jDLi

4,50€

Le Journal Des Loisirs Interactifs
www.jdli.com

N°306 / 26 janvier 2016

Fallout 4

Merci !

BETHESDA GAME STUDIOS

Bethesda

L'ÉQUIPE BETHESDA FRANCE

remercie l'ensemble de la distribution
de l'avoir accompagnée
dans cette formidable aventure

et d'avoir hissé FALLOUT 4
parmi les meilleures ventes de 2015…

... ET VOUS SOUHAITE SES MEILLEURS VŒUX POUR CETTE NOUVELLE ANNÉE 2016 !

*Le FPS le plus nerveux et brutal de l'histoire **est de retour !***

*Arkane Studios revient en force avec la suite du **Jeu de l'Année 2012***

Hisense
sponsor de l'Euro

Le géant chinois de l'électroménager est devenu un des sponsors de l'Euro 2016 de football, qui se déroulera en France du 10 juin au 10 juillet 2016, et concerne toutes les catégories de produits de la marque : TV, smartphones et gros électroménager. Ce partenariat, dont le montant n'a pas été révélé, inclut également les autres compétitions des équipes nationales organisées par l'UEFA jusqu'à fin 2017. Hisense annonce vouloir mettre en avant ses téléviseurs UHD Uled, ses smartphones P67 et ses réfrigérateurs américains. La marque n'en est pas à son coup d'essai en termes de partenariats sportifs, puisqu'elle est également partenaire de l'écurie Infiniti Red Bull Racing en Formule 1 et de l'Open de tennis d'Australie. En choisissant l'Euro de football, elle montre sa volonté de faire de l'Europe le prochain territoire de son expansion internationale. Rappelons que la filiale française a à peine plus d'un an.

Jawbone,
une nouvelle levée

Jawbone, fabricant taïwanais de trackers d'activité, fut un temps un précurseur dans ce domaine. Mais la multiplication de la concurrence dans un marché moins dynamique qu'espéré a mis la société en difficulté. Pour poursuivre sa route, Jawbone s'est lancé récemment dans un tour de table pour lever des fonds. Chose faite avec 165 millions de dollars. Mais derrière ce chiffre intéressant, se cachent d'autres problèmes. Ainsi, cette levée de fonds ne s'est faite qu'avec un seul investisseur : Kuwait Investment Authority. Alors qu'entre 2006 et 2015, les différents tours de table avaient permis de lever 800 millions de dollars avec plusieurs investisseurs. Enfin, côté finances, sa valorisation qui avait atteint près de trois milliards de dollars, a été divisée par deux pour revenir à 1,5 milliard de dollars, la même qu'en 2011.

Jeux vidéo
Croissance ou décroissance ?

Un article du Figaro du 22 janvier a jeté un froid sur le marché du jeu vidéo. Citant des données GfK, il annonce que le chiffre d'affaires du marché (consoles, jeux, accessoires) est en baisse de 2 %, en contradiction avec les estimations publiées par GfK et le Sell fin octobre 2015. Était alors envisagée une croissance de 8 %. Prudence… Certes, l'institut d'études a bien projeté un +8 %, et ce dans deux hypothèses : en envisageant les ventes physiques seules, tout comme en additionnant physique et dématérialisé. Or, le Figaro ne semble parler que des ventes physiques. Il faudra donc attendre de connaître les conclusions de GfK sur 2015 sur le périmètre « physique et dématérialisé » pour trancher entre croissance et décroissance. Cependant, il semble que si le marché n'a pas connu le dynamisme attendu, cela soit dû d'abord à l'importance de la perte de valeur de l'écosystème « génération 7 », confirmant que les consommateurs ont basculé vers la génération 8 plus vite qu'attendu. L'ambiance post-attentats de la fin de l'année joue également un rôle non négligeable. Une génération 8 décidement dominée par deux machines : la PlayStation 4 dans le salon, et la Nintendo 3DS en mobilité. Sony aurait écoulé un million (+22 %) de pièces portant la base installée à 2,15 millions de machines, tandis que Nintendo voyait les ventes de sa console portable baisser de 6 % à 686 000 machines. Derrière ces deux leaders, la Xbox One de Microsoft a bien du mal à tirer son épingle du jeu, avec 300 000 ventes et une base installée de 715 000 pièces, derrière la Wii U, dont les 230 000 exemplaires écoulés en 2015 ont porté la base installée à 742 000 pièces.

