couverture de son réseau.**

Récemment, Free Mobile recevait une bonne nouvelle de la part de l'ARCEP, régulateur des télécommunications en France, avec la restitution de 10 MHz dans le spectre de la bande passante de 1800 MHz, ce qui porte à 15 MHz la part de Free dans le découpage. Orange, SFR et Bouygues Télécom ayant chacun une part de 20 MHz. Ainsi, à partir de 25 mai 2016, Free pourra mieux déployer son réseau 4G. Cependant, Free n'est pas resté les bras croisés en augmentant sa couverture réseau avec une estimation à 60% de la population (pas du territoire) contre 30% de couverture à fin 2014. Soit un doublement du nombre de personnes couvertes.

# FOSCAM®

## Protégez ce qui **compte** pour vous

Foscam C1  
Camera IP

ONVIF

DISPONIBLE SUR  
App Store

DISPONIBLE SUR  
Google Play



**HD**

Camera IP Wifi  
720P HD

**PIR**

Détection de  
mouvement PIR



Installation facile  
Plug & Play

Produits Foscam pour  
un usage domestique:



Fosbaby P1



FI9821P



FI9803P



FI9826P



R2



C2

Pour plus d'informations, veuillez visiter [www.foscam.com](http://www.foscam.com) ou [www.foscam-france.fr](http://www.foscam-france.fr)



Foscam

Website: [www.foscam.com](http://www.foscam.com)  
Email: [allan@foscam.com](mailto:allan@foscam.com)  
Tel: +86-755-26745668-8671



Foscam France

Website: [www.foscam-france.fr](http://www.foscam-france.fr)  
Email: [contact@foscam-france.fr](mailto:contact@foscam-france.fr)  
Tel: 0 972 307 374

# Zing, l'enseigne pop

## Un réseau d'écoles



Le Syndicat National du Jeu Vidéo (SNJV) annonce la création du Réseau des écoles du Jeu Vidéo, une initiative

visant à faciliter l'orientation des étudiants entre les différentes formations mais aussi renforcer les liens avec les professionnels du secteur. Dans un secteur du jeu vidéo où les formations spécialisées tiennent une place primordiale et où les connexions et interactions avec l'industrie sont importantes pour justement optimiser les cursus cette initiative est bienvenue. « La France compte actuellement plus de 50 formations aux métiers du jeu vidéo, il est devenu complexe à la fois de s'y retrouver et d'orienter les étudiants mais aussi d'assurer un lien entre les professionnels du secteur et les écoles sur les sujets d'importance pour le développement de l'industrie en France », constate le SNJV. Les professionnels réunis au sein de SNJV et les corps d'enseignement s'engagent donc aujourd'hui dans cette initiative commune, qui inclut une charte d'engagements réciproques. « Les écoles s'investissent durablement à développer une offre pédagogique de qualité, adaptée aux exigences du secteur d'activité et à ses évolutions de marché ou évolutions techniques, technologiques et aux compétences requises par les entreprises. Elles œuvrent à la meilleure insertion professionnelle de leurs diplômés en approfondissant les liens avec les professionnels du jeu vidéo à travers le SNJV », explique Lévan Sardjévaladzé, Vice-Président du SNJV en charge de l'emploi et de la formation.



Figurines, tee-shirts, mugs et autres jeux de société inspirés de licences comme Star Wars, Game of Thrones, les super-héros Marvel ou DC Comics, The Walking Dead mais aussi bien sûr Mario, Zelda ou encore Minecraft devraient constituer quelques-uns des produits proposés dans les magasins de la chaîne Zing. C'est Micromania, qui est détenu par groupe américain Gamestop, qui est à l'origine de cette nouvelle chaîne de magasins. « Zing est la dernière syllabe du mot anglais Amazing, qui se traduit en Français par

incroyable », situe Micromania. « Grâce à notre savoir-faire et à la passion de nos équipes nous allons apporter la meilleure sélection ainsi que des exclusivités de produits dérivés Pop Culture à tous les passionnés. Les magasins Zing proposeront aussi des produits liés à l'actualité, par exemple dans 100 jours sortira le prochain film Star Wars, ZING sera évidemment le magasin incontournable pour trouver les produits dérivés de la saga », développe Nicolas Bertrand, Directeur général de Micromania. Retrouvez dans le prochain JDLI une interview complète de Nicolas Bertrand.

## Innelec contraint par le feu



Dans la longue histoire d'Innelec, la deuxième quinzaine du mois d'août 2015 restera gravée dans le marbre. La société est restée fermée une dizaine de jours suite à un incendie qui s'est déclaré dans des locaux attenants à ceux de la société. Un incendie d'une telle ampleur que la fumée était visible depuis le quartier de la Défense, situé à l'autre bout de Paris. « Les pompiers ont dû déverser plus de 20 000 litres d'eau, inondant les sous-sols où passent les gaines d'alimentation et le système anti-incendie. De plus, la structure des bâtiments risque de ne pas sortir indemne de ce type d'événement. En toute logique, la mairie et la préfecture ont immédiatement interdit l'accès au site. Nous ne pouvions plus accéder à nos bureaux, nos ordinateurs, alors même que nous n'avions pas été directement touchés par l'incendie. En tout 340 TPE et PME, soit près de 4 000 salariés se trouvaient bloquées », explique Nicolas Berthou, Directeur général d'Innelec. Devant le risque de voir la situation perdurer plusieurs semaines, le dirigeant d'Innelec a pris la direction des opérations de remise en conformité. « Nous n'avons pas eu le choix. Il n'était pas question de laisser tomber nos clients, surtout sur le mois de septembre, qui est un mois fort pour eux comme pour nous. En 10 jours, de travail intensif, en faisant intervenir des sociétés d'une grande réactivité et d'un très grand professionnalisme, nous avons pu



remettre le site en route. Les autorisations administratives pour regagner nos locaux sont arrivés très vite ». Parallèlement à ces travaux, une partie des salariés d'Innelec ont pu continuer à faire tourner l'activité de la société depuis l'hôtel Ibis tout proche grâce à une sauvegarde informatique et à la collaboration du transporteur SCP, qui a vraiment agi comme un back-up logistique. « Évidemment pendant cette période nous n'avons pas pu délivrer les commandes avec la même exigence de réactivité qu'en temps normal, et nous nous en excusons. Mais je crois que grâce au travail des équipes d'Innelec les clients n'ont pas trop souffert. D'ailleurs, je tiens à remercier tous nos partenaires, nos clients qui nous ont manifesté leur soutien face à cette épreuve », souligne Nicolas Berthou, qui en tire une leçon : avoir en toute circonstance un back-up informatique récent... et de l'initiative !

# 1200MBPS

*UNE NOUVELLE ÈRE POUR VOTRE RÉSEAU*

## CPL AV1200



Kit d'adaptateurs CPL AV1200  
3 ports Gigabit avec prise gigogne  
TL-PA8035P KIT

Kit d'adaptateurs CPL AV1200 Gigabit  
avec prise gigogne  
TL-PA8015P KIT



HomePlug AV2  
1200Mbps



MiMo  
2x2



Prise  
Gigogne



Port Ethernet  
Gigabit



Bouton  
Appairage



Mode  
Veille

Pour durer, **une société** doit savoir **muter**. Si **Avanquest** peut se targuer d'avoir passé sans trop d'encombre les **chambardements** survenus dans les **technologies** comme dans la **distribution** depuis sa création en 1984 par Bruno Vanryb, c'est avant tout en raison de sa capacité à **se réinventer**. Une **levée de fonds** effectuée cet été a permis à l'entreprise de se **recapitaliser** en réduisant très fortement sa **dette** et de constituer une **trésorerie** en mesure de permettre des **investissements** conséquents. Avec un **chiffre d'affaires** autour de 100 millions d'euros, et une forte **implantation à l'étranger**, Avanquest fonde son évolution sur trois **piliers** : la vente de **logiciels grand public**, **l'impression digitale** (pour le Web et surtout mobile), et **l'univers des objets connectés**. **Pierre Cesarini**, PDG d'Avanquest nous a reçus pour évoquer l'évolution de la **société**. Par Sébastien Anxolabéhère



# Le virage réussi



Entretien avec

**Pierre Cesarini,**  
PDG d'Avanquest

**JDLI : Quelle est la situation d'Avanquest en cette rentrée 2015 ?**

**Pierre Cesarini :** Il est encore trop tôt pour communiquer sur les résultats financiers définitifs, l'exercice s'étant clos le 30 juin et les résultats devant être publiés le 12 octobre. Ce qu'on peut dire aujourd'hui c'est qu'Avanquest s'est repositionné en sachant capitaliser sur ses fondamentaux. Quels sont-ils ? Un indéniable savoir-faire technologique à la base même de l'existence de la société, née aux balbutiements de la micro-informatique grand public, et qui s'est développée grâce à la vente de ses propres logiciels en OEM, notamment Winfax à partir de 1995. Avanquest se distingue aussi par un savoir-faire important dans le domaine de la photo et une grande expertise sur le Web. Enfin évidemment, la société est un distributeur important de logiciels, notamment en productivité. Nous sommes donc repartis de ces qualités fondamentales pour réinventer l'entreprise.

**En quoi était-ce nécessaire ?**

En 1995 et 2007 Avanquest a grandi vite, mais surtout par acquisition. Cette croissance externe a engendré



« Avanquest s'est repositionné en sachant capitaliser sur ses fondamentaux. »

activité historique de la société, celle qui lui a permis d'atteindre les 100 millions d'euros de CA, et nous sommes présents dans de nombreux pays, dont évidemment les Etats-Unis. Mais à 100 millions, avons-nous la masse critique qui permette de rivaliser avec des mastodontes du e-commerce capables de proposer des ventes en boîtes ou en download ? Je ne crois pas que ce soit là que doivent porter le cœur de nos investissements. Mais comprenons-nous bien, c'est un métier qui nous tient à cœur et qui reste majeur pour la société.

**Les ventes de logiciels PC ou Mac se font dorénavant dans une très large mesure par téléchargement. Comment s'adresser aux consommateurs ?**

Evidemment via notre site internet, et via des sites affiliés. Mais nous avons également une base extrêmement bien constituée qui nous permet de faire des e-mailing précis pour sensibiliser nos consommateurs. Nous vendons plus de 650 000 logiciels par an.



# si d'Avanquest

un endettement que le niveau de rentabilité ne permettait plus de rembourser. La société a toujours été rentable, mais pas suffisamment pour que la dette ne l'handicape pas. Nous avons donc procédé à une augmentation de capital sur le marché boursier parisien où Avanquest est coté. Le succès de l'opération nous a permis un fort désendettement et de constituer des réserves pour accompagner le changement.

**Avanquest est largement connu pour son activité de distribution de logiciels. Comment se porte cette activité ?**

Elle est stable et profitable et représente environ la moitié de notre chiffre d'affaires. Mais il est évident que la distribution de logiciels n'est pas l'axe de développement privilégié dans l'environnement actuel. Les ventes physiques baissent dans les points de vente, mais elles sont compensées par la bonne santé des ventes online.

Nous nous sommes appliqués à rationaliser notre catalogue tout en conservant des gammes très importantes, tant en logiciels utilitaires, bureautiques, multimédia ou purement orientés loisir. C'est une

**Il y a un an vous vous lanciez dans le mobile-to-print. Quel est le premier bilan ?**

Nous sommes très satisfaits du succès rencontré. Je ne peux pas vous dévoiler les volumes de photos que nous avons traités avant la diffusion des résultats du groupe, mais sachez qu'on est significativement au-delà des 20 millions, ne serait-ce qu'au mois d'août, en cumulant tous les territoires. Le modèle mis en

place, la possibilité d'imprimer gratuitement jusqu'à 500 photos contenues dans son mobile, sa Dropbox ou des réseaux sociaux comme Facebook ou Instagram, en ne réglant que les frais de port ou les tirages autres qu'en 10 x 15, est l'illustration de notre capacité à réorienter nos activités tout en s'appuyant sur le savoir-faire historique d'Avanquest, dans deux domaines clés, la photo et Internet. Il fallait changer le



paradigme : les photos sont désormais stockées sur le mobile, pas sur le PC. FreePrints, notre logiciel de mobile-to-print est leader sur sa catégorie dans le monde. Naturellement, nous continuons à proposer nos services de web-to-print. La part de la division Digital Printing dans notre chiffre d'affaires a doublé de taille cette année, elle est en très forte hausse de 91%.

**Vous abordez le marché des objets connectés de façon originale. Qu'est-ce que myDevices ?**

Effectivement, Avanquest a abordé ce marché de façon innovante... Notre approche est avant tout b to b. Concrètement, Avanquest propose à des sociétés un espace cloud pour connecter, gérer et stocker les données de n'importe quel objet connecté. Grâce à notre maîtrise du middleware, nous avons la capacité de gérer des objets hétérogènes. A terme tout sera connecté, nous nous positionnons donc très tôt. L'Internet des objets va prendre de l'importance tant, dans la gestion de l'énergie, l'eau, l'électricité, que pour les assurances, les mutuelles... tous les grands secteurs de l'économie sont concernés. Avanquest a une solution à proposer, dans un univers technologiquement complexe et qui nécessite beaucoup de services. Nous avons d'ores et déjà quatre contrats de signés. Là aussi nous visons une activité qui soit internationale, nous ne sommes pas du tout tournés vers la France exclusivement. Parallèlement, nous commençons à développer une gamme d'objets connectés. Cela nous permet de multiplier les expériences. Nous commençons avec une prise connectée et une ampoule. Nous allons également bientôt proposer une caméra de surveillance. ■



Entretien avec

**Olivier Malandra,**  
Directeur retail  
chez Avanquest

Passé par des sociétés comme Apple, Sony, Archos ou plus récemment GfK, Olivier Malandra a une forte expérience des marchés hi-tech en France. Il travaille notamment à constituer une gamme de produits connectés chez Avanquest.

**JDLI : Vous avez aujourd'hui deux produits connectés en portefeuille. De quoi s'agit-il ?**

**Olivier Malandra :** une ampoule et une prise. Nous allons avant tout travailler sur des produits pour la maison, c'est là notre crédibilité. Une prise connectée, que l'on peut contrôler à distance via Internet, trois ou quatre G ou par le réseau WiFi est loin d'être un simple gadget. Elle rend de facto connectés des produits que ne l'étaient pas. Allumer une lampe, lancer une machine à distance depuis son smartphone ou sa tablette, est rendu possible. C'est évidemment très intéressant pour simuler une présence, mais aussi pour allumer du chauffage avant de rentrer chez soi. Il est également possible de programmer des plages horaires auxquelles tel ou tel appareil se déclenche. L'autre produit que nous proposons actuellement est une ampoule connectée. Elle bénéficie de 16 millions de couleurs, on peut programmer des ambiances et même faire varier la lumière au rythme de la musique du smartphone. Elle est également utilisable comme un réveil visuel par exemple. C'est un objet avant tout orienté loisir.

**Combien coûtent-ils ?**

Les deux sont positionnés à 39,90 euros.

**Vous regardez de près également le marché des caméras de surveillance. Quelle est votre ambition sur ce marché ?**

C'est un marché important à nos yeux, au point qu'Avanquest a fait l'acquisition de la société Ioteo, spécialisée dans ce domaine. Ioteo est très innovante, car elle stocke dans le Cloud les images enregistrées pendant un mois. Nous commercialisons déjà une caméra Ioteo mais nous souhaitons pouvoir en proposer une nouvelle, plus design, plus actuelle. L'idée est de vendre du service en plus de la caméra. Celle-ci permet évidemment d'accéder aux images en direct depuis son smartphone, sa tablette ou son ordinateur personnel via le web, envoi des alertes si nécessaire, offre une vision de nuit. Il y a même la possibilité de lui faire émettre un son, nous travaillons actuellement sur une gamme sonore pouvant répondre à diverses situations... mais surtout elle envoie en temps réel les images dans le Cloud où elles sont stockées pendant un mois. C'est-à-dire que les images sont immédiatement sauvegardées. Nous travaillons actuellement à la mise en place de plusieurs solutions d'abonnement pour vendre l'accès à ces contenus. Par exemple, un particulier pourrait ne souhaiter enregistrer que pendant la durée de ses vacances et ne pas avoir un abonnement annuel.

**A qui adressez-vous cette offre ?**

C'est une offre qui intéresse autant les particuliers que les professionnels. Mais nous comptons développer une gamme entière, ainsi que proposer notre solution de stockage dans le Cloud à d'autres fabricants de caméras. Tous les acteurs de l'univers de la surveillance peuvent être intéressés.

**Pour les logiciels, vous avez développé une offre Posa, c'est-à-dire de cartes prépayées activées lors du passage en caisse. A qui la destinez-vous ?**

Nous la proposons à tous les revendeurs qui le souhaitent, la grande distribution comme les indépendants. Nous mettons à leur disposition des présentoirs avec des cartes à code correspondant à nos logiciels phares. Rappelons que pour le revendeur, c'est une solution doublement intéressante : pas d'occupation de place en linéaire et pas d'argent immobilisé. Et donc aucune perte en cas de vol, le produit n'étant activé que lors du passage en caisse.

Présenté en avant-première  
à IFA 2014



\* Livraison  
garantie po  
la périod  
de N



# CONNECTED DRONE & FRIENDS

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



Be Original. Be Polaroid.™

Retrouvez toute notre gamme de drones chez  
Extenso Telecom, distributeur exclusif.

 Polaroid

# Deadpool

## Sous les projecteurs



Le super-héros Deadpool, qui appartient à l'écurie Marvel, sera le personnage principal d'un film attendu pour le 10 février 2016 avec dans le rôle titre l'acteur Ryan Reynolds.

Quelques mois avant, Activision Blizzard proposera le jeu Deadpool sur PlayStation 4 et Xbox One, le 20 novembre. Il s'agira d'une version revue et corrigée du jeu d'action beat-em all parue sur la précédente génération de consoles en 2013, incluant les DLC parus par la suite dont des cartes de défi et des costumes alternatifs. Connue aussi bien pour ses pouvoirs de guérison hors-norme qu'un humour ravageur et surtout son habitude à s'adresser directement au lecteur du comics, le personnage de Deadpool est l'une des figures les plus singulières et déjantées de la galaxie Marvel. Son adaptation en film pourrait accroître sa popularité.

# Resident Evil :

## l'horreur en boîte



Capcom annonce pour début 2016 une compilation appelée Resident Evil Origins Collection, qui doit paraître sous forme physique sur PlayStation 4, PS3, Xbox One, Xbox 360 et PC. On trouvera deux titres sur la galette, issus du programme de réédition des grands classiques de la saga horrifique de l'éditeur japonais avec tout d'abord Resident Evil mais aussi Resident Evil 0. Si le premier est disponible sur les boutiques en ligne des consoles depuis quelques mois, le second, qui se présente lui aussi comme une version remasterisée d'un ancien hit de la saga, sera quant à lui proposé simultanément à la vente sous forme dématérialisée (20 euros environ) sur les mêmes machines. Les amateurs de la série noteront que Capcom vient d'annoncer que cette réédition de Resident Evil 0 comprendra un nouveau mode inédit, permettant de contrôler le personnage de Wesker, figure emblématique de la série.



Uncharted 4

# Uncharted

## ça se précise

Sony Computer vient de confirmer la date de sortie de l'un des titres les plus attendus sur la PlayStation 4, Uncharted

4. Le premier volet de la saga de Naughty Dog spécialement concocté pour la console de génération 8 de Sony est annoncé pour le 18 mars 2016. Et oui, on le savait déjà depuis quelques mois suite à une annonce de Sony, il faudra patienter jusque l'année prochaine pour découvrir ce qui devrait être le dernier chapitre des aventures du fameux Nathan Drake dans Uncharted 4 : A Thief's End. Deux éditions collector du titre devraient alors être également proposées, dont une avec une figurine de Drake. Les plus impatients et ceux qui n'auraient jamais eu l'occasion de pratiquer



un titre de la série pourront se consoler avec Uncharted : The Nathan Drake Collection, attendue pour le 7 octobre toujours sur PlayStation 4. Histoire de se préparer pour le grand plongeon dans les aventures inédites de Drake l'année prochaine, cette compilation réunit les trois volets de la saga Uncharted parus sur PS3 entre 2007 et 2011. Déjà solides techniquement à l'époque, les jeux profitent pour l'occasion de graphismes revus en 1080p avec une animation de 60 images/seconde. De quoi se (re)plonger dans les meilleures conditions possibles dans les opus fondateurs de cette saga qui a redynamisé le genre action/aventure... et propulsé le studio californien Naughty Dog dans le cercle des structures les plus respectées au monde.



Uncharted 4

# WRC 5

#UNLEASHTHEDRIVER

"WRC5, un cru agréablement surprenant"

[jeuxvideo.com](http://jeuxvideo.com)



RDV le 9 octobre 2015



 **WRC THE OFFICIAL GAME**  
[WWW.WRCTHEGAME.COM](http://WWW.WRCTHEGAME.COM)



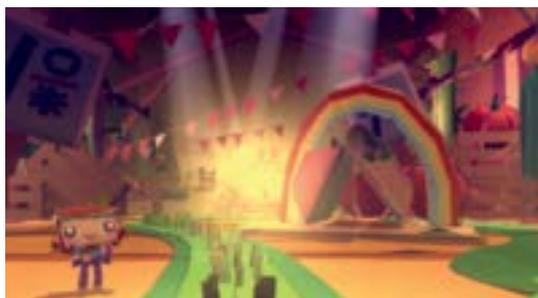
WRC - Official game of the FIA WORLD RALLY CHAMPIONSHIP © 2015 published by Bigben Interactive S.A. and developed by Kylotonn Games. All rights reserved. An official product of the FIA World Rally Championship, under licence of the WRC Promoter GmbH and the Fédération Internationale de l'Automobile. Manufacturers, cars, names, brands and associated imagery featured in this game are trademarks and/or copyrighted materials of their respective owners. "WRC" and the WRC logo are registered trademarks of the Fédération Internationale de l'Automobile. All rights reserved.

Xbox, Xbox One, Xbox 360, and the Xbox logos are trademarks of the Microsoft group of companies and are used under license from Microsoft. "B.", "PlayStation", "PS3", "PS4", "PS Vita", "PS3", "PS4" and "PS VITA" are trademarks or registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. Tous droits réservés.



# Tearaway Unfolded

## Carton sur PS4



■ **Paru initialement sur PS Vita fin 2013, Tearaway profite aujourd'hui d'une adaptation sur PlayStation 4.** Développé par le studio Media Melecule (LittleBigPlanet), Tearaway propose de prendre le contrôle d'un personnage de papier qui explore des contrées elles-aussi faites de collages et assemblages de papiers. Après une version pour console portable qui avait reçu un bel accueil critique, Sony Computer propose aujourd'hui de retrouver le titre dans le salon via une adaptation sur PS4. Tirant partie des spécificités de la manette Dual Shock 4 et notamment de son pavé tactile, son haut-parleur ainsi que sa barre lumineuse, le jeu est également compatible avec l'accessoire optionnel PlayStation Camera. Une « companion App » peut également être téléchargée sur smartphone ou tablette afin d'accéder à l'outil de création qui est directement connecté au jeu sur la PS4.



# Football Manager

## Rendez-vous fixé



■ **Sega Europe et le studio Sports Interactive viennent d'annoncer la date de sortie de Football Manager 2016, la nouvelle édition du fameux jeu de gestion de club de football.** C'est donc le 13 novembre prochain que les possesseurs de PC et de Mac pourront se plonger dans ce millésime 2016 du jeu référence du genre, qui accueille cette année quelques nouveautés comme des modes de jeu inédits ou encore une visualisation encore optimisée des matchs avec plus

de 2000 animations. Outre le jeu PC et Mac, Football Manager 2016 se présente également cette année sous la forme de Football Manager Touch à destination des ordinateurs et tablettes haut de gamme mais aussi de Football Manager Mobile, qui s'adresse aux possesseurs de smartphones iOS et Android. Au sujet de ces trois programmes complémentaires, Miles Jacobson, le patron de Sports Interactive explique : « Si bon nombre de nos fans ont le temps et l'implication nécessaires pour se consacrer à la simulation « complète », il y a tout autant de joueurs qui préfèrent une option plus épurée. Non seulement cela, mais la démocratisation des appareils mobiles a changé les habitudes du jeu du public. L'introduction de Football Manager Touch en offre séparée, jouable sur ordinateur comme sur tablette, nous permet de satisfaire toutes les demandes ». Sega annonce que l'utilisateur de Football Manager Touch pourra partager ses sauvegardes et les retrouver dans Football Manager 2016 sur son ordinateur. Edité par Sega, Football Manager 2016 sur PC et Mac sera distribué par Koch Media France.

# Wargaming étend son jeu

■ **Wargaming avance sagement ses pions sur l'échiquier du jeu en ligne au format Free-to-play.** Alors que son hit World of Tanks opérait, en juillet dernier, la transition vers la génération 8 de consoles en s'installant sur Xbox One (le jeu était sorti sur Xbox 360 début 2014), l'éditeur annonce son arrivée sur PlayStation 4, accessible même aux joueurs non abonnés au PS Plus. Wargaming lance également officiellement World of Warships. Après les tanks sur terre, les combats aériens enragés (World of Warplanes), ce sont aujourd'hui les batailles navales dantesques qui s'offrent aux joueurs sur ordinateur amateurs de parties en ligne. World of Warships s'est lancé officiellement le 17 septembre, après une période de test qui a permis aux développeurs d'ajuster et peaufiner le gameplay. « Avec deux millions de participants et une moyenne de trois heures par jour en jeu pour chaque joueur, nous avons une armada de capitaines prêts à prendre la barre du jeu de combat naval ultime », souligne Frédéric Menou, Head of Global Publishing chez Wargaming. Reposant sur un accès gratuit, le titre propose dans le contexte de son lancement officiel environ 80 vaisseaux historiques et quatre classes de navires de guerre.





APPROUVÉ PAR LES PRINCIPALES  
LIGUES NATIONALES ESPORTS

PARFAIT POUR OBTENIR LES  
MEILLEURES PERFORMANCES



Les SSD SanDisk sont utilisés par les principales plateformes eSport pour booster leurs tournois. Nous avons plus de 25 ans d'expérience dédiés à la mémoire flash. Alors la prochaine fois que vous appuierez sur "Commencer le jeu", vous vivrez l'expérience d'un niveau de performance professionnelle. Préparez-vous donc à démarrer plus vite et à vous frayer un chemin plus rapidement pour obtenir la victoire.

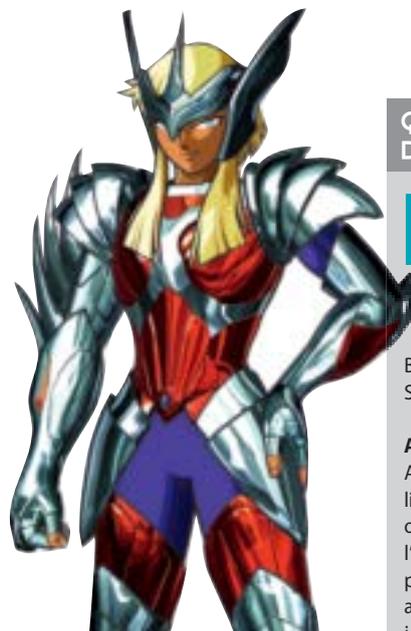
Plus d'informations sur [SanDisk.fr](http://SanDisk.fr)



SanDisk®

# Saint Seiya

## à l'attaque de la nouvelle génération



Le 25 septembre, Bandai Namco Entertainment publie Saint Seiya : Soldiers' Soul, un nouveau jeu de combat mettant en scène les fameux Chevaliers du Zodiaque. Loin d'être la première apparition de la célèbre licence en jeu vidéo (un jeu était publié sur NES dès 1987...), Soldiers' Soul marque avant tout les premiers pas de la franchise sur consoles de génération 8 ainsi que sur PC via la plate-forme Steam. 2015 est en effet, chez l'éditeur Bandai Namco, l'année de l'arrivée des grandes licences manga sur PlayStation 4 notamment, et Saint Seiya marche aujourd'hui dans les pas de One Piece ou Dragon Ball Z qui ont également fait le grand saut vers la génération 8 ces derniers mois. Basé sur la nouvelle série animée, Soldiers' Soul permet donc de voir s'affronter les grandes figures de la licence dans de multiples environnements. S'il répond toujours présent sur

PS3, le titre entend également profiter des capacités de la nouvelle génération de consoles pour afficher des affrontements en 60 images par secondes. Côté jouabilité, l'éditeur promet des combos enrichis et de nouveaux coups par rapport aux précédents jeux de la série. Rappelons que Bandai Namco a publié Saint Seiya : Les Chevaliers du Zodiaque : La Bataille du Sanctuaire en mars 2012 et Saint Seiya Brave Soldiers en novembre 2013, tous deux sur PS3.



### Questions à Christophe Havart, Directeur commercial

**JDLI : A combien s'élevaient les ventes de la série à ce jour en France ? Quel est le titre bestseller ?**

**Christophe Havart :** La saga Saint Seiya connaît un joli succès en France avec près de 22 000 exemplaires vendus de Saint Seiya Brave Soldiers. Quant à Saint Seiya, La Bataille du Sanctuaire, on s'approche des 30 000 pièces.

**A quel public s'adresse aujourd'hui cette licence ?**

A l'instar de Dragon Ball, Saint Seiya est une licence transgénérationnelle. Beaucoup de fans ont découvert les Chevaliers du Zodiaque dans l'émission Club Dorothée et se sont passionnés pour les aventures de Seiya, Shiryû et Ikki grâce aux animés, aux mangas, aux figurines et aux jeux. Les plus jeunes ont quant à eux découvert la licence plus récemment grâce à la diffusion télé des nouveaux épisodes et la sortie salle en février dernier des Chevaliers du Zodiaque - La Légende du Sanctuaire. La communauté de fans est très active et au cœur de notre travail.

**Long-métrage, série animée, produits dérivés : quelle est l'actualité de la licence Saint Seiya en cette rentrée 2015 ?**

La licence est plus que jamais sous les projecteurs avec la sortie du film en février dernier, suivie par sa parution en DVD et Blu-Ray le 1er juillet. Par ailleurs, la saga est diffusée du lundi au vendredi à 18h sur la chaîne Manga et Netflix propose l'arc Hadès à ses abonnés. Bandai sort également régulièrement des Myth Cloth, des figurines qui font le bonheur de collectionneurs.

**Allez-vous surfer sur cette actualité dans votre campagne marketing autour du jeu ?**

Oui, nous souhaitons toucher toutes les personnes fans de la licence : de ceux des débuts, qui l'ont découvert avec le Club Dorothée, aux petits nouveaux, qui ont peut-être commencé à suivre l'animé sur Netflix ou la Chaîne Manga. Nous travaillons de façon très régulière avec nos partenaires, comme Kana ou le Gastronom geek par exemple, pour des opérations croisées en magasin, sur les salons ou sur les réseaux sociaux.

**Quelle implantation visez-vous ? Quels sont vos objectifs sur ce titre ?**

Pour ce nouvel opus, nous visons les 25 000 pièces sur PS4 et 10 000 pièces sur PS3. Nos ambitions sont supérieures par rapport au dernier jeu en date notamment du fait de la migration sur la huitième génération de consoles. Par ailleurs, Saint Seiya Soldiers' Souls couvre les arcs d'Asgard et d'Hadès qui sont plébiscités par les fans qui suivent ce dernier sur Netflix.

**Le jeu étant publié sur PC via Steam, allez-vous adopter une communication spécifique pour cette version ?**

Notre responsabilité en tant qu'éditeur est de rendre accessible le contenu de notre catalogue à tous les joueurs, quelles que soient leurs plateformes de prédilection. C'est encore plus le cas avec de grandes licences comme Saint Seiya ou Dragon Ball. Cette mise en place est assez inédite et nécessite donc une communication spécifique, notamment sur la plate-forme Steam, qui regroupe une audience importante et ciblée. D'autre part, nous avons la chance d'avoir d'importantes communautés de fans dont nous sommes très proches. Nous communiquons avec eux au quotidien sur les réseaux sociaux, notamment à propos de Saint Seiya.

# AOC



## **AOC G2460PF**

Moniteur Gaming FreeSync 24"

- Full HD 1920 x 1080
- 144 Hz, 1 ms
- HDMI, DVI-D, DisplayPort, VGA
- Hauteur réglable (130 mm)
- Garantie : 3 ans

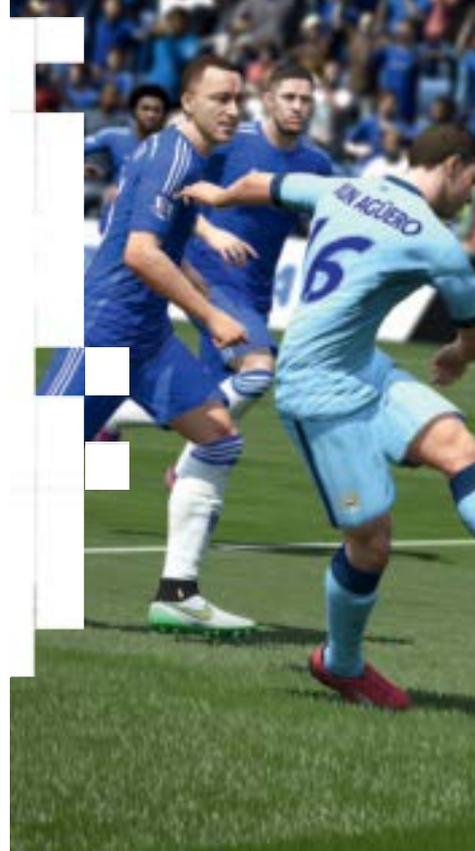
**Le jeu dans tous ses états,  
sans saccades,  
sans déchirements.**



Entretien avec

**Antoine Cohet,**  
Marketing Manager chez EA Sports France

Difficile de succéder à FIFA 15, qui est l'opus le plus vendu de la licence FIFA depuis ses débuts il y a 22 ans... FIFA 16, qui sort le 24 septembre, aura donc cette lourde tâche. Antoine Cohet, Marketing Manager chez EA Sports France, nous parle du lancement du jeu mais aussi de la licence, de ses ventes, de la concurrence, des nouveautés et plus largement du phénomène FIFA. Par Guy Pichard



# Fifa 16, place au c

## JDLI : A combien s'élèvent les ventes de FIFA 15 ?

**Antoine Cohet :** Nous sommes en progression par rapport à FIFA 14 et ce de manière assez significative. C'est même la meilleure année de la licence depuis son existence ! Pour la première fois, FIFA a été le produit culturel le plus vendu en France devant la musique, les livres et la vidéo.

## Comment vendre toujours plus de jeux chaque année ?

FIFA 16 est avant tout un jeu de qualité. Sans cela, tous les efforts marketing ou mises en avant commerciales seraient vains. Déjà, nos premiers retours sur le jeu sont très bons, aussi bien avec les Youtubers que les journalistes. Je pense que nous sommes vraiment dans la bonne direction. Il y a deux angles d'attaque pour nous : le premier, faire que les joueurs sur FIFA 15 passent sur FIFA 16 (via la démo jouable, la presse, Youtube...) en misant sur la qualité du jeu et en communiquant sur ses

améliorations. Le second est d'aller chercher de nouveaux consommateurs, et particulièrement les plus jeunes. A sept ans on ne joue pas encore à FIFA, à huit ou neuf ans on commence. Le jeu sur mobile aussi est important en termes de recrutement, il se pratique sur tablette, il est gratuit... cela permet de faire ses armes gratuitement pour pourquoi pas après ensuite franchir le pas et acheter une Xbox One ou une PS4 pour vivre une expérience plus aboutie, que ce soit en termes de jouabilité ou d'expérience de jeu ou même encore mieux, FIFA Ultimate Team (le mode de jeu vedette de la série FIFA, apparu avec FIFA 14, ndr).

## Peut-il y avoir un taux maximum de ventes de FIFA, un plafond ?

Espérons qu'il n'y en ait pas ! Certaines personnes jouent à FIFA sans regarder le football mais le gros de nos troupes, ce sont avant tout des fans de foot qui regardent ce sport et y jouent sur FIFA. Ces dernières années, nous sommes parvenus à élargir ce spectre

de joueurs FIFA mais principalement en augmentant nos parts de marché sur la concurrence et, depuis deux à trois ans, nous sommes en acquisition de nouveaux joueurs. Le jeu vidéo devient toujours plus grand public, les joueurs sont toujours plus nombreux et pratiquent sur toujours plus de machines. Nous allons chercher toujours plus de nouveaux entrants. L'avantage de FIFA par rapport à d'autres jeux, c'est son universalité, il est tout public, dénué de violence et l'image qu'il véhicule est très positive.

## Considérez-vous Pro Evolution Soccer comme une menace cette année ?

C'est bien d'avoir un concurrent. L'année dernière, il y a eu du mieux autour de la franchise PES avec un jeu qui a progressé. Cela nous pousse à nous améliorer notamment sur la qualité de notre jeu et nous évite de stagner car le pire avec le succès, c'est de s'endormir sur ses lauriers.

## Un peu comme votre concurrent à son apogée ?

Exactement, nous avons profité de leur relâchement. Le fait que PES soit véritablement de retour nous aiguillonne et nous donne envie de nous améliorer dans tous les domaines. Il n'y a rien de pire qu'un marché avec un acteur unique !

## Quelle est la nature de votre partenariat avec Microsoft ?

Ce partenariat concerne à la fois le côté commercial (avec des bundles), la communication où nous sommes 100% Xbox et le retail. C'est la troisième année que ce partenariat existe. FIFA 16 sort aussi sur d'autres plates-formes que la Xbox One mais elle reste celle de prédilection d'un point de vue marketing.





## Fifa : des lettres et des chiffres

1,65 million. C'est le nombre d'exemplaires de Fifa 15 vendus en France, depuis sa sortie fin septembre 2014 à la fin août 2015. Ce chiffre ne comprend que les versions physiques du jeu, aussi bien sur PC que sur consoles (Xbox One, Xbox 360, PS4, PS4, PS Vita, Wii et 3DS). Il est intéressant de noter que sur l'année 2014, Fifa 15 s'est vendu à environ 1,3 million d'exemplaires, le jeu faisant donc la grande majorité de son total ventes lors de ses premiers mois de commercialisation. De plus, une grande partie (900 000 ex.) de ses ventes ont eu lieu sur PlayStation 4 et PS3.

Pour la première fois de l'histoire de la franchise, le jeu a été le produit culturel le plus vendu en France en 2014, devant le film d'animation La Reine des Neiges et Call of Duty Advanced Warfare. (source : GfK)

# champion

### Et celui avec avec le Real Madrid ?

Ce deal est international, nous avons le même avec le FC Barcelone depuis un an et demi. Nous considérons que ces clubs rayonnent dans le monde entier. En France, il y a des accords locaux avec le PSG, l'OM, Lyon et Monaco. Ils sont locaux mais permettent aussi de rayonner dans d'autres pays. Le PSG par exemple permet de se montrer en Suède avec Ibrahimovic mais le club a tellement pris une dimension internationale que son contrat a peut-être vocation à évoluer...