Le Sell réagit

Quelques heures après la publication de l'article du Figaro, le Sell a tenu à réagir par voie de communiqué. Regrettant que le Figaro ait eu accès « *à des données de pré-bilan, qui sont incomplètes* », il précise que « *les informations publiées ne concernent que le périmètre physique et ne tiennent à aucun moment compte de l'ensemble du marché du jeu vidéo* ». Le communiqué n'infirme cependant pas les chiffres publiés par le Figaro, notamment ceux relatifs aux bases installées. Une conférence de presse se tiendra le 9 février. Contactés par nos soins, aucun des trois fabricants de consoles n'avaient de commentaire à faire.

Plus d'un million d'Amiibo en 2015

C'est le vainqueur des ventes de figurines en fin d'année. Nintendo a vendu en France, sur l'année 2015, très exactement 1 061 254 Amiibo, soit un peu plus que son objectif d'un million de pièces. Depuis le lancement du premier Amiibo, ce sont donc 1,3 million d'exemplaires de ces figurines qui ont trouvé preneur. Avec ces performances, Nintendo place ses Amiibo en tête des ventes sur les dernières semaines avec plus de 30 % de parts de marché, devant ses concurrents de Disney (Infinity), Activision (Skylanders) et Lego. Nintendo ne compte évidemment pas en rester là et continuera d'alimenter le marché en Amiibo tout au long de l'année.

MARCHÉ

6 **News**

10 **Interview : MedPi**
Laurent Eydieu, Directeur du salon

12 **Interview : Hardware Club**
Barbara Belvisi, co-fondatrice et associée

SOFTWARE

16 **News jeux**

20 **Focus bilan et perspectives**
Un regard sur la fin d'année et les mois à venir

26 **CES 2016**
Les tendances à retenir de l'édition 2016 du salon de Las Vegas dédié à l'électronique grand public

GUIDES

50 **Jeux**

10

MedPi
En perpétuelle adaptation

Les marchés bougent et le MedPi s'adapte. Cette année, il sera encore plus ouvert aux nouveaux marchés, portés par les objets connectés. Et qui dit nouveaux marchés, dit nouvelles enseignes invitées. Laurent Eydieu, son directeur, nous esquisse les contours du MedPi 2016.

12

Hardware Club
Soutenir les start-up hardware

Apparu il y a un peu plus d'un an, le Hardware Club a ouvert en décembre 2015 ses bureaux parisiens. Se définissant comme une structure d'accompagnement pour les start-up hardware et intervenant dans 22 pays, le club offre un soutien tant pour le développement, la production que la distribution.

20

Marché
jeux vidéo

Après une fin d'année toujours intense pour l'industrie, et avant un millésime 2016 qui s'annonce d'ores et déjà très chargé, retour sur les jeux qui ont fait les dernières semaines de l'année 2015 en se basant sur les classements de Gfk/Sell. Et pour préparer 2016, rien de mieux que de survoler les grandes tendances qui semblent se dessiner pour les prochains mois, entre sorties annoncées de jeux et grandes nouveautés hardware attendues.

26

CES
Foire à tout

Les tendances observées sur le salon de Las Vegas dédié à l'électronique grand public, qui se tenait début janvier, et qui feront 2016. Une année marquée en particulier par l'omniprésence des objets connectés. TV, audio, Internet des objets : panorama de ce qui a fait l'événement sur le CES édition 2016. Qui prenait par instant les aspects d'une vaste foire.

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
Stéphane Miekisiak

Journalistes
Jean-Luc Marianna,
Caroline Mauduit
et François Arias

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 Microscoop, SARL au capital de 30 000 euros.
Siège social :
23 bis rue Danjou
92 100 Boulogne Billancourt

Site Web : www.jdli.com

Imprimé par 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.