### Sur quels contenus portent ces partenariats ?

Avec les clubs français, il y a notamment une jaquette spécifique pour le jeu. C'est uniquement cosmétique. C'est très compliqué de produire du contenu exclusif pour un club en particulier même si par exemple, notre accord avec l'OM cette saison nous a permis d'intégrer le Stade Vélodrome (dans sa configuration actuelle). Avec le PSG, cela nous permet aussi d'améliorer le stade dans le jeu mais aussi de faire des opérations avec les joueurs, de faire des tournois entre sportifs de différents clubs... Cela nous permet de mieux travailler l'aspect marketing avec les clubs, en étant notamment plus présents sur leurs puissants réseaux sociaux.

### Que pouvez-vous nous dire sur l'arrivée des équipes féminines ? Quel sera leur impact (ventes mais aussi médiatique) ?

La première annonce au sujet de Fifa 16 concernait l'arrivée des équipes féminines. Si l'on a bien évidemment bénéficié de l'effet de surprise d'une telle annonce, j'ai vraiment été bluffé par les retours de la communauté, les retombées et l'engouement

médiatique que cela a suscité. Gaëtane Thiney, joueuse de l'Equipe de France, est même notre ambassadrice pour le jeu. Ce qui était une bonne idée à la base a largement dépassé nos attentes. Cela va peut-être nous aider à conquérir une cible plus féminine voire faire souffler un vent de fraîcheur sur la licence.

### Comment s'est déroulé le vote pour désigner le joueur Antoine Griezmann sur la couverture du jeu ?

C'était la première fois que nous procédions ainsi en France. L'Angleterre, l'Australie et le Mexique ont aussi élu qui allait figurer auprès de Lionel Messi sur la jaquette du jeu. Cela représente plus de neuf millions de votes dans le monde, en France cela a très bien marché. De plus, les quatre joueurs concernés (Griezmann, Lacazette, Matuidi et Varanne) par le vote ont grandement joué le jeu et beaucoup échangé à ce sujet sur les réseaux sociaux. Il y a eu une superbe alchimie à ce sujet, que ce soit entre les joueurs, les

« L'arrivée des équipes féminines va peut-être nous aider à conquérir une cible plus féminine voire faire souffler un vent de fraîcheur sur la licence. »

clubs (Real Madrid, Olympique Lyonnais...) et même d'autres personnalités extérieures au football, comme Kev Adams par exemple qui avait voté pour Antoine Griezmann.

### Comment évolue le mode de jeu Fifa Ultimate Team ?

La grosse nouveauté cette année, c'est le nouveau mode Fifa Ultimate Draft. Nous savons que la communauté adore FUT mais une partie d'entre elle est parfois frustrée de ne pouvoir jouer avec les stars internationales du football, de par leur prix et leur rareté. Ce nouveau mode de jeu permettra aux joueurs de choisir certaines vedettes parmi un pôle de joueurs pour pouvoir jouer parfois avec Ribery, d'autres fois avec Messi, le tout pour un coût assez raisonnable. L'autre avantage de Fifa Ultimate Draft, c'est que c'est à chaque fois un nouveau tirage, une nouvelle compétition. Cela se renouvelle constamment. Dans tous les cas, cette nouveauté a été très bien perçue par la communauté.

### Quelle stratégie marketing déployez-vous autour du jeu ?

Au-delà du « classique » plan marketing (voir Guide Jeux, page 56), beaucoup d'efforts sont faits sur la partie vidéo via Internet, dont grandement avec les Youtubers. La vidéo est le média qui cartonne en ce moment, notamment sur les cibles prioritaires comme les jeunes, les 18/35. Actuellement, les Youtubers ont un rayonnement énorme. Pour moi, ils seront dans les 10 prochaines années ce qu'étaient les stars du cinéma il a 30 ou 40 ans ou les stars télé il y a 20 ans.

### L'an dernier Fifa 15 sortait sur 3DS, Wii et Vita. Pourquoi arrêter ces plates-formes ?

Nous nous concentrons sur les plates-formes les plus populaires. Nos équipes de développement veulent faire progresser le jeu sur les nouvelles plates-formes mais aussi sur PS3 et Xbox 360. C'est une question de ressource. Cependant, les versions sur mobiles vont beaucoup s'améliorer dans les prochaines années.

# LEGO Dimensions

## Warner se propulse dans le jouet vidéo

Le 29 septembre, Warner Bros va se positionner sur le **marché fructueux du jeu vidéo** exploitant des **figurines connectées**. Face à des **concurrents déjà bien en place**, l'éditeur entend faire jouer **des arguments de poids** dont la marque du premier constructeur de jouets dans le monde, de nombreuses **licences Warner** et autres mais aussi quelques trouvailles de **gameplay**. Par Patrick Hellio - Photos : Guy Pichard



Entretien avec

**Yannick Bazin**  
Chef de produits

**JDLI : Comment se démarquer en arrivant après Skylanders, Disney Infinity et Amiibo ?**

**Yannick Bazin :** En plus des 14 franchises très populaires qui apparaissent dans le jeu dont une dizaine qui peuvent être considérées comme les plus populaires au monde, Lego Dimensions se démarque en apportant de la nouveauté comme les sets de construction puisque les figurines du jeu peuvent être construites avec des pièces Lego. Le Toy Pad (socle où poser les personnages, ndr) est également un point différenciant puisqu'il fait partie intégrante du jeu,

contrairement aux titres concurrents. Il a cinq fonctionnalités liées aux figurines : la couleur, les éléments, la navigation, la transportation et la possibilité d'influer sur la taille des personnages dans le jeu.

**Combien de références représente Lego Dimensions au lancement ?**

En plus des cinq versions du pack de démarrage, le catalogue compte une première vague de 20 packs d'extensions thématiques. Une seconde vague est prévue pour novembre, suivie par des sorties régulières de nouveaux personnages et aventures.

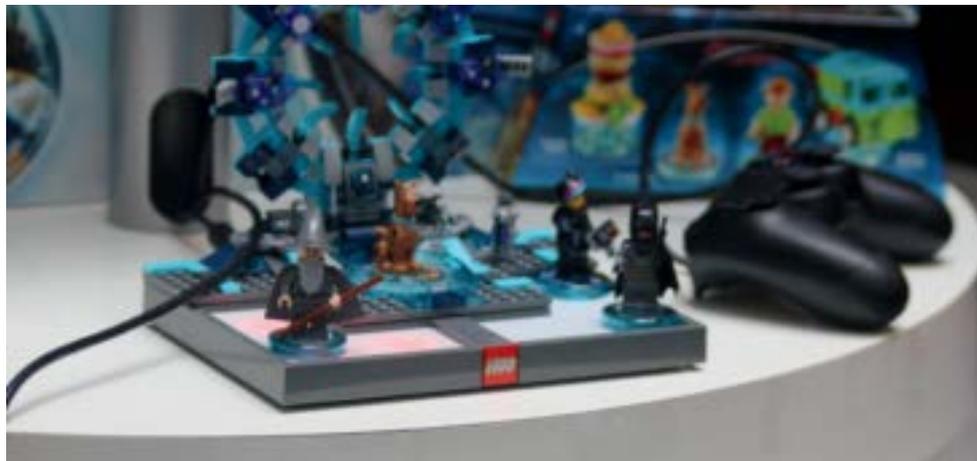
**Quel public ciblez-vous ?**

Nous avons trois audiences principales : les 7/12 ans, les parents et les adultes fans de l'univers Lego.

**Lego Dimensions affiche un prix de vente plus élevé que les deux concurrents directs, notamment pour le pack de démarrage. Comment cela se justifie-t-il ?**

Le pack de démarrage propose un contenu de qualité Lego: les briques pour construire le portail, le Toy Pad, trois personnages et un véhicule à construire ainsi que le jeu vidéo. Au niveau de l'expérience de jeu, la durée de vie ainsi que la technologie différente employée au





niveau du Toy Pad justifient ce prix sensiblement supérieur. Le pack de démarrage est par ailleurs pérenne, deux ans minimum, et il n'y aura pas besoin de réinvestir dans un nouveau l'année prochaine par exemple.

#### Quelle mise en place prévoyez-vous ?

Sur 2015, nous allons implanter 100 000 packs de démarrage et 300 000 packs de figurines et aventures.

#### Comment allez-vous soutenir le lancement du jeu ?

Nous avons identifié trois temps forts autour desquels nous allons communiquer sur Lego Dimensions. En amont de la sortie, nous avons commencé à nous adresser principalement aux adultes fans de Lego, en communiquant sur les différentes franchises qui apparaissent au sein du jeu et leur capacité à réunir tous les âges. Les quarantennaires vont aborder Scooby-Doo et SOS Fantômes avec nostalgie pour les faire découvrir à leurs enfants, qui eux vont peut-être leur faire découvrir des licences plus récentes comme Lego Ninjago ou Lego Chima. Le but était de rassembler tous les fans de Lego pour déjà créer une communauté autour du titre. La deuxième phase prend place au moment du lancement, elle va se diviser en deux vagues et va s'adresser en premier lieu aux enfants. La première, activée le 29 septembre, va principalement être déployée en TV, avec un support en ligne ainsi qu'en print. Le temps fort va s'étaler sur trois semaines, avec beaucoup de TV spécialisée enfants comme Gulli et des programmes qui font sens à la fois pour les enfants et la famille. La deuxième activation prendra place suite au lancement de la

« Nous aimerions d'ici la fin de l'année parvenir à concurrencer le numéro deux du secteur, Disney Infinity. »

deuxième vague de personnages et aventures, en novembre, qui va s'accompagner d'une campagne TV et online. Il va s'agir alors de toucher les enfants mais aussi les parents en approchant de la période des Fêtes. Le budget du plan média s'élève à 1,5 million d'euros.

#### Quels sont vos objectifs en termes de parts de marché sur ce secteur dans les prochains mois ?

Nous aimerions d'ici la fin de l'année parvenir à concurrencer le numéro deux du secteur, Disney Infinity. C'est un marché en croissance et les revendeurs n'ont pas encore à faire d'arbitrage entre les différents titres.

#### Le jeu sort sur les deux générations de consoles de salon. Avez-vous davantage d'ambitions sur l'une des deux ?

Nous avons clairement plus d'ambitions sur la génération 8, cela se ressent d'ailleurs nettement dans notre mise en place. La Wii U, qui réalise de très bons scores sur les jeux concurrents du même genre, a un très bon potentiel sur cette catégorie. Les PlayStation 4 et PS3 sont également des plate-formes très importantes. Nous avons davantage d'ambitions

sur les nouvelles consoles mais il est important pour nous de proposer aussi le jeu sur PS3 et Xbox 360.

#### Quel type de partenariat lie Warner et Lego ?

C'est un partenariat à long terme puisque Warner Bros publie les jeux vidéo basés sur la licence des jouets depuis quelques années. Le partenariat va aussi plus loin puisqu'un film, La Grande Aventure Lego, a été également le fruit de ce partenariat en 2014 et plusieurs autres long-métrages sont prévus pour les prochaines années comme Lego Batman, Ninjago ou la suite du film de 2014.

#### Quelle est aujourd'hui la place du jeu vidéo au sein du groupe Warner Bros ?

Cette année a été exceptionnelle pour Warner dans le domaine du jeu vidéo, avec la sortie du dernier volet de la trilogie Batman Arkham, Mortal Kombat X, Dying Light, Lego Jurassic World, Mad Max tout récemment et aujourd'hui le lancement de Lego Dimensions. Un line-up à faire frémir les plus gros éditeurs et ce, en direction de publics assez différents. Avec, encore une fois, cette particularité de Lego Dimensions de brasser de multiples licences et d'en faire probablement découvrir certaines à de nouveaux publics.



## Lego Dimensions, multiples univers

Batman croisant Marty McFly de Retour Vers le Futur, Gandalf du Seigneur des Anneaux, Scooby-doo, Homer des Simpson ou même les chasseurs de fantômes de Ghostbusters sans oublier l'univers du jeu culte Portal 2. C'était difficilement imaginable (les licences appartiennent à différents groupes) avant que Warner ne planche sur le concept Lego Dimensions. C'est TT Games, spécialiste des jeux vidéo Lego depuis de longues années, qui a conçu ce jeu qui exploite un portail (à monter !) pour interagir avec des figurines Lego spécialement préparées, dotées d'une puce NFC. Si le jeu reprend les codes parfaitement maîtrisés du genre par TT Games (un mélange dynamique entre action, plate-forme et énigmes), c'est l'utilisation du portail qui le singularise des autres jeux du genre. Non seulement le portail est mis en scène dans le jeu, mais il devient lui-même un élément de gameplay puisque certaines énigmes reposent par exemple sur la faculté du joueur à pouvoir changer la couleur des différents emplacements du socle (doté de parties lumineuses). A l'instar des toujours réussis jeux Lego de TT Games, Lego Dimensions semble réellement soucieux de se rendre intéressant aussi bien auprès des plus jeunes joueurs que d'un public plus âgé, sensible aux univers abordés. Warner Bros prend ici place sur un secteur, le « jouet vidéo » en pleine croissance depuis plusieurs années. Apparue en 2011 avec Skylanders d'Activision Blizzard, la catégorie a progressivement accueilli de nouveaux entrants (Disney, Nintendo) et représentait à elle seule un chiffre d'affaires de 16 millions d'euros sur la période janvier à mai dernier, affichant une progression de 19% en valeur et de 37% en volume vis-à-vis de l'année précédente. L'arrivée de Warner, associé au prestigieux Lego, devrait impacter encore sur l'ampleur de ce secteur. Lego Dimensions sort le 29 septembre sur PlayStation 4, PS3, Xbox One, Xbox 360 et Wii U.



# IFA 2015



## Consolidation

**L'agenda des biens technologiques s'adapte forcément à la réalité.** Les années de croissance à deux chiffres étant globalement derrière nous, la rentabilité passe aussi par des gammes qui se renouvellent moins souvent. Même la folie du smartphone, avec des ventes que l'on estime à 20 millions de pièces cette année en France, ne suffit pas à inciter les constructeurs à sortir un nouveau modèle tous les mois car le prix moyen s'effondre (ce qui est logique en période de massification). Pas de nouveau smartphone chez Samsung par exemple et un seul nouveau téléviseur. A cela s'ajoute un planning de sorties qui se cale de moins en moins sur les grands événements, notamment pour prendre de court la concurrence. Après un CES 2015 exceptionnel par le bouillonnement que les objets

connectés ont créé, l'IFA, qui eu lieu début septembre à Berlin, fut assez pauvre en innovations, notamment chez les géants du secteur. L'objet connecté génère une certaine désillusion tant les ventes ne reflètent guère le potentiel indéniable de ces nouveaux marchés. Déjà, c'est dans la logique des choses avec une phase de transition, un ventre mou, entre des appareils classiques qui arrivent un peu au bout de leur évolution et des objets connectés qui n'ont pas encore trouvé leur place et surtout qui ont créé peu de demande. De plus, après une explosion d'idées, l'usage ramène sur le sol des réalités avec finalement peu d'utile face au gadget. Le plus étonnant est de constater le manque de réalisme des mastodontes de l'électronique qui s'échinent génération après génération à renouveler des objets pour l'heure sans réel usage à la clé, typiquement la montre connectée. Même si les nouveaux modèles de l'IFA progressent à tous points de vue, on cherche encore leur intérêt... Rien d'anormal à tout cela, les nouveaux marchés se cherchent et vont finir par se trouver, sport, santé et domotique en tête.

A l'inverse, d'anciens marchés emplis de tradition, comme l'audio, profitent d'une conjoncture favorable pour se renouveler par étapes raisonnables avec des nouveautés en nombre qui visent surtout une adéquation avec la demande qui évolue, un exemple à suivre. Cet IFA toujours aussi gigantesque aura donc surtout servi à la consolidation avec l'espoir d'une fin d'année qui générera de la valeur si les produits sont en adéquation avec la demande du consommateur.

Par Caroline Mauduit, Stéphane Kauffmann et François Arias



# 15





## Justifier la qualité



**Le marché du téléviseur se porte mal en cette année de transition avant le changement des normes de diffusion et l'Euro 2016.** Pas tant par

le nombre de ventes d'ailleurs que par une valeur au plus bas en raison de la braderie généralisée qu'avait générée la croissance. Désormais, il est établi qu'un téléviseur de grande taille se trouve à moins de 400 euros et il faut développer des trésors d'ingéniosité pour faire monter la valeur auprès d'un public généraliste. L'Ultra-HD, dont les contenus arrivent au compte-gouttes, ne génère déjà plus de valeur et les gammes basculent sans réellement augmenter le prix moyen. A 600 euros, on trouve un 55 pouces UHD ! De plus dès l'entrée de gamme, le téléviseur est design et fin. Plus personne ne s'intéresse à la 3D et la TV connectée laisse indifférent au pays de la box. Pour les fabricants de téléviseurs, trouver un levier de valeur est donc devenu la priorité absolue. C'est la qualité d'image qui demeure la seule voie possible. Sauf qu'à défaut de nouvelle technologie avec un LED omniprésent, faire passer un message simple relève de l'impossible. En revoyant principalement le rétro-éclairage à LED et les filtres qui le séparent de la dalle, il est vrai que des progrès spéculaires ont été accomplis mais des termes comme Quantum Dot, HDR et espace RGB ne parlent guère au grand public (voir notre encadré sur le sujet). Les constructeurs ont donc décidé de les remplacer par un nom qui diffère chez chacun, le SUHD chez Samsung, le ULED chez Hisense, etc. Si la démarche concurrentielle est logique, cela crée de la confusion chez le consommateur. Il est toutefois intéressant de constater que lors de cet IFA, ces technologies descendent en gamme pour devenir un vrai vecteur de valeur qui n'est plus réservé à une élite cinéophile. Pour que ces technologies puissent s'exprimer, il faut du contenu. Aussi incroyable que cela puisse paraître, la nouvelle norme Blu-ray UHD est annoncée pour février prochain avec une quinzaine de titres et surtout l'intégration des nouvelles technologies d'amélioration d'image. Reste que le train du disque est passé et qu'en dehors de quelques cinéophiles acharnés, le Blu-ray UHD restera marginal. Les acteurs de la vidéo à la demande travaillent aussi sur le sujet, Netflix en tête, ce qui est déjà plus rassurant.

## Samsung : une TV

**En dehors des habituelles démonstrations technologiques du type écran de 82 pouces en 21/9 incurvé, Samsung n'a annoncé qu'une réelle nouveauté, la série JU6800.** C'est un téléviseur très fin et très joli qui propose à un prix encore démocratique une qualité d'image améliorée en Ultra-HD avec le fameux HDR, une luminosité accrue, le micro dimming et des couleurs enrichies. Le prix est de 1300 euros en 50 pouces, 1500 en 55 et 2 500 en 60. Cette série permet de s'équiper d'un grand écran doté d'une superbe image et d'une belle finition sans totalement se ruiner.



**Coca-Cola**

PRÉSENTE

LE **JEU VIDÉO**  
FAIT SON **SHOW!**

**#PGW**

# PARIS GAMES WEEK

**28 OCTOBRE | 2015**  
**01 NOVEMBRE**

**PARIS EXPO - PORTE DE VERSAILLES** **PAVILLONS 1 & 2.1**



**ENTRÉE  
FAMILLES  
PAVILLON 2.1**



**LA COUPE  
DU MONDE  
DES JEUX VIDEO**

**XBOX ONE**

**PlayStation**

**Nintendo**

**WWW.PARISGAMESWEEK.COM**

EN DIRECT SUR  
**funradio**  
LE BON DANCEFLOOR

## L'EQUIPE DU SALON

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

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

Laurence BEYLS  
Responsable Commerciale  
+ 33(0)1 76 77 11 61  
laurence.beyls@comexposium.com

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

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

un événement  
**comexposium**  
The place to be

**S.E.L.L.**



K321

# Hisense découvre l'Hexagone

■ Le fabricant chinois est un des gros faiseurs de la télévision et depuis des années, nous passons sur des stands pharaoniques sur tous les salons en nous demandant pourquoi la marque boudait la France. Désormais, cet oubli est réparé et depuis quelques mois, le fabricant s'implante dans l'Hexagone avec un certain succès. Il faut dire que la qualité des téléviseurs est plutôt impressionnante avec à la fois de la technologie et du design, le tout évidemment à un prix très doux. Hisense décide d'ailleurs d'entrer assez courageusement par le haut quand on connaît l'état du marché français. La gamme est quasi exclusivement en Ultra-HD avec des châssis très soignés et très fins. On peut ainsi citer un K321 en 50 pouces, simple mais vraiment doté d'une belle image à 749 euros. A l'inverse en plus haut de gamme, Hisense dispose d'une technologie ULED qui combine comme chez les autres grandes marques le local dimming au Quantum Dot et au HDR. Sans revenir sur l'explication de ces technologies, elles permettent d'améliorer le contraste et la fidélité chromatique pour s'approcher de l'OLED. A signaler que le local dimming chez Hisense couvre 240 zones ce qui est beaucoup pour un contraste il est vrai saisissant. Le XT910 en est équipé et vaut environ 3 000 euros en 65 pouces pour une image qui rivalise avec les productions les plus élitistes chez les acteurs classiques.



XT910

## La TV



# Philips : ambi-folie

■ Philips / TP Vision était le seul fabricant de téléviseurs à sortir du discours de la qualité d'image en UHD pour proposer une réelle nouveauté. Tout le monde connaît l'Ambilight, cette projection d'une lumière d'ambiance sur le mur autour de l'écran pour une expérience plus immersive dans le film ou dans le jeu. On aime ou pas. Après être passé au LED, le concept franchit un pas supplémentaire et propose un arc de cercle intégrant neuf pico-projecteurs à l'arrière. Capable de créer une projection d'un mètre autour de l'écran sur trois côtés, cela mène

le concept à un autre niveau. L'image principale est plus ou moins stylisée et projetée comme une sorte de variante abstraite. Evidemment, il est possible de choisir à quel point on retrouve l'image d'origine. Sur un clip musical ou dans un jeu vidéo, c'est franchement bluffant. Dans un film, on est stupéfait mais il faut se faire à l'idée. L'Ambilux arrivera en fin d'année sur un télévisuel UHD de 65 pouces à un prix encore inconnu. Si l'effet est saisissant, il faudra voir à l'usage si ce n'est pas trop envahissant mais au moins Philips innove en TV.



# JDLI.COM

fait peau neuve !



Etre au courant de tout  
**IMMÉDIATEMENT !**



## TCL

### L'image et le son

■ **Contrairement à de nombreux fabricants chinois, TCL a fait le choix de se battre sur la qualité plutôt que sur le prix.** Une politique bien illustrée par son nouveau vaisseau amiral dévoilé lors du salon. Le S88 est un téléviseur Ultra-HD au spectre de couleurs élargi et qui intègre d'autres raffinements pour améliorer l'image. Outre sa qualité d'image, le S88 nous a surpris par sa qualité sonore. Il intègre en effet dans son pied une barre de son signée Harman/Kardon. La disponibilité de ce modèle est imminente et on devrait trouver des S88 dès 1800 euros pour la version 55 pouces et 2800 euros en 65 pouces. Un produit au design très séduisant qui semble donc a priori présenter un très bon rapport qualité/prix.



## LG

### Projection révolutionnaire

■ **Le PF1000V est un vidéoprojecteur à focale courte de 1 000 lumens à moins de 1 500 euros.** Jusque-là, rien de bien étonnant. La compacité incroyable du projecteur, qui produit une image de 70 pouces à 10 centimètres du mur et de 100 pouces (2,50 m) à 60 centimètres, est déjà une belle performance. Une fois que l'on y ajoute une technologie LED avec une durée de vie de plus de 30 000 heures, on crie au génie. Pour le coup, la projection devient une réelle alternative pour qui cherche une très grande image bien moins chère que sur un téléviseur. D'autant que l'image Full-HD semble vraiment de grande qualité et la luminosité est suffisante pour ne pas avoir à obscurcir entièrement la pièce.

## La TV



# LG OLED forever

■ **LG persiste et signe alors que la plupart des constructeurs se désengagent de l'OLED, faute de pouvoir produire en nombre à un prix abordable.** Seul l'ultra haut de gamme demeure, chez Panasonic par exemple. LG continue à focaliser sa communication sur l'OLED avec une multiplication de modèles et désormais de nombreuses déclinaisons, y compris en incurvé, en plat et en Ultra-HD. Il est indéniable que ces téléviseurs sont magnifiques par leur aspect et leur image mais leurs prix sont astronomiques et sans réalité de marché, alors que la production peine à sortir un nombre de dalles suffisants. La marque coréenne table sur 6 000 modèles OLED vendus

en 2015, à mettre en perspective avec les cinq millions de téléviseurs LED. Cependant, LG annonce 200 000 OLED dans le monde en 2015 et un million en 2016. Même si en France, on passe le cap d'une dizaine de milliers, cela reste totalement confidentiel. Et les prix ne baissent plus. Chez LG, un 55 pouces Full-HD se négocie à 2 500 euros avec une résolution dépassée dans ces tarifs. Pour un OLED 55 pouces Ultra-HD, il faut compter 5 000 euros.



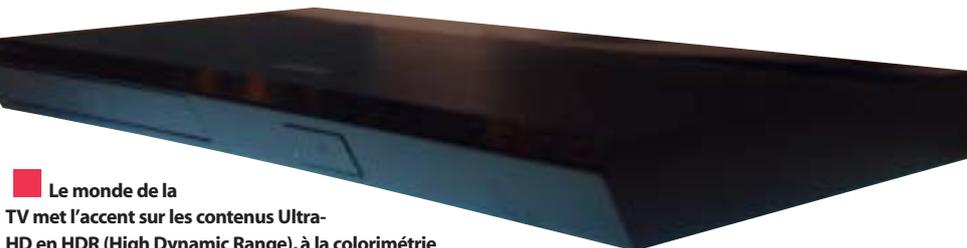


# Sony : une TV aussi

Le marché du téléviseur souffre et les constructeurs rechignent à renouveler leur gamme deux fois par an. Sony ne montrait qu'un nouveau modèle, qui plus est un 75 pouces à 7 000 euros. Magnifique et ultra-fin, il intègre évidemment les dernières technologies de Sony comme le Triluminos et le processeur X1 mais surtout, il est capable de restituer les couleurs étendues et le HDR. Ce téléviseur sera aussi doté d'Android TV car Sony passe la majorité de sa gamme à cette norme de smart TV. Les jours des solutions propriétaires semblent comptés et même s'il aura fallu des années, Android TV devrait s'imposer peu à peu. Pour autant, cela laisse le marché français de marbre car ce sont les box TV qui ont la faveur du public avec une implantation déjà effective. L'essentiel, soit l'accès aux principales sources de vidéo en ligne comme Netflix, est intégré partout.

# Samsung

## Un lecteur Blu-ray UHD, enfin



Le monde de la TV met l'accent sur les contenus Ultra-HD en HDR (High Dynamic Range), à la colorimétrie plus fidèle et encodés en 10 bits alors que les contenus UHD de base ne courent pas les rues. Il était donc grand temps que le lecteur Blu-ray UHD arrive enfin sur le marché, on n'y croyait plus ! La Blu-ray Disc Association, en charge de définir les normes, dispose surtout d'une qualité, celle de rater tous les trains. Déjà, le Blu-ray a été un échec commercial relatif, sans parler de la 3D qui a été un désastre. Difficile de croire, qu'avec une dématérialisation totalement entrée dans les mœurs, qu'un disque UHD va émouvoir les foules en dehors de quelques cinéphilas intégristes. Au moins, ce nouveau format intègre d'office les nouvelles technologies HDR et

autres pour une source la meilleure possible. De plus, la date du mois de février semble certaine avec une quinzaine de films, dont le premier sera Kingsman : Services secrets (Matthew Vaughn, 2015). Pour le matériel, seul Samsung présentait un lecteur Blu-ray UHD prévu à moins de 500 euros avec une sortie en février. Que les autres Sony, LG, Philips et Co n'en annoncent pas est inquiétant en soi mais au moins disposera-t-on d'une source qui permettra d'alimenter les nouveaux téléviseurs avec des contenus au niveau, même si c'est par un disque d'un autre temps.

## Amélioration de l'image

### Mode d'emploi



Comme le LED est désormais la seule technologie réellement en lice dans le monde de la TV si on excepte un OLED dans le très (très) haut de gamme, les constructeurs rivalisent en termes marketing pour démontrer les progrès réels du LED qui, sur certains points, se rapproche désormais effectivement de l'OLED. Derrière se cachent des technologies assez pointues et surtout difficiles à expliquer au consommateur comme le local dimming, le Quantum Dot, le HDR, l'espace colorimétrique sRGB et le 10 bits. Pour simplifier, tout réside dans la manière d'associer le rétro-éclairage à LED au panneau LCD. Première amélioration, plutôt que de mettre des LED dans le cadre et diffuser sur l'ensemble de la dalle par un jeu de miroirs, répartir les LED (le plus possible) à l'arrière sur toute la surface de la dalle et les contrôler individuellement améliore la profondeur de noir, le blanc et le contraste. C'est assez évident à comprendre. Ensuite, c'est surtout la manière de filtrer la lumière émise avant le panneau LCD qui conditionne le rendu. En le modifiant, il est possible d'étendre la palette des couleurs, de les rendre plus fidèles et plus vives, entre autres. La combinaison de ces facteurs aboutit à une image plus contrastée, des couleurs plus fidèles et plus vives, des blancs plus blancs et des noirs plus noirs. L'espace colorimétrique représente le nombre de nuances qui peuvent être affichées, le HDR ou High Dynamic Range signifie que l'on peut rendre des contrastes vifs, entre du clair et du sombre, proches les uns des autres sans perte de détails. Quand on parle de 10 bits, c'est qu'il faut plus d'informations à la fois pour retranscrire toutes les nuances. Le résultat est effectivement spectaculaire avec des noirs profonds, un contraste élevé et des couleurs magnifiques (comme l'OLED) mais le revers de la médaille réside dans des nuances qui deviennent criardes, particulièrement la peau. D'ailleurs aucune démonstration sur le salon ne montrait des visages en gros plan. Pour autant, l'image plus contrastée et plus saturée plaît, surtout au grand public. Pour que cette qualité d'image prenne toute sa dimension, la source doit être au niveau et c'est là que le bât blesse car les flux Ultra-HD actuels ne véhiculent pas suffisamment d'informations. En revanche, le futur Blu-ray UHD en est capable et des diffuseurs de vidéo à la demande y travaillent aussi, notamment Netflix.



## Un exemple à suivre

L'audio nomade et dématérialisé a bousculé le marché mais a également fait naître de nouvelles formes d'expression qui sont actuellement à leur apogée sur un marché globalement sain. Après les errements du volume à tout prix par des produits mode ou de piètre qualité audio, un retour au sérieux fait le plus grand bien à l'industrie du secteur. Le casque retrouve des couleurs et surtout propose une montée en valeur par la qualité. Le sans-fil progresse logiquement, la qualité audio est de retour, même en grand public, et la finition est soignée tout comme le design. L'enceinte Bluetooth, et sans fil en général, connaît une croissance phénoménale. Si le volume se fait sur l'entrée de gamme, la qualité fonctionne très bien aussi avec un haut de gamme en pleine forme. Les codes sont d'ailleurs similaires au casque. Même la chaîne stéréo se porte bien, tant qu'elle intègre le dématérialisé et la connexion. En audio-vidéo, les fabricants ont compris que les produits devaient se simplifier et fort logiquement la barre de son remporte tous les suffrages. Reste le multi-room sur qui reposent beaucoup d'espoirs mais la croissance demeure timide face au potentiel, surtout en raison d'une trop grande complexité. C'est cependant un point compris par les fabricants qui proposaient des solutions intéressantes sur cet IFA. Le message de la qualité passe aussi pour faire comprendre au public que musique dématérialisée ne signifie pas mauvaise qualité. Le label Hi-Res Audio se généralise et même s'il s'agit surtout d'un concept marketing, c'est une bonne chose. Rappelons que cela ne s'applique en principe qu'à l'acceptation en source de fichiers non compressés de qualité. Désormais, on l'étend à tout et surtout n'importe quoi, affublant un casque de l'étiquette Hi-Res Audio, juste pour une plage de fréquence soi-disant étendue. Ce n'est pas grave en soi mais les marques spécialistes du casque s'abstiennent le plus souvent. Autre moteur du marché, une tendance vintage qui se confirme, déjà par les platines vinyles, mais aussi par des chaînes, des casques et même des enceintes sans fil qui reprennent le look des années 50 à 70.



## Technics pour le peuple

L'IFA 2015 permet de mieux cerner la stratégie de Panasonic dans la résurrection de la marque Technics.

Après avoir assis l'image de marque très élitiste par des produits hors de prix, le grand public est désormais concerné aussi. Ainsi, Technics lance un casque audiophile supra-auriculaire de

salon à 1 200 euros. De technologie fermée et très bien fini, il est confortable et pas trop lourd. Sa particularité est de combiner un tweeter et un haut-parleur large bande dans chaque oreillette pour un rendu sonore il est vrai enthousiasmant car à la fois précis et aéré mais avec de la rondeur. La mini-chaîne Ottava est très désirable et livrée avec deux enceintes bibliothèque à 1 900 euros. Tout en aluminium, la partie électronique est dotée d'un lecteur de CD sur le dessus avec un capot rond en plexiglas qui se tourne pour mettre ou enlever le CD, très classe. Elle ne renie pas la modernité avec une connexion réseau WiFi et de l'USB. L'écran tactile est également très réussi. Le son est bluffant au regard de la taille des enceintes, notamment par sa spatialisation. Cependant, les basses demeurent discrètes et la chaîne se destine davantage aux amateurs de musique pas trop violente.



# Sennheiser Evolution naturelle

Le casque Momentum de Sennheiser aura marqué de son empreinte le retour à un casque audio fermé de qualité, à la fois en termes de fabrication, de design et surtout de restitution. Fort du succès du over-ear (circum-aural) et du on-ear (supra-auriculaire), Sennheiser avait sorti il y a quelque mois le Momentum 2 décliné de la même manière. A l'IFA, c'est désormais la version sans fil qui est annoncée et qui arrivera en octobre. Le résultat est spectaculaire, avec là encore un modèle supra et un modèle circum-aural. Ce dernier a nos faveurs car son confort s'avère exceptionnel. La finition est magnifique, tout comme le look avec du métal et du cuir véritable, sans parler de tons harmonieux. La transmission se fait en Bluetooth aptX et l'autonomie est de 20 heures. De surcroît, ces casques sont équipés de la réduction de bruit active. Nous avons essayé le modèle over-ear (449 euros) et les premières impressions sont plus que positives. La réduction de bruit est efficace sans affecter le son et sans créer une sensation d'isolement. Comme évoqué, le confort de port est parfait et surtout la restitution est enthousiasmante, avec beaucoup de clarté et d'aération mais aussi de la rondeur et de la chaleur sans excès. On s'approche dangereusement du casque idéal qui réunit un design magnifique, une finition parfaite, une réduction de bruit efficace, un confort maximal et surtout un rendu audio magnifique.



## Plantronics Casque poids plume

Plantronics est un acteur assez récent du casque audio, du moins en grand public, car c'est le numéro un mondial dans le monde professionnel. C'est d'ailleurs une filiation qui ne peut pas se démentir. Plantronics sort peu de modèles mais à chaque fois, ils sont le fruit d'une longue gestation et posent des jalons. Plantronics s'en tient d'ailleurs au sans-fil en Bluetooth, sa spécialité. Le Backbeat Pro avait impressionné par sa qualité mais au niveau design, on

restait sur l'austère du monde professionnel. Le Backbeat Sense marque une étape, Plantronics semblant avoir compris que les codes du pro ne s'appliquaient pas en design grand public. Il s'agit d'un supra-auriculaire sans fil dont la première caractéristique est une légèreté extrême (140 grammes) pour un confort de port maximal. Les mousses des oreillettes sont à mémoire de forme, le serre-tête est auto-ajustable et les coques sont articulées sur deux axes. Effectivement, le Sense peut revendiquer un confort rarement atteint avec un casque supra sans fil. Les commandes sont intuitives avec notamment une couronne autour d'une oreillette pour régler le volume. L'autonomie est de 18 heures environ ce qui est très long et le rendu sonore est très plaisant, à la fois fidèle, dynamique et aéré, sans coloration particulière mais sans agressivité non plus. Il est livré avec une belle pochette de transport, un câble de charge et un autre de connexion filaire. Disponible en octobre à 179 euros.



## Audio-Technica Du bois sur l'oreille

Audio-Technica lance un nouveau casque supra-auriculaire audiophile, le ATH-W1000Z à 790 euros. Les oreillettes sont en bois précieux, du teck plus exactement, et surtout le design reprend celui d'un casque mythique du fabricant. Il est vrai qu'il est magnifique avec son look délicieusement vintage. Le port est très confortable et du peu que l'on puisse juger sur un salon, le rendu est aéré et dynamique.



## Yamaha Son sans frontière

Tout le stand à l'IFA tournait autour de Music Cast, le système multi-room novateur dont nous vous parlions dans le JDLI 296. Rappelons que le principe est de placer le module multi-room dans une majorité d'appareils avec un paramétrage ultra-simple et des possibilités infinies. En addition aux produits annoncés précédemment sortiront en novembre deux mini-chaines MCR-N670 à 849 et MCR-N870 à 1150 euros qui sont franchement belles. Extrait de ce système, le lecteur CD et réseau CD-NT670 à 449 euros pourra servir à rendre toute chaîne compatible Music Cast, une riche idée pour accéder aux contenus en ligne et à toute sa musique dématérialisée sans compromis sur la qualité car l'appareil est équipé de convertisseurs Burr Brown.





## Samsung

### Un son plus sage

■ Samsung continue à étendre sa gamme multi-room avec deux enceintes 360 degrés un peu plus consensuelles que les R7 en forme de goutte. La R1 à 199 euros et la R2 à 299 euros sont des cylindres qui diffusent donc la musique tout autour. Le son semble correct, pour autant que l'on puisse en juger sur le salon. Samsung a surtout refait l'application Wireless Audio désormais plus simple avec un concept qui mêle toujours intelligemment musique et audio-vidéo en incluant par exemple des barres de son.