PEFC
10-31-2330
Certifié PEFC
Ce produit est issu de forêts gérées durablement et de sources contrôlées.
pefc-france.org

Star Wars, star des ventes

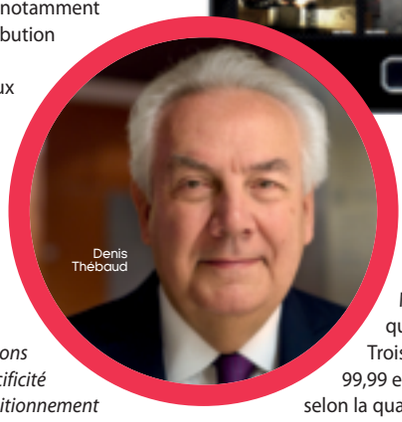
Star Wars n'est pas un succès qu'au cinéma, les déclinaisons vidéoludiques de la licence s'avèrent des cash machine également très puissantes. Les ventes des différents jeux basés sur la licence, au cours des dernières semaines, auraient en effet généré pas moins d'un milliard de dollars de chiffre d'affaires. Jeu vidéo et licence Star Wars sont en effet étroitement associés depuis des décennies, mais la configuration actuelle est singulière, avec des jeux différents parus sur de multiples plates-formes, publiés par différents éditeurs. Selon l'analyste Michael Pachter de Wedbush Securities cité dans Fortune, les ventes des différents jeux de la galaxie Star Wars représenteraient un chiffre d'affaires colossal d'un milliard de dollars. Selon Pachter, Electronic Arts rafle la mise avec son Star Wars Battlefront (PC, PS4, Xbox One), qui se serait écoulé à 13 millions d'exemplaires dans le monde et aurait généré 660 millions de dollars. S'il propose certains contenus liés au nouveau film, le cœur du jeu repose sur la trilogie originale (1977-1983) qui reste toujours aussi populaire... et trans-générationnelle.

ERRATUM Polaroid Falcon

Une erreur de visuel s'est insinuée dans notre article sur les drones de notre dernier numéro. Le visuel de l'encadré qui décrit le drone Polaroid Falcon n'était pas le bon. Voici donc le VRAI Falcon vendu 299 euros.

Qobuz sauvé par Xandrie

Si le nom de Xandrie ne vous dit encore rien, il en est certainement autrement de celui de son créateur : Denis Thébaud. Notamment fondateur d'Innelec Multimédia et de Focus Home Interactive, il est impliqué dans une dizaine de sociétés via sa holding Nabuboto. Sa dernière création de société en date (2012) s'appelle Xandrie et se positionne comme un spécialiste international de la culture et du divertissement digital, notamment à travers son portail de distribution numérique, allbrary.fr, qui propose des e-books, des jeux vidéo, des logiciels, des films et des séries, ainsi que des revues spécialisées dans la création digitale. Xandrie vient donc de racheter le site de distribution musicale Qobuz, en redressement judiciaire, auprès du Tribunal de *Commerce de Paris. « Nous allons conserver la marque et la spécificité de Qobuz, c'est-à-dire son positionnement haut de gamme »*, tient à préciser Denis Thébaud. La stratégie de Xandrie apparaît en effet être tournée vers le développement de marques verticales, permettant de construire une offre globale et internationale. D'autres acquisitions sont d'ailleurs à prévoir pour les deux prochaines années.


Denis Thébaud

Qobuz, pépite en souffrance

Lancé en 2008, Qobuz a tout de suite misé sur la qualité d'écoute (qualité CD et non MP3) et la documentation accompagnant la musique. Aujourd'hui, Qobuz est le seul service au monde à proposer du streaming en haute résolution 24 bits. Mais la contrepartie, c'est que Qobuz n'est pas gratuit. Trois forfaits sont proposés de 99,99 euros par an à 219,99 euros selon la qualité. Aujourd'hui, Qobuz revendique 30 millions de titres en qualité CD, 45 000 albums en haute résolution 24 bits, plus de 100 000 livrets. Par ailleurs, Qobuz a réalisé une enquête auprès de 80 000 de ses utilisateurs, d'où il ressort que la plate-forme est surtout utilisée par des CSP + (âge moyen 49 ans) qui apprécient d'abord son positionnement haut de gamme, la qualité de la diffusion, ainsi que sa méthode de recommandation. Qobuz est notamment connu pour la qualité de son catalogue de musique classique.