## Onkyo

### Mariage réussi



■ Réunis sous une même structure, Onkyo et Gibson unissent leurs efforts pour une gamme audio mobile réellement enthousiasmante basée tout autant sur la qualité sonore que sur des matériaux originaux et qualitatifs. Ainsi, on retrouve par exemple des câbles tressés bicolores du meilleur effet et un large usage du métal brossé. Le casque H500 est un supra-aural magnifique, très bien fini et au rendu audio à l'avenant pour un prix raisonnable de 179 euros, une version

Bluetooth sortira aussi à 229 euros. L'année prochaine s'ajouteront des intras qui seront les premiers à être complètement sans fil, c'est à dire sans câble reliant les deux écouteurs entre eux. L'enceinte Bluetooth X6 à 200 euros en métal propose également une esthétique des plus réussies avec un son chaud et huit heures d'autonomie.



# Audio-Technica

## Vintage moderne

■ Il y a les fabricants qui proposent des platines pas chères mais dont la qualité audio laisse franchement à désirer. Ensuite, il y a les

platines pour DJ à des prix logiquement plus élevés et des platines audiophiles pour le coup hors de prix. Difficile pourtant de trouver une platine moderne de qualité à brancher sur sa chaîne ou tout autre moyen de diffusion, le tout à prix abordable. Pionnier et acteur principal de la cellule, Audio-Technica lance enfin une platine qui répond à ces critères pour un prix très correct de 449 euros. Elle bénéficie déjà d'un beau châssis en ABS renforcé en dessous par du métal pour une stabilité optimale. Cette AT-LPS dispose en outre d'un moteur direct drive, à la fois précis et sans entretien. Le plateau en métal moulé, mais ré-usiné ensuite, garantit une rotation stable et une sensibilité réduite aux vibrations. Le bras de forme incurvée reste aligné avec le sillon de l'extérieur à l'intérieur du disque avec une tolérance de moins de deux degrés. La suspension du bras est en métal et à



roulement, le tout réglable simplement. Audio-Technica a opté pour une cellule AT95 déjà de bon niveau, à laquelle s'ajoute le suffixe X car la suspension a été améliorée pour une attaque plus vigoureuse.

A l'écoute, la dynamique des instruments est impressionnante mais le rendu semble plus adapté au classique, au jazz, au blues, au rock et à la pop qu'à l'électro. Très belle, cette platine devrait être un grand succès car quasi seule sur son créneau.

# Yamaha

## Cinéma sans contrainte



■ Yamaha présentait une des premières barres de son Dolby Atmos et DTS X avec donc une prise en compte de la hauteur dans la spatialisation. Cette YSP-5600 sera vendue 2 000 euros seule et 2 290 avec un caisson de basses sans fil (mandataire selon nous). Certes, ce n'est pas donné mais la technologie derrière est impressionnante avec pas moins de 44 haut-parleurs dans la barre. Elle est assez imposante mais demeure finalement discrète sous le téléviseur, surtout à comparer avec un home cinéma classique. Nous avons eu la chance de regarder et surtout entendre la

scène de l'attaque navale de Kings Landing dans Games of Thrones et il faut reconnaître que c'est vraiment bluffant. Si le son n'est toujours pas vraiment à l'arrière, en revanche il est bien tout autour. L'immersion est incroyable. On a l'impression d'être au centre de l'action avec une réelle spatialisation dans les trois dimensions. Avec un investissement conséquent mais raisonnable au vu de la qualité du produit, le cinéophile pourra se créer un cinéma à la maison vraiment immersif avec un encombrement ridicule.



# Philips

## Multi-room simplifié

**Si le multi-room promettait l'eldorado pour l'audio, la réalité est toute autre et le concept a du mal à s'imposer au-delà des passionnés de son qui suivaient déjà Sonos depuis un certain temps.**

La raison est simple. Le commun des mortels ne comprend rien aux termes et à l'installation avec un raccordement en WiFi sur la box et une terminologie qui le dépasse complètement. Ajoutez à cela une distribution qui peine à mettre en scène si on ne leur paie pas un shop in shop et on comprend que les volumes n'augmentent pas tant que cela. Philips / Gibson s'est attaqué au problème et a simplifié grandement le concept, même si cela se fait au détriment de la versatilité. La musique arrive sur le système en Bluetooth. Il suffit de s'appairer à un appareil mobile. Dès lors, on peut y diffuser la musique de son smartphone ou service en ligne comme Spotify. Cette manière de faire est passée dans les mœurs désormais. Ensuite, les appareils du système se relient automatiquement entre eux par un WiFi

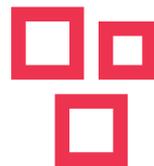
propriétaire. Il suffit d'appuyer sur un bouton. De même, on pourra choisir d'intégrer ou non un élément à l'écoute par une pression sur un bouton. Pour l'heure, la gamme Izzy comprend une enceinte filaire, la BM-5 à 129 euros et une mini-chaîne avec lecteur CD et radio FM, la BM50 à 280 euros. Elle permettra du coup d'entendre partout la radio et le CD, des moyens d'écoute encore largement répandus. Si ce n'est pas une approche technologique ou audiophile, Philips simplifie vraiment le multi-room. Il ne reste plus qu'à trouver un nom français plus passionnant que multi-pièces.



## Sony : marketing haute résolution

**Initiateur du logo Hi-Res Audio, Sony décline habilement les produits sur un concept qui reste flou et donc parfait pour faire devenir audiophiles des produits abordables avec une caution de qualité.** Ce n'est pas un problème en soi, il faut juste comprendre qu'entre un baladeur miniature Walkman NWA25 à 279 euros et un modèle réellement audiophile à 1 000, il ne faut pas s'attendre au même résultat.

D'ailleurs, Sony communique plutôt sur des concepts marketing d'amélioration du son que sur des composants. Ce petit baladeur lit les fichiers audio 24 bits / 192 KHz, ce qui lui vaut l'appellation et propose une réduction de bruit intégrée en accord avec le casque intra livré. Sony lance aussi deux casques Hi-Res Audio déclinés en cinq couleurs, un intra et un supra, tous deux à 180 euros. Là encore, le label Hi-Res relève surtout du marketing mais cela n'empêche pas ces casques d'être magnifiques avec pour le supra un son qualitatif à l'essai.



SALON

IFA 2015 37



## Pure Radios en bois

**Pure a dévoilé lors de l'IFA sa nouvelle gamme de radios numériques et Internet, à commencer par la Evoke F3, avec Bluetooth et Spotify Connect intégrés.** Nous avons également pu découvrir la troisième génération des radios numériques One Mini, Midi et Maxi, le nouveau radioréveil Siesta Rise ainsi que la nouvelle série Evoke C. Cette série de systèmes audio tout-en-un adopte un design très réussi, en bois avec des angles arrondis. La série compte trois radios : Evoke C-D4, C-D6 et C-F6 qui intègrent la radio numérique, FM et Internet, le Bluetooth et le CD.

## Parrot Moins de bruit

**Parrot lance la troisième itération de son casque à succès, le Zik 3.** Toujours sans fil et bardé de technologie, il se distingue par un port plus agréable et un revêtement matelassé des écouteurs qui est tactile, un exploit. Particularité, le casque dispose désormais de sept niveaux de réduction de bruit et Parrot est en train d'établir une carte mondiale du bruit environnemental grâce aux données recueillies par les utilisateurs. Le Zik 3 est compatible iWatch et Android Wear pour son pilotage par une montre connectée. La recharge peut se faire par induction mais le chargeur nécessaire ne sera peut-être pas inclus dans l'offre de base. Tout cela est très hype alors que la restitution sonore est toujours aussi typée.



# Bullitt Ministry Of Sound



■ C'est la firme anglaise Bullitt qui a récupéré la lourde tâche de développer une gamme audio utilisant le nom d'une des discothèques les plus connues au monde. Les quelques produits présentés sur le salon nous ont agréablement surpris. La gamme d'enceintes a particulièrement attiré notre attention. Malgré des tarifs très abordables (99 euros pour le modèle de base Audio S), ces enceintes proposent un son puissant et relativement équilibré en plus d'un look soigné et d'une conception intelligente. Les trois tailles (S, M et L) sont déclinées dans des versions « Plus » connectables en WiFi et Airplay. L'application multi-room est simple à utiliser et offre la compatibilité avec la plupart des grands services de streaming. Ministry Of Sound devrait être disponible en France dans le courant du mois de septembre.



# B&O Play Sans fil de taille



■ Après la A2 mobile et la Beolit 15 déjà cossue, B&O Play lance l'enceinte sans fil A6. Si elle demeure transportable, elle est aussi de taille conséquente et alimentée par secteur. Tout en longueur, sa forme promet une acoustique exceptionnelle. Cette fois-ci, il s'agit de la placer près d'un mur pour profiter de sa réflexion pour un son spatialisé sur 180 degrés. La coque en plastique demeure invisible car entièrement recouverte par un tissu gris du meilleur effet. Cette façade amovible pourra d'ailleurs être changée pour varier les couleurs (129 euros). Comme toujours, le design est magnifique. A l'intérieur, il y a débauche de technologie avec deux woofers de 10 cm et deux tweeters de 2 cm en façade ainsi qu'un 4 cm large-bande en opposition à l'arrière. Le tout est alimenté par cinq amplificateurs classe D séparés pour une puissance totale de 240 W RMS. Autant dire qu'il est possible de sonoriser une très grande pièce et le rendu est franchement étonnant par sa présence alors que l'encombrement reste limité. La transmission se fait en Bluetooth, en AirPlay et en WiFi. Par ailleurs, la A6 est compatible avec l'application multi-room BeoLink et Spotify Connect. Pour s'offrir ce monstre esthétique, il faudra déboursier 999 euros.

## L'audio

# Thomson Audio Vidéo Vers le haut

■ Parmi les nouveautés présentées par Thomson Audio Vidéo, on notera la tour premium Ruban vendue

400 euros. La puissance est de 300 W et un soin particulier a été apporté au rendu sonore. Elle intègre un lecteur CD, ce qui n'est plus si courant, le Bluetooth, une prise USB de lecture et une autre de charge. L'écran OLED affiche un menu déroulant pratique. Elle sera disponible en novembre prochain. Thomson Audio Vidéo présentait également des tourne-disques (150 euros) et son nouveau système multi-room qui a la particularité de reposer sur un système hybride en Bluetooth et radio-fréquence. Ce système ne permet pas d'écouter des morceaux différents sur chaque satellite mais a l'avantage d'être très simple à paramétrer et surtout de faire baisser le prix ! Le look est plutôt réussi, notamment la finition blanc et bois. Comptez 250 euros. De manière générale, la stratégie de Thomson Audio Vidéo est de redessiner ses produits de manière à construire une cohérence au niveau du design.



# BigBen Interactive Le paradis des ados

■ Le stand de BigBen Interactive a très certainement plu aux plus jeunes et spécialement aux ados. Ils ont pu y découvrir une nouvelle barre de son avec un design très « jeune » (l'Union Flag en mode glitter notamment !).

Cette barre de son de 90 W, USB et Bluetooth, devrait remplacer les chaînes HiFi dans les chambres d'ados (99 euros). Dans la même veine, BigBen Interactive propose un nouveau radio réveil, à 35 euros, et tout aussi travaillé au niveau du look. Un projecteur permet d'afficher l'heure au plafond mais on peut aussi couper l'écran et être dans le noir complet. La tour de son TW7, à environ 100 euros, se pare de LED autour des haut-parleurs et sur les côtés. Elle intègre un port de charge USB tout comme beaucoup des nouveautés de la marque. Le Robot Karaoke est une enceinte avec micro qui permet de chanter sur la musique, de s'enregistrer et de réécouter sa prestation (50 euros)..





TELLEMENT LEGER  
QU'IL SE FAIT OUBLIER

## BACKBEAT SENSE

UN CONFORT EXCEPTIONNEL POUR ALLER AU BOUT DE VOS PLAYLISTS

**LÉGER**  
Poids plume de  
140 grammes

**SANS FIL**  
Jusqu'à 100  
mètres de portée

**INTUITIF**  
Capteurs intelligents pour  
une utilisation simplifiée



**CONFORTABLE**  
Serre-tête auto-  
ajustable et mousse à  
mémoire de forme

**ENDURANT**  
Autonomie  
de 18 heures

Pour plus d'informations : [www.plantronics.com/fr](http://www.plantronics.com/fr)



## Work in progress

L'IFA fut assez pauvre en réelles innovations ce qui est logique après un CES exceptionnel de ce point de vue. C'est l'heure des premiers comptes aussi et la désillusion est grande, un lendemain de cuite en quelque sorte. Comprenons-nous bien, cela n'entame en rien le potentiel des nouveaux marchés, c'est juste qu'il faut du temps et aussi que les fabricants comme les enseignes comprennent que c'est un marché d'offre et pas de demande où l'usage réel et sa mise en scène vont conditionner la réussite. C'est là que le bât blesse et que le comportement des géants de l'électronique est relativement incompréhensible. Ils restent sur les concepts initiaux, même si manifestement il n'y a pas d'usage, ni aucun engouement. La montre connectée est un échec car il n'y a pas de réel usage pour l'heure et que les inconvénients priment sur les avantages. Pour autant, les fabricants s'acharnent à en sortir des nouvelles tous les six mois sans remettre en cause les fondements qui ne fonctionnent pas. Une montre dont l'autonomie est d'une journée, qu'il faut incliner pour lire l'heure et qui n'apporte pas autre chose de réellement utile que les notifications ne se justifie pas, un point c'est tout. Même si à l'IFA elle est plus jolie, mieux finie et se recharge sans fil, cela ne change rien. Pourtant la réussite des montres GPS de sport devraient faire réfléchir certains. Dans une montre connectée généraliste, la partie sportive est intégrée de manière anecdotique sans réelle utilité. Le domaine du sport, du bien-être et du fitness est d'ailleurs un des plus prometteurs de l'objet connecté. Les idées fusent, les usages se trouvent et les choses s'améliorent, on est sur la bonne voie. Sans doute un des premiers segments de l'objet connecté qui va devenir rentable et l'IFA en a été le reflet, dans le hall fitness notamment. La santé connectée est toute aussi prometteuse mais les choses sont un peu plus longues à se mettre en place ce qui est logique dans un domaine où les enjeux sont la vie. Surveillance personnelle, médecine à distance, aide à la prévention : les sujets ne manquent pas, que ce soit en professionnel ou en grand public. Ce n'est pas tant par les produits que par le traitement applicatif que le secteur doit évoluer mais la machine est en route et ce sera à n'en point douter un marché gigantesque. La domotique, ou smart home pour parler moderne, recèle un potentiel formidable aussi, pour peu que l'on comprenne la demande et les enjeux. Ainsi en France, la clef d'entrée est l'alarme connectée et ensuite l'extension peut se faire vers le reste comme le pilotage et la régulation. Autre point d'intérêt croissant : l'économie et la maîtrise de l'énergie. Surtout, il faut migrer d'un marché d'installateurs vers un marché grand public et pour cela la mise en place et la compréhension doivent être immédiates. Les géants de l'électronique ne comprennent manifestement pas ces enjeux car ils multiplient les systèmes complexes où l'alarme est secondaire au mieux.

## TomTom court en musique

Alors que TomTom est un acteur récent de la montre GPS de sport, le constructeur européen se démarque systématiquement par des idées d'usage évidentes telles que le cardio-fréquencemètre intégré. Et cette fois-ci encore, TomTom innove intelligemment, là où les historiques du secteur ont du mal à se renouveler. La nouvelle version de sa montre devient en fait une famille nommée Spark. Le corps de la montre est commun avec une réduction en poids et en épaisseur significative avec à la clef un confort de port bien meilleur, un des rares défauts de la précédente version. L'écran noir et blanc inversé est plus grand et surtout plus contrasté avec une visibilité optimale en extérieur. L'ergonomie, déjà excellente par un bouton de commande unique, a encore été améliorée. Désormais, tous les modèles sont multisport avec l'ajout notamment du vélo d'appartement. Un traqueur d'activité est également intégré avec suivi du temps actif, des pas et du sommeil. Mais la vraie nouveauté réside dans l'ajout d'un baladeur MP3 doté de 3 Go (non extensible). C'est une idée de génie car on peut enfin se passer du smartphone encombrant pendant la course à pieds. Le transfert de musique se fait par copier / coller sur PC, rien de plus simple et il est possible de créer des playlists. Pour écouter, il suffit d'appairer un casque Bluetooth de sport quel qu'il soit, une riche idée. Enfin, TomTom a décidé d'être très agressif sur les prix avec une gamme complète qui s'adapte à l'usage. La montre multisport simple sans rien d'autre sera vendue 149 euros. Ensuite, s'ajoute le lecteur MP3 ou le cardio pour 199 euros. Pour 249, on dispose des deux. Un pack avec un intra-auriculaire de sport sans fil coiffera la gamme à 299 euros.



## Admea : convecteur connecté



**Admea, qui dispose de la licence Thomson petit électroménager en France, annonce un concept de convecteurs électriques connectés vraiment bien pensé.**

Déjà, le prix de la connexion n'augmente pas beaucoup le prix. Ainsi, un convecteur en céramique de 1 000 watts vaudra 250 euros et pour de la fonte plus efficace énergétiquement et une puissance de 1 500 watts déjà plus confortable, il faudra compter 400 euros. Bien entendu, on peut toujours programmer chaque radiateur individuellement par son panneau de commande et un petit écran LCD mais ce n'est guère ergonomique. Le convecteur intègre donc simplement un module WiFi avec connexion au réseau domestique pour une gestion à distance. L'application iOS et Android permet déjà de gérer un radiateur manuellement et de créer des plages d'utilisation sur une température donnée. De plus, l'application affiche la température de la pièce et celle que l'on veut obtenir. Ensuite, Admea a ajouté des programmes préexistants de type température de confort aux horaires de présence habituels et plus frais en dehors. Bien entendu, on peut aussi déclencher à distance si on rentre plus tôt et personnaliser chaque programme

à sa guise. Plus intéressant, il est possible de gérer autant de convecteurs que l'on veut par groupes. Tout cela permet de gérer son chauffage de manière écologique et confortable sans investir des sommes pharaoniques et avec une efficacité énergétique qui s'approche du central dès lors que l'habitat est bien isolé. Sortie prévue courant 2016.



## HDSN : dans la piscine

**La start-up française qui a lancé e-sylife, le premier système simple et convivial de gestion domestique de l'énergie et qui accessoirement transforme toutes les alarmes traditionnelles en connectées, est un bon exemple du dynamisme des petites entreprises et des ingénieurs français.**

Récompensé aux Prix de l'Innovation 2015, le système a néanmoins du mal à trouver le chemin des étagères dans les grandes enseignes françaises qui attendent que les géants de

l'électronique leur proposent des solutions avant de tenter le coup avec des petites structures. Ils risquent d'attendre longtemps et de voir le train passer. HDSN innove de nouveau en lançant un module piscine qui complète le système et permet au propriétaire d'anticiper la dégradation de l'eau. Celui qui a la chance d'avoir une piscine le sait, une fois que l'eau est trop dégradée, les mesures à prendre sont lourdes alors qu'en amont, un petit traitement ou renouvellement partiel aurait sauvé la situation.



## Netatmo

### Dans le sens du vent

**L'acteur français de l'objet connecté original complète sa station météo connectée par un anémomètre qui mesure la force et la direction du vent.** Il se connecte en sans-fil à la station principale et a pour originalité d'utiliser une technologie d'ultrason qui évite les pièces mobiles et offre aussi une plus longue autonomie sur piles. Le module additionnel sort en octobre à 99 euros mais il faut déjà en avoir l'usage, tout le monde n'ayant pas une villa en bord d'océan atlantique tout en pratiquant le kitesurf...



## Sleepace

### Dormez en paix



**Sleepace est un système qui combine un capteur et une lampe, la Sleep Light.** Il permet de recueillir des informations sur le sommeil de l'utilisateur et surtout de l'améliorer. La ceinture placée sur le matelas compile des informations sur le souffle, les cycles de sommeil, les battements du cœur et les mouvements du corps. Il peut identifier les meilleurs moments pour déclencher la lampe qui produit une lumière naturelle reproduisant l'aurore. L'utilisateur sera donc réveillé en douceur et au meilleur moment. Les deux produits sont déjà disponibles (149 euros pour chaque) et se connectent au smartphone via une application iOS et Android.





## Runtastic Horlogerie active

■ Runtastic lance une montre connectée Moment qui est plutôt centrée sur le bien-être que sur le sport. Déjà, c'est une montre à aiguilles des plus classiques avec pour seule particularité un sous-cadrans qui indique la progression de l'activité selon l'objectif et le passage en mode nuit. Elle se décline en quatre gammes et en différentes couleurs. Elle fonctionne sur une pile qui dure six mois. C'est donc une vraie montre. A l'intérieur se cachent des capteurs qui indiquent le nombre de pas, la distance, les minutes actives, les calories brûlées et les cycles de sommeil. Tout cela s'affiche dans l'application. A noter que la Moment est étanche à 100 mètres. Elle fonctionne avec l'application Runtastic et sera vendue entre 130 et 200 euros selon les modèles.

## Ilockit



### Vélo sous surveillance



■ Même si cet IFA n'aura pas été très riche en termes d'objets connectés, il est quand même toujours aussi ahurissant de voir à quel point les mastodontes de l'électronique manquent d'imagination avec la vingt-huitième montre connectée qui ne sert à rien alors que des étudiants trouvent des usages évidents et proposent un produit fini en moins d'un an... Ici, il s'agit d'un cadenas connecté pour vélo de ville. Il remplace celui d'origine qui vient mettre un arceau en fer entre les rayons et qui équipe de nombreux VTC. A défaut de fixation disponible sur le cadre, un kit est commercialisé pour y palier. Le cadenas communique avec le smartphone en Bluetooth LE et dès que le propriétaire s'éloigne du vélo, le cadenas se ferme puis inversement s'ouvre en revenant. Une idée simple et évidente. Cela n'empêche pas de voler le vélo en le soulevant mais une sirène intégrée se met alors à sonner et si le smartphone est à portée dans un rayon d'une trentaine de mètres, le propriétaire reçoit une notification. Voilà un usage évident de l'objet connecté qui apporte du confort et de la sécurité.

## Les objets connectés

### Devolu Sous l'eau



■ L'acteur historique du CPL diversifie ses activités car ce secteur devient de plus en plus un marché de prix où l'innovation se fait rare. Assez logiquement, c'est du côté de la domotique que Devolo s'est diversifié car à la base de leur système Home Control, la centrale communique en CPL avec la box du réseau domestique, une solution simple et surtout sans aucun paramétrage. Ensuite, il y a comme chez les autres de nombreux modules avec pour différence une création de scénarios vraiment simple dans l'application. Cependant sous l'angle français, Devolo commet la même erreur que les autres en ne mettant pas l'accent sur la partie alarme qui est vraiment la seule préoccupation majeure pour le smart home. Déjà sortie chez nos voisins, la solution Devolo arrive sur le marché français en novembre. Le



constructeur allemand annonce d'ailleurs pour la fin d'année une sirène 110db qui manquait cruellement, ainsi qu'un hygromètre et un avertisseur d'inondation. Ces extensions seront rejointes en début 2016 par des prises murales programmables que l'on peut mettre à la place des existantes et qui pourront à la fois piloter ce qui y était déjà raccordé et ce que l'on veut par le système Home Control.

## Basis Peak Intel Inside disponible en France



■ Basis, une entreprise d'Intel, a profité de l'IFA pour annoncer la disponibilité en Europe de sa montre d'activités Basis Peak et sa compatibilité avec Runtastic désormais. Ce traqueur d'activité avancé permet de suivre les performances physiques (notamment le rythme cardiaque) mais compile également des données sur le sommeil. Ses multiples capteurs et la technologie BodyIQ permettent de détecter automatiquement les différentes activités de l'utilisateur (marche, course, vélo, phase et qualité du

sommeil). La montre affiche également des notifications. Côté look, Basis mise sur un corps en aluminium et un écran tactile Gorilla Glass 3. La montre se décline en deux versions : noir mat avec bracelet à détails rouges et métal brossé avec un bracelet blanc à détails gris. Elle est étanche jusqu'à 50 mètres et affiche une autonomie de quatre jours. Enfin, la Basis Peak est un des équipements de suivi cardiaque officiels associés à l'application Runtastic Pro. La montre est disponible chez Amazon.fr, Boulanger et i-Run à 229 euros.



# Elgato

Smart  
home  
Apple

Si le multi-room promettait l'eldorado pour l'audio, la réalité est tout autre et le concept a du mal à s'imposer au-delà des passionnés de son qui suivaient déjà Sonos depuis un certain temps.

Elgato est le premier constructeur européen à disposer de la certification Apple Home Kit et reste malheureusement bien seul, juste accompagné par des acteurs américains peu connus du grand public. C'est pourtant une riche idée que de rendre tous les appareils domotiques compatibles entre eux dans un même écosystème. Après, il faut composer avec Apple, ses contraintes, un calendrier que lui seul maîtrise et toujours des nouveautés sous forme de « work in progress ». Ainsi, les possibilités sont limitées sous iOS 8, avec notamment l'impossibilité de créer des scénarios qui rendront la chose réellement intéressante, du style « un mouvement détecté et les volets s'ouvrent ».

Apparemment, il faudra attendre iOS 9 prévu sous peu pour que le Home Kit devienne réellement intéressant. Elgato propose déjà une prise intelligente, une station météo, un capteur de la qualité de l'air et un détecteur de porte. Ces objets

sont beaux et surtout simples à mettre en œuvre. Tout cela fonctionne très bien et prendra donc toute sa mesure sous peu. Va s'ajouter à la fin de l'année un détecteur de mouvement, une tête thermostatique pour radiateur à eau et plus tard un interrupteur mural tactile multifonction qui pourra à la fois commander un appareil Home Kit ou simplement la lampe reliée en filaire. Reste à espérer qu'Apple œuvre pour sa solution vraiment prometteuse car c'est la seule qui remédie simplement au problème de l'interopérabilité en domotique.



## Weena : bracelet intelligent



En dehors d'un usage toujours pas trouvé, un des principaux freins au développement de la montre connectée réside dans l'approche horlogère de la question.

Qui a besoin d'avoir l'heure au poignet réellement alors que le smartphone fournit la même information et que désormais rares sont ceux qui le quittent des yeux ? Personne, si ce n'est que la montre est un bijou, au même titre que la bague ou le collier. Les montres connectées actuelles sont de plus en plus belles mais encore à 1 000 lieux d'un bijou, sans parler d'une autonomie déplorable et de l'obligation de tourner le poignet pour lire l'heure. Un projet de start-up Sony (concept que seule une société japonaise peut imaginer en donnant du temps à leurs employés pour qu'ils développent pour la marque) a eu la riche idée de délocaliser la connexion dans un bracelet métal 22 millimètres standard. Ainsi, toute belle montre peut devenir connectée par le bracelet. Il fait office de traqueur d'activité, transmet les notifications et permet le paiement NFC. Un LED à la couleur paramétrable renseigne l'utilisateur en combinaison avec des vibrations. Le tout fonctionne avec une application évidemment. C'est une belle idée et la prouesse technologique de l'avoir intégrée dans un bracelet mérite d'être saluée.



## Atractive

Où est mon chien ? Que fait mon chat ?

Les humains suivent leurs activités, alors pourquoi pas les animaux ! C'est en tout cas la proposition d'Atractive qui présentait sur le salon deux produits.

Le premier est un GPS Pet Tracking qui permet de savoir via une application mobile où est son animal, en temps réel ou non. Très léger avec 35 grammes seulement, il intègre une alarme et la possibilité de paramétrer des zones de sécurité. Ainsi si l'animal sort du périmètre défini, le propriétaire est averti par une alarme. Le produit intègre une carte SIM et il faudra ajouter au prix un abonnement autour des cinq euros par mois. Le second produit est un véritable traqueur d'activité. On voit ainsi si son animal n'est pas trop fainéant. Le Tractive Motion donne diverses informations à commencer par le nombre de pas mais aussi la température et la lumière ambiantes.

## Floome

L'éthylotest connecté

Floome est un analyseur de souffle connecté. Il se branche sur le smartphone par la prise mini-jack, on souffle dedans et il affiche le taux d'alcool dans le sang. Voici donc l'éthylotest du futur qui fonctionne avec une application Android ou iOS. Cela lui permet d'aller plus loin et notamment d'estimer le temps que l'on sera inapte à la conduite. Le petit objet coûte 99 euros.





# Flimme Live stream



■ Découverte dans la partie Tech Watch du salon, **Flimme de la société Mevango est une application pour smartphone qui fait penser au Periscope de Twitter mais qui propose bien plus !** Le principe est simple, avec Flimme, les vidéos réalisées en live sont disponibles instantanément en ligne. Il suffit de partager le lien pour donner accès à ce que l'on est en train de filmer ! Bien sûr, on peut aussi partager la vidéo sur les réseaux sociaux. L'application permet aussi d'enregistrer et de stocker la vidéo dans le nuage. C'est gratuit et contrairement à Periscope, on peut filmer en mode paysage !

## Panono Panorama lancé

■ Le Panono est un **appareil photo un peu spécial. Equipé de 36 objectifs, il permet de prendre des photos panoramiques à 360° en haute résolution.** Pour prendre la photo, c'est simple. Il suffit de lancer l'appareil en l'air.



La photo sera prise au point le plus haut. On peut aussi le fixer sur une tige à la manière d'un smartphone. Un aperçu de la photo est immédiatement envoyé sur smartphone et le panoramique final est assemblé automatiquement dans l'espace Cloud de l'utilisateur. Si le résultat est vraiment impressionnant avec une vue réellement tout autour de l'appareil, on se demande aussi quelle en sera la réelle utilité. L'appareil peut stocker 400 photos et transfère les photos en USB ou via une connexion sans fil sur un PC. Le Panono est disponible en ligne à 1 500 euros.

## Les objets connectés

# Beurer sculpte le corps

■ **Beaucoup d'annonces pour la société spécialisée dans la santé et le bien-être.** La nouvelle montre d'activité AW 85 reprend les fonctionnalités de base comme le nombre de pas, la distance parcourue, le calcul de la consommation des calories, la durée de l'activité et l'atteinte de l'objectif quotidien. S'ajoute la possibilité de recevoir des notifications d'appels ou des messages entrants. Petit plus, la montre sert également de déclencheur pour faire des selfies avec son smartphone. Toutes les données sont transférées via l'application Health Manager. BodyShape permet de travailler sur son poids avec l'assistante virtuelle Emma et la balance connectée. Activité physique, entraînement, alimentation saine et conseils de mode de vie sont quelques-unes des fonctionnalités de cette application. Enfin, Beurer s'intéresse au sommeil de ses utilisateurs et leur propose une lampe 4-en-1 avec un mode réveil lumière du jour, une lampe de chevet, un réveil et une lampe d'ambiance. Elle est reliée à l'application LightUp. En parallèle, un capteur de sommeil analyse la respiration, le rythme cardiaque, les phases de sommeil et détecte l'apnée du sommeil le cas échéant. Il fonctionne avec l'application SleepExpert. Pas évident en matière de santé, Beurer a su développer une gamme de produits cohérents au niveau du design.



# Medisana Profil médical



■ **Peu connue en France, la société allemande Medisana est spécialisée dans les appareils médicaux.** Elle propose toute une gamme d'appareils connectés et a profité du salon pour présenter ses nouveautés. Ainsi, le nouveau capteur de sommeil Sleepace mesure et analyse le sommeil de l'utilisateur. Autre nouveauté, le lancement d'une gamme de thermomètres infrarouges connectés. La société propose par ailleurs des tensiomètres, des balances et des glucomètres, tous connectés et qui se

synchronisent pour compiler via une application toutes les informations santé de l'utilisateur dans un profil dédié. Ces informations peuvent ensuite être partagées avec un professionnel de la santé pour faire le suivi ou agir sur ce qui ne va pas. Philippe Hanquer, Manager Comptes Clefs Internationaux, nous a informés d'une arrivée probable et prochaine sur le marché français du bundle balance et traqueur d'activité, des discussions avec la distribution étant en cours.

# Cerevo

## Snowboard connecté

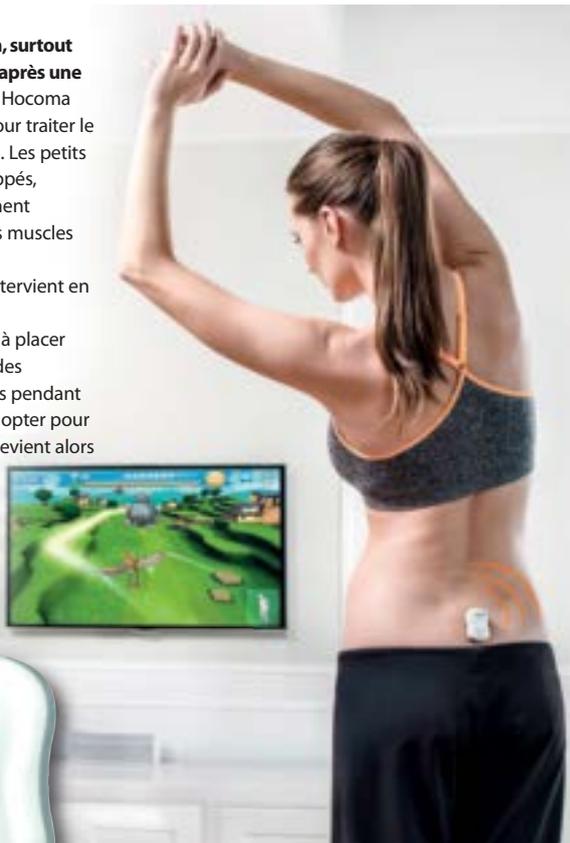
**Avis aux free-riders souhaitant améliorer leur style et leur technique.** La société Cerevo intègre dans les fixations du snowboard deux capteurs devant et deux derrière ainsi qu'un cinquième sur la planche. Pour compléter le système, l'utilisateur fixe sur son casque une caméra. Pendant la descente enregistrée en vidéo, les capteurs incrustent

des données telles que la vitesse, la distance, les accélérations, la position des pieds et la force d'appui ou encore l'inclinaison de la planche. Quand l'utilisateur visionne sa descente, le film intègre et affiche toutes ces données. Cela permet d'analyser la descente et de corriger ses mouvements comme sa posture. La descente est enregistrée sur smartphone et peut bien sûr être partagée. Les capteurs devraient être proposés à 500 dollars et la caméra à 300.



# Hocoma : Mal au dos ?

**Voici une des belles découvertes du salon, surtout quand un petit mal de dos est difficile à éviter après une journée à arpenter les allées !** La société Suisse Hocoma présentait sur son stand Valedo, une solution pour traiter le mal de dos qui est souvent d'origine musculaire. Les petits muscles de la colonne n'étant pas assez développés, d'autres plus longs prennent le relais et deviennent douloureux. La solution est d'entraîner les petits muscles de la colonne. C'est ce qu'un kinésithérapeute recommandera d'ailleurs ! C'est là que Valedo intervient en proposant un système de capteurs associé à un programme d'exercices. Les deux capteurs sont à placer dans le bas du dos et sur la poitrine. Couplés à des applications, ils permettent de contrôler le corps pendant que l'utilisateur fait ses exercices. On peut aussi opter pour une application un peu plus ludique. Le corps devient alors une sorte de joystick géant qui permet de contrôler le personnage dans un jeu vidéo. Bien sûr le principe reste le même : amener l'utilisateur à faire des mouvements qui muscleront la colonne vertébrale. L'application est disponible sur iOS et Android.



SALON

IFA 2015 45



# Petcube

## Jouer à distance

**Distribué et conçu en collaboration avec Pocketbook, le Petcube est un objet connecté pour le moins original.** Cette caméra est en effet conçue comme un accessoire pour animaux. Outre le fait de pouvoir observer ou parler à son animal à distance via une application, on peut également prendre le contrôle d'un pointeur laser intégré et motorisé. Il est donc possible de rendre folle votre boule de poils favorite depuis n'importe où dans le monde. L'application permet aussi à l'utilisateur de donner accès au Petcube à des tiers. Il sera disponible fin septembre pour 239 euros.

# Intel

## Smile for your coffee



**Outre les nouvelles gammes d'ordinateurs équipés de la sixième génération de processeurs Core, Intel a mis en scène sur son stand à l'IFA différentes applications basées sur la caméra Intel Real Sense.** Ainsi les visiteurs devaient par exemple afficher leur plus beau sourire pour obtenir un café. La caméra placée au-dessus de la machine était reliée à un ordinateur. Le visiteur devait sourire jusqu'à ce que la caméra l'identifie ce qui avait pour résultat d'activer la préparation du café. Autre utilisation très pratique : un prototype de système permettant de mesurer, toujours via la technologie Real Sense, le bagage à l'aéroport et donc de savoir s'il n'est pas trop volumineux pour aller en cabine.



# Logitech

## Harmony dans la maison

### Logitech annonce une nouvelle série de télécommandes Harmony.

Rappelons qu'il s'agit de piloter de manière intuitive tous les appareils du salon avec une seule télécommande, le tout en programmant des scénarios en ligne. Sauf que cette fois-ci, le pilotage s'étend au smart home avec la gestion, des lumières, de la chaleur ou encore des prises. Logitech clame une large compatibilité avec des systèmes existants. Au centre de ce dispositif, il y a le Hub Harmony qui assurera l'interface avec la télécommande, une application et les module smart home en se connectant au réseau domestique. La télécommande 950 est compatible avec cette nouvelle approche et dispose d'un écran tactile, le modèle Elite ajoute des fonctionnalités étendues. Harmony est compatible notamment avec les plateformes Nest, Philips Hue et Sonos. Logitech annonce plus de 270 000 références compatibles en smart home.



# Sphero

## Tout roule avec Star Wars

L'un des stands les plus fréquentés de cet IFA était celui de Sphero. Connue depuis quelques années pour ses drones sphériques certes amusants mais pas franchement passionnants, la société a réussi un grand coup en étant chargée par Disney de produire la version jouet du robot BB8, star du prochain Star Wars. Vendue tout

de même 150 euros, le BB8 est contrôlable depuis son smartphone ou à la voix et peut aussi être programmé pour patrouiller le domicile. La tête aimantée reste stable quand le corps sphérique roule ce qui produit son petit effet. L'interactivité a été soignée avec des mouvements de la tête pour signaler la peur ou le vertige ainsi qu'un rougissement de colère en cas de rencontres à répétition avec des objets. Ce sera sans aucun doute LE cadeau de ce Noël, d'autant que dès le premier jour de commercialisation, BB8 était en rupture de stock.