Archos en nette croissance

Avec un chiffre d'affaires en croissance de 20 %, à 158,6 millions d'euros, Archos a réussi son année 2015. Si la France demeure le premier marché du fabricant de produits Hi-tech, avec environ 30 % du chiffre d'affaires, le Groupe met l'accent sur des territoires nouveaux, notamment en Afrique et en Europe de l'Est. En effet, si la croissance en Europe n'est que de 14 %, elle bondit de 42 % pour le reste du monde. L'Europe reste cependant largement le premier territoire avec 72 % du CA. À côté de ce développement international, la croissance de la société française repose sur sa gamme de téléphones mobiles et de tablettes. Le Mobile World Congress de Barcelone devrait être l'occasion pour la société de présenter PicoWAN, sa filiale agissant comme opérateur européen pour les objets connectés. « *L'ambition de PicoWAN est d'être le premier réseau longue portée et basse consommation, collaboratif, global et à très bas coût* », annonce Archos. Enfin la société devrait proposer une gamme de smartphones professionnels (sécurisés) ainsi que de prendre pied sur le marché des ordinateurs portables.

Xbox One
Microsoft est content

Microsoft communique rarement, et jamais par territoires au sujet des volumes de ventes de sa console ou de ses jeux. C'est dire si l'annonce que quatre des principaux jeux exclusifs à la Xbox One, Rise of the Tomb Raider, Halo 5 Guardians, Forza Motorsports 6 et Gears of War Ultimate Edition ont passé le cap du million d'exemplaires écoulés dans le monde depuis leur parution traduit une vraie satisfaction de l'Américain. Quatre titres étendards comprenant trois franchises historiques de la marque (Halo, Gears of War, Forza), mais aussi le « pari » de l'exclusivité temporaire du dernier Tomb Raider. Un communiqué rassurant donc, notamment pour Rise of the Tomb Raider, titre phare de la console en fin d'année 2015 qui avait visiblement affiché un démarrage décevant vis-à-vis de la grande popularité de la franchise. À fin 2015, quelques semaines après sa sortie mi-novembre, le jeu « dépassait amplement » le million de ventes aux consommateurs, si l'on en croit les dires de Aaron Greenberg, Responsable marketing, sur Twitter. On reste cependant bien loin des 8,5 millions d'exemplaires écoulés en lifetime du Tomb Raider de 2013, publié à l'époque en multiplate-formes, et Rise of the Tomb Raider n'aura malheureusement pas été probablement un « system seller » à la hauteur des attentes du constructeur. Microsoft précise que « *la Xbox One continue à dépasser les performances de la Xbox 360 à période identique du cycle de vie, ce qui en fait la console Xbox se vendant le plus de toute l'histoire de la marque* ». Parmi les jeux annoncés pour 2016, on notera les prochains Killer Instinct Season 3 (mars 2016), Quantum Break (5 avril 2016), Fable Legends (printemps 2016) ou encore Gears of War 4 (Beta multijoueurs au printemps, sortie en fin 2016). Ce satisfecit ne doit pas cacher que la Xbox One ne parvient pas à se hisser à la hauteur de la PlayStation 4, sa grande rivale.

Netflix
all over the world

NETFLIX

Netflix, le service de vidéo à la demande américain, a créé la surprise lors du CES de Las Vegas, en annonçant qu'il allait se déployer dans pas moins de 130 nouveaux pays... Qui devraient donc venir s'ajouter aux 60 dans lesquels il est déjà présent. Sachant que l'ONU recensait 197 pays au total dans le monde en 2012, c'est la quasi-totalité du globe qui devrait être couverte si Netflix tient ses engagements. Il reste tout de même un gros challenge à l'américain : pénétrer le marché chinois, qui lui est pour l'instant interdit, tout comme la Syrie et la Corée du Nord.