## Les objets connectés

# Awox : la connexion offerte

Après avoir inventé le concept de l'ampoule connectée, Awox cherche à la démocratiser. Ainsi, sa nouvelle gamme d'ampoules LED connectées sera intégralement vendue sous les 20 euros, soit à peine plus qu'une ampoule LED de marque. Pour convaincre l'utilisateur non spécialiste, ces ampoules connectées épousent la même forme que les modèles standards. La gamme va du sept au 13 watts en culot E27 et comprend également un projecteur G10. Awox présentait aussi la SmartPlug, une prise de courant connectée qui permet d'activer à distance un appareil électrique, de programmer l'allumage, l'extinction et de mesurer la consommation

électrique (30 euros). Enfin, la lampe décorative connectée SmartLight Ambiance est idéale pour illuminer un jardin. Elle affiche une autonomie de huit heures et elle est étanche. La Sphère peut se placer partout et le Cube permet même de s'asseoir dessus ou peut servir de table basse. L'application SmartControl permet de choisir parmi plus de 16 millions de combinaisons lumineuses. Disponible dès septembre à 150 euros.



# Panasonic Domotique modulaire

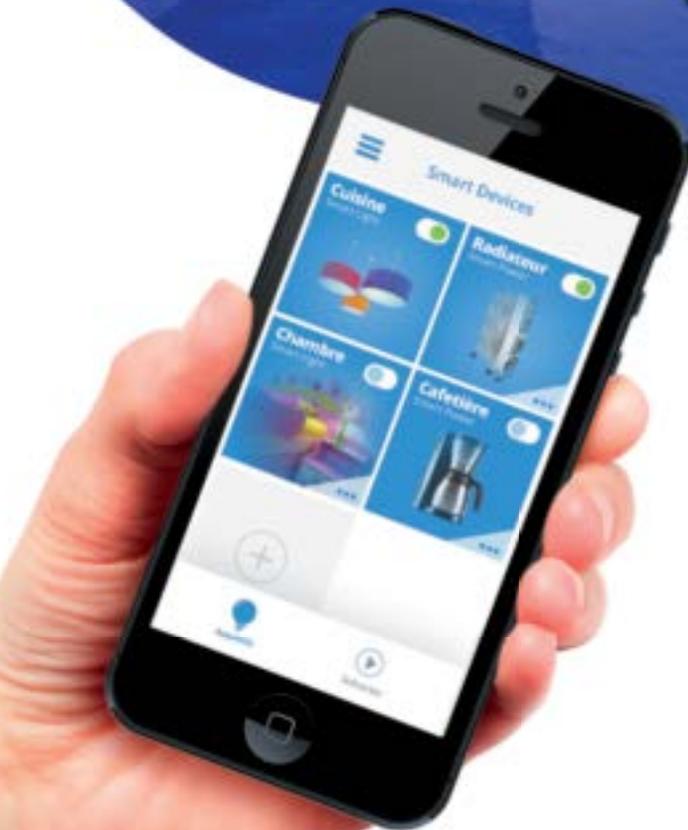


Panasonic se lance à son tour dans la solution domotique avec un concept modulaire très similaire à ce que proposent les autres

acteurs. Un hub central se connecte à Internet par la box et ensuite différents modules s'associent pour la création de scénarios sur l'application iOS et Android. Seule réelle différence, le protocole de communication est celui des téléphones résidentiels sans fil, le DECT. L'avantage réside surtout dans une portée bien plus longue. Les modules sont les habituels suspects avec le mouvement,

la prise intelligente, le capteur de bris de glace, etc. Panasonic lance d'abord un pack de base à 149 euros qui comprend un hub, une caméra et deux capteurs de mouvement. Comme les autres acteurs internationaux, Panasonic ne comprend pas que la seule porte d'entrée qui répond à une demande en domotique française est l'alarme et il faudra attendre pour voir arriver un pack sécurité avec sirène et clavier à code. Il semble toutefois que le système se distingue par une création de scénarios vraiment simple et intuitive.

# Gamme Smart pour la maison



## Smart Light

Créez vos ambiances.  
Ampoule LED multicolore  
à intensité variable.

## Smart Power

Gérez vos appareils et vos lumières  
où que vous soyez. Prise électrique  
pilotable à distance.



Téléchargez  
Smart Devices  
gratuitement



Télécharger dans  
l'App Store



DISPONIBLE SUR  
Google play

Disponible dès maintenant sur : <http://smart.avanquest.com>



## La raison

Le smartphone se vend très bien mais l'offre se radicalise entre une entrée de gamme de plus en plus fournie en fabricants et un haut de gamme qui demeure l'apanage des marques reconnues car l'achat est surtout statutaire. Le renouvellement se ralentit car les marges qui demeurent en entrée de gamme ne permettent guère des fantaisies, surtout en termes de marketing obligatoirement associé. La plupart des marques nouvelles en font l'expérience cruelle. Avec une offre si fournie, seule la communication et le marketing peuvent faire la différence, qu'elle existe ou non. Les marques qui arrivent avec « de grandes ambitions » et un budget marketing voisin de zéro s'en aperçoivent rapidement. Il en résulte des smartphones entrée de gamme qui continuent à progresser et désormais équipés de tout le nécessaire, voir au-delà, dans des châssis séduisants à moins de 200 euros. En haut de gamme, c'est le détail qui compte avec un écran UHD par ci et des écrans courbés par là. A signaler aussi que le marché de l'accessoire se porte comme un charme, tant le besoin de protection et d'énergie est grand. Sur le front de l'ordinateur et du deux-en-un, pas de grandes nouveautés ce qui est d'autant plus curieux que Windows 10 apporte enfin la réponse logicielle tant attendue pour allier tactile et souris. Il faudra attendre encore un peu. En revanche, le marché du jeu sur PC prend des dimensions insoupçonnées rien qu'à en juger par des stands pharaoniques qui prennent la même place que l'informatique traditionnelle chez certains constructeurs. La manne d'un marché, certes réduit en volume mais à très forte valeur ajoutée, attire les fabricants IT comme un aimant. Moniteurs 21/9 incurvés, casques de réalité virtuelle, machines de guerre, l'heure est à l'immersion vidéoludique.

## Lenovo : la tablette au cinéma

**Lenovo avait ajouté un projecteur à sa tablette 13 pouces, une diagonale extrême qui limite l'utilisation.**

Avec la Yoga 3 Pro, le concept est décliné sur une 10 pouces bien plus légère et plus maniable. Le pico-projecteur est désormais intégré sur le cylindre à la base qui permet aussi de faire tourner les pieds pour poser ou tenir la tablette dans de multiples positions, spécificité de Lenovo. Cela permet de projeter aisément partout une image de 70 centimètres avec une puissance qui passe à 50 lumens. Mais la 3 Pro plutôt dédiée à la vidéo dispose aussi d'un écran au-delà du Full-HD très lumineux et surtout d'une rampe de quatre haut-parleurs frontaux associés à une virtualisation Dolby Atmos qui crée un environnement sonore enveloppant. A l'écoute sur un salon pourtant bruyant, il faut reconnaître que c'est assez bluffant, le son le plus puissant jamais délivré par une tablette. Malgré cette débauche de technologie, le poids demeure contenu à 665 grammes et la finition n'a pas été oubliée avec un dos recouvert en partie de cuir véritable. Certes à 499 euros, c'est un segment très difficile en France mais on peut saluer l'effort de Lenovo pour créer une tablette qui se différencie vraiment.





## Intel : Core i version 6

**L'IFA était le moment idéal pour annoncer la sixième génération de processeurs Intel Core.** Ces processeurs reposent sur

l'architecture Skylake et sont gravés en 14 nm. La performance est ainsi doublée, l'autonomie triplée et les graphismes seront, selon Intel, 30 fois supérieurs. « Nos processeurs Intel Core i de sixième génération constituent l'avancée la plus significative que nous ayons vue dans le monde de l'informatique », déclare Kirk Skaugen, vice-président d'Intel et directeur général du Client Computing Group. « Ils permettent de profiter d'expériences révolutionnaires comme le contrôle vocal et permettent de supprimer



les mots de passe tout en assurant une sécurité renforcée. La combinaison des processeurs Intel Core 6ème génération, de Windows 10 et des nouveaux systèmes proposés par les constructeurs PC rend la période particulièrement propice à l'achat d'un nouvel ordinateur. » Au niveau des ordinateurs qui seront équipés de ces nouvelles puces, Intel annonce des châssis plus fins et plus légers. Le démarrage devrait aussi être bien plus rapide. Enfin, ces processeurs sont pensés pour toutes sortes de produits, du Compute Stick au PC de bureau mais répondent aussi aux demandes en matière de PC hybrides, 2-en-1 ou convertibles.

## Philips Affichage dédié

**MMD Philips a présenté à l'IFA un grand nombre de nouveaux moniteurs couvrant tout un ensemble de besoins, de la haute qualité d'image au jeu vidéo.** Le nouveau Philips E-Line intègre la

technologie Color IQ Quantum Dot et affiche des couleurs plus fidèles. Ces modèles s'adressent par exemple aux photographes professionnels. Le modèle 27 pouces sera vendu 339 euros. La 4K et la 5K sont également de la partie. MMD Philips lance par ailleurs un produit qui règle le problème de la lumière bleue sans pour autant diminuer les performances grâce à la technologie Soft Blue. Le 221S6QUMB est un moniteur station d'accueil pour notebook très pratique. L'ordinateur est relié en USB et tous les autres périphériques sont connectés directement sur l'écran. Pour ceux qui souhaitent créer une ambiance sur leur poste de travail, MMD lance un modèle embarquant un système Ambiglow dans le pied. Enfin quoi de mieux pour le jeu vidéo et une immersion totale que trois écrans QHD de la gamme incurvée. Tous ces moniteurs seront disponibles entre septembre et novembre 2015.



## Acer En mode prédateur

**Comme la plupart des autres constructeurs, Acer pense que la croissance est à chercher du côté des joueurs et a donc renforcé sa gamme dans ce sens avec désormais une marque Predator commune.** Les Predator 15 et 17 sont de nouveaux notebooks gamer au châssis de grande qualité et à la finition irréprochable. L'orientation haut de gamme se ressent sur le prix qui débutera à 1500 euros pour le 15 pouces et 1700 euros pour le 17 pouces. Plus intrigante était la tablette Predator 8 montrée pour la première fois au public. Cette tablette Android de huit pouces se veut la référence du jeu mobile. Pour cela, Acer a embarqué un puissant processeur Atom X7 mais aussi quatre haut-parleurs et un moteur de vibrations, capable d'offrir un retour de force dans les jeux. A noter que si la Predator 8 tourne pour le moment sous Android, un passage à Windows 10 serait également étudié. Pour finir, un smartphone construit sur la même logique est également prévu, il s'agit du Predator 6 dont on ne connaît pas encore la disponibilité.



# Acer

## Du PC en briques



Si Acer se concentrait clairement sur le jeu lors de cet IFA, nous avons pu apercevoir quelques autres produits intéressants.

Otre une version 4G du Switch 10, Acer présentait le Revo Build, un système de mini-PC modulaire de bureau. Le concept est très intéressant. Il suffit de

poser de nouveaux blocs sur l'unité centrale pour ajouter plus de stockage, une enceinte plus performante

ou encore un dock de charge sans fil. Pour la communication, le simple contact suffit. Cela permettra de mettre à jour le PC sans en changer, mais aussi d'utiliser des éléments individuellement comme un disque dur en mode externe. Reste à voir si ce concept ingénieux et bien pensé pourra convaincre face à des PC de travail de moins en moins chers.

# Alcatel One Touch

## Jeunes en goguette

Les nouveautés de la marque sont pour la plupart regroupées sous la bannière de la gamme Go, destinée à un public jeune et adepte d'activités en plein air. Il s'agit d'une montre connectée, la Go Watch qui est accompagnée d'un

smartphone, le Go Pop. Les deux produits adoptent une esthétique colorée et surtout une résistance à l'eau et la poussière. D'un point de vue technique, ils sont assez humbles mais cela ne se traduit pas pour autant par des prix planchers. Le Go Pop et son écran de 5,5 pouces se fait par exemple payer 200 euros tandis que la montre est facturée 130 euros. Des tarifs que justifie le traitement tout-terrain. Enfin, le très bon Idol 3 est décliné dans une version 3C identique

techniquement mais dotée d'un design revu et capable de changer de coque.



# Asus Next generation



Le petit hybride 10 pouces à succès de la marque se voit repensé sous la forme du Transformer Book T100 Next. Si le 2-en-1 s'affine nettement, le poids ne bouge pas.

La finition montre d'un cran, même si le nouveau design est un peu moins discret qu'auparavant. La connexion évolue dans le bon sens et passe à deux ports USB, dont un type C ce qui apportera nettement plus de flexibilité d'utilisation. Autre bon point, la charnière est désormais magnétique en lieu et place des crochets de la génération précédente. Ce T100 HA sera articulé autour du nouveau processeur Atom X5 et sera vendu à partir de 300 euros. Dans l'univers du PC fixe, on remarque l'arrivée d'une nouvelle génération de tout-en-un. Une nouvelle gamme franchement attendue puisque Asus n'avait pas introduit de nouveau modèle depuis plusieurs années. Le design est nettement affiné et plutôt joli. Les Zen AIO S Series seront disponibles en 22 comme en 24 pouces et embarqueront les derniers processeurs Intel Skylake. Les prix devraient commencer à 1100 euros. Asus annonce aussi le Vivo Stick, une



grande clef USB qui est en fait un PC. Il se branche en HDMI sur un moniteur ou un téléviseur et se différencie du Compute Stick d'Intel par l'intégration d'une batterie qui le rend autonome de toute source d'énergie.

# Archos : pluie de Diamond

Cet IFA fut riche en nouveautés pour Archos, à commencer par une nouvelle tablette, la Diamond Tab. Ce modèle de 7,9 pouces affiche de fortes

ressemblances avec l'iPad Mini. Une fois en main, on constate tout de même que la finition est en deçà. L'écran est de bonne qualité et le processeur

Mediatek ne semble pas avoir de problèmes à maintenir une bonne fluidité. Ajoutez à cela un prix agressif et on pourrait tenir une bonne affaire lors de la sortie de cette tablette en octobre. La famille de smartphones Diamond s'agrandit au passage de deux nouveaux modèles. Le premier est le Diamond S, une version plus jolie et mieux finie du Diamond sorti cet été. Malheureusement cela se fait au prix d'une résolution plus basse pour l'écran et l'utilisation d'un processeur moins puissant. Le prix est de 200 euros. La gamme Diamond se voit aussi adjoindre un phablet nommé Diamond Plus. Vendu 230 euros, il convainc par une bonne prise en main.





# Gigaset

## Du fixe au mobile

**Acteur majeur de la téléphonie fixe, Gigaset se lance dans le smartphone.** La stratégie adoptée est étonnante puisque la marque se concentre sur le haut de gamme avec sa ligne ME composée de trois modèles. Le plus abordable est le ME Pure, un cinq pouces Full-HD doté d'un processeur Qualcomm Snapdragon 615. Le ME reprend un design similaire mais adopte un processeur plus puissant et un capteur photo plus performant. Le ME Pro représente l'offre la plus haut de gamme, avec un processeur Qualcomm Snapdragon 810, un écran de 5,5 pouces

Full-HD et un capteur photo 20 Mpixels. Ces trois modèles adoptent un design industriel faisant la part belle à l'aluminium et à l'acier. C'est très réussi d'un point de vue esthétique et agréable à prendre en main, même si le poids des téléphones est un peu élevé. On remarque au passage que même si ces smartphones sont très ambitieux, Gigaset n'a pas été trop gourmand au niveau du prix. Les ME Pure, ME et ME Pro seront disponibles pour respectivement 350, 470 et 550 euros. Des tarifs extrêmement raisonnables au vu de la qualité de fabrication.

# Haier Grande taille à petit prix

**Comme à son habitude, Haier a profité de cet IFA pour ajouter de nouveaux modèles à sa grandissante gamme de smartphones.** Celui qui a le plus attiré notre attention est le L60. Avec son design à la croisée de l'iPhone et du Galaxy S6, ce modèle de 5,5 pouces Full-HD est très bien fini et très agréable à prendre en main grâce à ses bords fins et une dalle légèrement arrondie. Surtout, il est très bien équipé avec un processeur octuple cœur et 32 Go de stockage. Arrivée prévue en novembre pour 300 euros. Plus abordable à 130 euros,

le L51 offre également une bonne qualité de fabrication et ne fait pas trop de compromis sur les caractéristiques avec un écran de cinq pouces HD ce qui fait de lui une option tout à fait intéressante pour les petits budgets. Haier continue donc d'étoffer sa gamme avec des modèles de plus en plus convaincants. Au rayon tablettes, la W700 a attiré notre attention. Vendu seulement 100 euros, ce modèle de sept pouces fonctionne sous Windows et offre une finition très qualitative pour le prix exigé.



SALON  
IFA 2015 51

# Asus Un portable qui prend l'eau



**Le produit le plus délectant de cet IFA se trouvait chez Asus.** Le ROG GX 700 est en effet le tout premier notebook gamer utilisant une solution de refroidissement à eau ! Elle est intégrée dans un encombrant dock et ne pourra donc être utilisée qu'en fixe. Pour passer en watercooling, il suffit de connecter le notebook au dock et l'eau passe à travers des valves très sophistiquées à l'arrière du châssis. Asus annonce que le refroidissement ainsi optimisé permettra d'overclocker les composants et de gagner jusqu'à 70 % de performances en plus. Au-delà de l'effet d'annonce, saluons la prouesse technologique.



# Doro

## Plus de liberté

**Le fabricant suédois introduit lors de cet IFA un nouveau modèle de smartphones pour seniors.** Le Liberto 825 reprend le design de ces prédécesseurs mais adopte un écran plus grand (cinq pouces) de bien meilleure qualité ainsi qu'une nouvelle version du système d'exploitation. Ce dernier passe sous Android 5 mais surtout bénéficie d'une nouvelle surcouche qui simplifie encore l'utilisation en guidant pas à pas. Le smartphone demeure assez compact pour ne pas handicaper la prise en main. Disponibilité prévue en octobre pour 285 euros.

## ZTE Vers le haut



■ Bien que proposant des produits très convaincants en Chine, ZTE a toujours un peu de mal à se distinguer sur un marché français où il reste surtout connu pour ses téléphones opérateurs. Un état de fait que la société semble vouloir corriger avec deux smartphones relativement ambitieux. Le premier est l'Axon Elite, un modèle de 5,5 pouces assez bien doté, avec son écran Full-HD et son processeur Qualcomm Snapdragon 810. Il tente de se distinguer de la concurrence grâce à une partie photo très soignée et quelques fonctions originales comme la reconnaissance de l'iris pour le verrouillage. Vendu entre 400 et 450 euros, le tarif est assez attractif. Le second modèle est le Blade V6. Moins impressionnant sur le plan technique avec son processeur Mediatek, il joue la carte du design avec une coque en aluminium et des lignes qui ne sont pas sans rappeler l'iPhone 6. Si l'intention est bonne, le résultat est un peu décevant, la faute à des inserts en plastique assez disgracieux. Il sortira en octobre entre 200 et 350 euros.

## Huawei **Pression tactile**

■ Huawei a dévoilé son nouveau fer de lance milieu de gamme, le G8. Doté d'un grand écran Full-HD de 5,5 pouces, il offre des caractéristiques solides avec un processeur Qualcomm Snapdragon 615 et un capteur photos 13 Mpixels. Surtout, c'est son design réussi et confortable en main qui devrait séduire. Le Mate S adopte une orientation plus haut de gamme. Doté lui aussi d'un écran de 5,5 pouces Full-HD, il inaugure une technologie tactile Force Touch qui permet de mesurer le niveau de pression. On peut ainsi zoomer en pressant plus fort sur une partie de la photo ce qui améliore l'ergonomie à une main. Plus original, cette Force Touch permet de transformer le téléphone en balance ! La finition est très soignée. Le prix de ce concentré de technologie est à la hauteur de ses ambitions, le Mate S sera vendu 650 euros en version 32 Go.



## Asus : zen attitude

■ La section mobilité était la plus riche en nouveautés cette année chez Asus. On commence avec la Zenwatch 2, seconde génération de la montre connectée de la marque. Comme d'autres, Asus a fait le choix de proposer deux tailles d'écran (1,45 et 1,63 pouce) mais conserve le design très soigné de la première version. Outre ce changement de format, les caractéristiques n'évoluent pas mais la ZenWatch 2 pourra séduire de par son look

agréable et son prix raisonnable à partir de 149 euros. Sortie prévue en octobre. Du côté des smartphones, les nouveautés sont relativement mineures. Une partie des Zenfone 2 sont renouvelés et abandonnent les processeurs Intel au profit de puces Qualcomm. Pour les tablettes, c'est la gamme complète qui est repensée. Les ZenPad seront disponibles en sept, huit et 10 pouces. Elles partagent un même design plutôt original. D'un point de vue technique, Asus a fait une nouvelle fois le choix du tout Intel. Un modèle, la ZenPad 8S, a particulièrement attiré notre attention, avec une finition métal très soignée et surtout un superbe écran au-delà du Full-HD. Elle sera vendue 350 et on pourra lui adjoindre une série de coques particulièrement intéressantes, allant d'une protection à haut-parleurs intégrés à une batterie supplémentaire venant s'attacher à la tablette.



## Hisense : durci mais joli

■ Hisense montrait de nouveaux smartphones qui viennent étoffer une gamme de plus en plus complète. Outre le H910, vaisseau amiral de la marque

que nous avons découvert il y a quelques mois, c'est le G610 KingKong qui a surpris. Derrière ce nom un peu étonnant se cache un smartphone durci qui tente de concilier solidité et design. Ce modèle certifié IP54 cache bien son jeu. En

dehors de bords un peu renforcés, rien ne laisse penser que l'on soit en présence d'un smartphone durci. Chose assez rare dans ce domaine, les performances ne sont pas sacrifiées puisque l'on trouve un processeur Qualcomm Snapdragon 410 accompagné de 2 Go de mémoire vive. Seul vrai regret, il n'est pas compatible 4G. Bien que disponible maintenant en France à 210 euros, son successeur est déjà annoncé. Le KingKong 2 reprend quasiment les mêmes caractéristiques que son grand frère mais bénéficie d'une compatibilité 4G et d'un design encore plus affiné.





# LG : clavier pliant

Les nouveautés étaient peu nombreuses pour la division mobile de la société coréenne. Pas de smartphone puisqu'une gamme complète avait été annoncée lors du Mobile World Congress. On a donc dû se contenter de quelques accessoires, dont notamment le Rolly Keyboard. Derrière ce nom se cache un petit clavier Bluetooth qui se plie en quatre. Il se range donc facilement dans un sac et est doté d'une



béquille intégrée pour poser n'importe quel smartphone ou tablette. Le toucher est plutôt agréable et l'appareil léger mais tout cela se paie relativement cher à 100 euros. LG annonçait aussi une nouvelle version de la G Watch Urbane, qui utilise désormais un boîtier en or. Les composants internes ne changent en revanche pas, ce qui fait que l'on garde les faiblesses de la G Watch Urbane d'origine, notamment l'autonomie limitée. Cette série limitée se fait payer 1200 euros tout de même.

# Lenovo Cap sur le jeu

Comme la plupart des autres fabricants de PC, Lenovo se lance à corps perdu dans le gaming, la catégorie étant l'une des rares à permettre de la valeur ajoutée. Lenovo annonce déjà un notebook gamer, l'IdeaPad Y700 Touch. Ce modèle de 15,6 pouces (Full-HD ou Ultra-HD) impressionne par sa finesse, obtenue toutefois au prix d'une configuration relativement légère. On sera en effet limité à une puce Nvidia Geforce GTX 960M d'un point de vue graphique.

Le prix sera cependant attractif, car commençant à 800 euros. Après avoir longtemps laissé ce marché à sa filiale Medion, Lenovo lance aussi des PC de jeu fixes. Les Y700 et Y900 reprennent d'ailleurs les excellents châssis utilisés par Medion, au passage légèrement relookés. Les tarifs annoncés sont relativement agressifs au vu des configurations, comptez par exemple 1100 euros pour une machine articulée autour d'un Geforce GTX 970 et 1600 euros pour une GTX 980.



# MobiWire La tribu grandit

Bien que jusqu'ici plutôt concentré sur les téléphones opérateur, ce jeune constructeur français propose depuis quelque temps des modèles vendus sous son propre nom. Deux d'entre eux, le Dyami et le Winona, ont été présentés lors de ce salon. Les deux modèles offrent un design et une qualité de fabrication étonnantes pour leur niveau de prix. Mobiwire combine avec succès de l'aluminium et du plastique de bonne qualité. Le Dyami est un modèle de cinq pouces HD tandis que le Winona est construit autour d'un écran de 5,5 pouces. A signaler que le Winona sera doté d'un processeur octo-cœurs. Une première prise en main des deux smartphones confirme les bonnes impressions visuelles. Le Dyami sera disponible fin septembre pour 149 euros et le Winona sera lui vendu 199 euros avec une sortie prévue en fin d'année.



# Olloclip iPhone macro

Produisant depuis deux ans de très bons objectifs pour iPhone, l'américain Olloclip présentait un nouvel accessoire. Après un grand angle, la marque s'attaque à la macro avec une Macro Pro Lens compatible iPhone 6 et 6 Plus. Cette dernière est composée de six éléments permettant d'obtenir un zoom allant de 7x à 21x. Comme avec l'Olloclip original, le système est bluffant de qualité, on est très loin des lentilles plastiques proposées par certains. La qualité a toutefois un prix conséquent, 70 euros tout de même pour ce kit qui devrait être disponible en septembre.



# Polaroid 4G pour tous



■ **Polaroid démocratise vraiment la 4G.** Ainsi, le nouveau smartphone Trinity 4.5 dispose de la 4G au prix franchement abordable de 79 euros. Les caractéristiques demeurent forcément modestes mais la finition est bonne et le design coloré devrait séduire. Le Cosmos 5.5 est lui plus ambitieux. Avec un écran IPS HD et un processeur quadruple coeur, il pourra séduire des utilisateurs plus exigeants. Son design sobre est réussi et il est agréable à tenir en main grâce à des bords très fins. Le prix n'est pas encore fixé mais il devrait se situer entre 130 et 150 euros.

# Sony Mobile Smartphone UHD

■ **Sony lance trois nouveaux smartphones haut de gamme. Le Z5 de 5,2 pouces est décliné en version compacte de 4,6 pouces mais aussi dans une version Premium de 5,5 pouces.** Cette dernière a créé la sensation grâce à son écran Ultra-HD, une première pour un smartphone. Impressionnante d'un point de vue technique, cette performance reste assez théorique pour l'instant car sur une taille aussi petite, difficile de

faire la différence. L'écran est évidemment magnifique et il faudra voir si en usage vidéo et photo la très haute résolution apportera de la finesse visible à l'œil nu. Les trois téléphones partagent le gros de leurs caractéristiques, à savoir un processeur Qualcomm Snapdragon 810 et un nouveau capteur photo de 23 Mpixels. Le design reste dans l'esprit de la série Z mais s'avère un peu plus anguleux. On apprécie au passage l'utilisation d'un verre dépoli pour le dos de l'appareil. Les Xperia Z5 et Z5 compact seront disponibles en octobre pour 599 et 699 euros. Pour le Xperia Z5 Premium, il faudra attendre le mois de novembre et déboursier 799 euros.



## La mobilité et l'IT

# Samsung Montre après montre



■ **Le Galaxy Edge + ayant été annoncé il y a quelques semaines, la division Mobile de Samsung n'avait que peu de nouveautés à présenter.** La plus importante était de loin la Galaxy Gear S2, la dernière itération de la montre connectée de la marque. Premier changement majeur, l'introduction de différents modèles. Samsung a clairement appris d'Apple en déclinant sa montre autour de plusieurs designs et finitions. Comme son nom l'indique, la Sport propose un design plus épuré et résistant à l'effort tandis que la Classic offre un design plus conservateur et un bracelet cuir standard. Quel que soit le modèle, cette Gear 2 convainc par son aspect plus horloger.

D'un point de vue ergonomie, Samsung innove en utilisant une bague pour la navigation. Cela permet d'éviter de cacher l'écran avec des doigts et se révèle étonnamment efficace. Pour le logiciel, Samsung persiste avec Tizen. Bien qu'un peu moins fourni en applications, la plate-forme est bien pensée d'un point de vue ergonomie et les fonctionnalités sont assez riches pour qu'elle soit convaincante. La montre n'est toutefois compatible qu'avec Android pour le moment. Le prix est élevé, entre 250 et 350 euros selon les versions. Reste que l'on cherche toujours l'usage car au niveau des fonctions, rien de nouveau sous le soleil et l'autonomie est toujours aussi courte.

# Toshiba Renouveau



■ **Assez étonnamment, Toshiba était le seul constructeur à proposer de nombreuses nouveautés PC lors de cet IFA. Une situation d'autant plus curieuse que l'on imaginait que l'actualité serait assez chargée, portée notamment par l'arrivée de Windows 10.** Toshiba s'est concentré sur les PC convertibles, avec une série Satellite Radius construite autour de doubles charnières permettant de rabattre l'écran derrière le clavier. Elle est déclinée en 11, 12 et 14 pouces. Les Radius 12 et 14 sont des modèles abordables conçus autour de processeurs Pentium et proposés à partir de 350 et 550 euros. Ils sont jolis et bien finis mais c'est le

Radius 12 qui nous a impressionnés avec une construction aluminium bien plus ambitieuse et des caractéristiques exceptionnelles, avec un écran Ultra-HD, un connecteur USB type C et l'utilisation d'un processeur Intel Core i Skylake. Une machine d'exception qui se fera payer assez cher, entre 1300 et 1600 euros selon les versions. Le Click deux-en-un est décliné en version 10 pouces avec un prix qui reste plancher puisqu'il sera vendu 350 euros. Toshiba montrait aussi une tablette de 12 pouces ultra-fine et très légère fonctionnant sous Windows 10. Pas encore nommée, elle s'annonce très séduisante.



Jean Paul  
**GAULTIER**

Licencié officiel

 **bigben**  
COMPTES



## Skylanders SuperChargers

■ **Action**

■ **Le 25 septembre**

Skylanders, la série qui a lancé le genre du jeu vidéo appuyé par des figurines physiques accueille une nouvelle version cette année dont la grande particularité est d'apporter... des véhicules qui viennent enrichir le gameplay. Sur terre, en mer ou dans le ciel, la vingtaine de bolides, motos, sous-marins et autres appareils volants vont permettre aux joueurs d'explorer les vastes étendues du jeu et de créer des combinaisons avec leurs personnages. Les figurines des précédents jeux sont compatibles avec le titre, qui exige en revanche de posséder le

nouveau portail. Un accord avec Nintendo permet aux versions Wii U et 3DS d'accueillir Donkey Kong et Bowser, des figurines mi-Skylanders, mi-Amiibo.

■ **PLAN MARKETING**  
Non communiqué

■ **MISE EN PLACE**  
Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Vicarious Visions

■ **ÉDITEUR** Activision Blizzard

■ **DISTRIBUTEUR** Activision Blizzard

■ **NOMBRE DE JOUEUR** NC

■ **JEU EN LIGNE** NC

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

**70€** environ (pack de démarrage)



## Saint Seiya Soldiers' Soul

■ **Combat**

■ **Le 25 septembre**

A l'instar de One Piece et Dragon Ball, Saint Seiya (Les Chevaliers du Zodiaque) s'installe cette année sur console de l'actuelle génération, la PlayStation 4 en l'occurrence. Revenus d'entre les morts, les fameux chevaliers dotés d'armures divines participent à des affrontements en arènes qui profitent ici d'une animation en 60 images par seconde sur PS4. Jouabilité améliorée, combos de coups enrichis et coups inédits comptent parmi les nouveautés apportées par ce volet.

■ **PLAN MARKETING** L'éditeur souligne que des opérations croisées sont mises en place avec d'autres licenciés travaillant sur la franchise dont Kana ou Gastronogeeek, avec mise en place d'opérations croisées. Les réseaux sociaux sont également mis à profit.

■ **MISE EN PLACE** 25 000 (PS4), 10 000 (PS3)

■ **DÉVELOPPEUR** Dimps

■ **ÉDITEUR** Bandai Namco Entertainment Europe

■ **DISTRIBUTEUR** Bandai Namco Games France

■ **NOMBRE DE JOUEURS** 1 à 2

■ **JEU EN LIGNE** Oui

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

**70€** environ (PS4)



## Lego Dimensions

■ **Action/Aventure**

■ **Le 29 septembre**

Après Skylanders, Disney Infinity et les Amiibo, voici Lego Dimensions, un nouveau titre combinant jeu vidéo et figurines NFC. Fruit de la collaboration entre Warner Bros et Lego, le jeu met en scène la fameuse marque de jouets... et un nombre record de licences réunies dans un même univers, de Scooby-doo à Portal 2, en passant par les super-héros DC Comics, Le Seigneur des Anneaux ou Retour Vers le Futur. Le jeu exploite un portail composé de briques Lego, qui réagit lorsque l'on pose les figurines et de véhicules modulables puisque composés de pièces Lego.

■ **MARKETING** Warner Bros va communiquer sur le jeu au lancement puis en novembre, via une campagne en TV, sur Internet et dans la presse.

■ **MISE EN PLACE** 100 000 packs de démarrage, 300 000 accessoires sur 2015

■ **DÉVELOPPEUR** TT Games

■ **ÉDITEUR** Warner Bros Games

■ **DISTRIBUTEUR** Warner Bros

■ **NOMBRE DE JOUEURS** NC

■ **JEU EN LIGNE** NC

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

**99,99€** environ (pack de démarrage)



## Uncharted : The Nathan Drake Collection

■ **Action/Aventure**

■ **Le 7 octobre**

En attendant Uncharted 4 prévu pour 2016, Sony Computer propose de réviser ses classiques en se replongeant dans les trois premiers volets de la fameuse saga de Naughty Dog. Trois jeux mêlant avec bonheur action, exploration, plate-forme et énigmes à résoudre qui ont accompagné la PS3 entre 2007 et 2011. A l'occasion de cette compilation sur la console de nouvelle génération, les trois jeux profitent de graphismes rehaussés en 1080p et d'une animation plus fluide en 60 images par seconde. Une belle occasion pour découvrir ou se replonger dans ces titres marquants.

■ **PLAN MARKETING** Non communiqué

■ **MISE EN PLACE** Non communiquée

■ **DÉVELOPPEUR** Naughty Dog

■ **ÉDITEUR** Sony Computer Entertainment Europe

■ **DISTRIBUTEUR** Sony Computer

■ **NOMBRE DE JOUEUR** 1

■ **JEU EN LIGNE** NC

■ **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

**70€** environ (édition standard)





# 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](http://www.atmospheres.tm.fr)



## Fifa 16

- **Simulation sportive**
- **Le 24 septembre**

Fifa 15 ayant été le produit culturel le plus vendu en France l'année dernière, son successeur devrait à nouveau cette année bousculer les charts de la rentrée. Au-delà des améliorations graphiques et côté gameplay, la licence accueille cette année pour la première fois des équipes féminines. Toujours côté licences, les clubs du championnat brésiliens arrivent également. Trois éditions du jeu sont proposées : Standard, Deluxe et Super Deluxe.

■ **MARKETING** Un important plan média a démarré avec le lancement de la démo début septembre, puis au lancement du jeu et à Noël. C'est essentiellement digital (footmercato.fr, equipe.fr) et télé (Beinsport) mais avec aussi un peu de radio (RMC). Ce sont surtout des médias sportifs qui sont ciblés. Le jeune public est aussi visé pendant la Toussaint.

- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** EA Canada
- **EDITEUR** Electronic Arts
- **DISTRIBUTEUR** Electronic Arts
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

NC



## Blood Bowl 2

- **Stratégie**
- **Le 22 septembre**

Après Blood Bowl premier du nom sorti en 2009, les Parisiens de Cyanide Studio (Cycling Manager, Styx Master of Shadows...) proposent aujourd'hui une suite sur PC et consoles. Adapté du célèbre jeu de plateau de Games Workshop, le jeu réunit univers Warhammer et football américain en stratégie en tour par tour, le tout saupoudré d'humour et de brutalité... Humains, Orcs, Skavens, Bretonniens ou Nains, qui remportera le match ?



## Might & Magic : Heroes VII

- **Stratégie**
- **Le 29 septembre**

Les Allemands de Limbic Entertainment livrent ce nouvel opus de la saga Might & Magic qui fête ses 20 ans cette année (dans le cadre de cet anniversaire, du contenu supplémentaire sera disponible gratuitement après le lancement du jeu). La recette reste la même : de la stratégie au tour par tour dans un univers heroïc fantasy. Six factions sont jouables, les graphismes jouissent du moteur de jeu Unreal 3.0, plus de 60 heures de jeux sont annoncées pour terminer la campagne principale... Le programme s'annonce copieux.

■ **MARKETING** Non communiqué. Précommander le jeu permettrait d'avoir accès à une deuxième bêta fermée. Une édition collector est aussi commercialisée, comprenant notamment une statuette, un Artbook, deux lithographies, un jeu de tarot et la bande-son du jeu.

- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Limbic Entertainment
- **EDITEUR** Ubisoft
- **DISTRIBUTEUR** Ubisoft
- **NOMBRE DE JOUEURS** NC
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLICS CONSEILLÉS**

50€ environ (standard),

99€ environ (collector)



## NBA 2K16

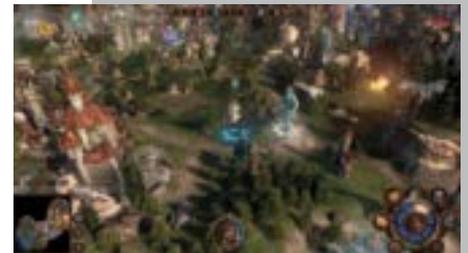
- **Simulation sportive**
- **Le 29 septembre**

Casting cinq étoiles cette année pour la simulation de basket : le réalisateur Spike Lee aux commandes du mode carrière, Tony Parker sur la jaquette française du jeu, Michael Jordan sur l'édition spéciale, des licences à la pelle dont bien évidemment la NBA, des équipes classiques, l'Euroleague (avec Limoges et Strasbourg)... NBA 2K16 compte bien garder son leadership sur le segment. Le jeu est développé par Visual Concepts, un studio appartenant à 2K.

■ **PLAN MARKETING** Non communiqué. Une édition spéciale Michael Jordan est aussi commercialisée, avec des bonus comme un poster, un sticker et du contenu téléchargeable.

- **MISE EN PLACE** Non communiquée
- **DÉVELOPPEUR** Visual Concepts
- **EDITEUR** 2K Sports
- **DISTRIBUTEUR** Take-Two Interactive
- **NOMBRE DE JOUEUR** NC
- **JEU EN LIGNE** Oui
- **PRIX PUBLIC CONSEILLÉ**

NC



jaquette américaine



ENCEINTES BLUETOOTH®

# WS02 & WS03

Bluetooth® - NFC® / Poignée de transport en cuir

Aux in 3,5mm / Haut-parleurs + Subwoofer\*

Rechargeable par Micro USB



\*Subwoofer uniquement sur la WS03



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

**THOMSON**  
la technologie amie

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](http://thomsonconsumer.com)