Occulus Rift,
il va falloir casquer

Occulus Rift, le casque de réalité virtuelle attendu en mars est en précommande. Mais un petit problème est venu gâcher la fête : son prix franchement élevé, surtout en Europe. Il faudra débourser 699 euros hors livraison pour compter parmi les premiers à se plonger dans la réalité virtuelle sur PC. Une nouvelle qui est d'autant moins bien passée qu'outre-Atlantique le prix est limité à 599 dollars. Outre le casque, la commande comprend les capteurs, les câbles, une manette Xbox One et deux jeux (Eve : Valkyrie et Lucky's Tale). Le contrôleur Touch, conçu sur mesure pour Occulus, sera disponible un peu plus tard, au second trimestre, et livré à ce moment-là. Si les premières précommandes promettaient une livraison en mars, le site prévient d'ores et déjà que les prochaines commandes ne seront honorées qu'en avril. Rappelons qu'outre le casque pour le moins onéreux, il convient de disposer d'un PC très performant afin de pouvoir en profiter.

Orange se diversifie dans la banque

Orange compte bien continuer sa diversification et aujourd'hui c'est le monde bancaire qui intéresse le premier opérateur français. En effet, Orange et Groupama ont annoncé qu'ils étaient entrés en négociations exclusives dans le but d'un rachat partiel de Groupama par Orange. Le rachat se fera à hauteur de 65 % de la filiale banque de Groupama par Orange et la future entité s'appellera « Orange Banque ». Elle sera implantée dès 2017 en France, Espagne et Belgique, pays dans lesquels Orange opère déjà. Cette opération est très avantageuse pour Orange car elle permet d'accéder rapidement au monde bancaire en évitant toutes les démarches et accréditations nécessaires. De plus, les 850 boutiques Orange et les 3 000 agences Groupama et Gan serviront de points de rencontre avec la clientèle, même si la banque, en elle-même, sera 100 % mobile.

Activision muscle son studio cinéma

Stacey Sher vient renforcer la direction du studio cinématographique d'Activision Blizzard. Productrice, elle a participé à plusieurs films de Quentin Tarantino comme les célèbres Pulp Fiction et Django Unchained. Mais elle a aussi produit d'autres films à succès comme Bienvenue à Gattaca d'Andrew Niccol ou encore Garden State de Zach Braff. Activision Blizzard a déclaré espérer rejoindre Disney et Marvel dans l'univers cinématographique, mais même si les franchises de jeux ont un grand renom, les porter au cinéma et/ou la télévision est une autre étape.

Les ventes de PC au plus bas

IDC révèle des chiffres de ventes particulièrement décevants en 2015 au niveau mondial. La baisse, de 10,4 %, est en effet la plus importante que le marché n'ait jamais connu ! Le volume revient au niveau de celui de 2008, sous les 300 millions. Un chiffre qu'il faut cependant légèrement tempérer, car IDC ne comptabilise pas les ventes de PC hybrides, avec écran détachable. En les incluant, la baisse se limite à 7,5 %. Le marché du PC subit la concurrence des tablettes et smarphones d'une part, et d'autre part le renouvellement ne se justifie plus comme avant, faute d'évolution technologique majeure. De facto, la durée de vie des machines s'en trouve allongée. De plus, la mise à jour gratuite vers Windows 10 proposée par Microsoft a permis aux consommateurs de migrer vers le nouvel OS sans changer de machine.

Lenovo en tête

C'est le chinois Lenovo qui demeure le plus important vendeur avec plus d'un PC sur cinq vendus dans le monde en 2015 portant sa marque. Suivent HP, Dell, Apple et Acer pour un top 5 qui représente quasiment 70 % des ventes. En étant le seul fabricant de la liste à parvenir à vendre davantage de machines en 2015 qu'en 2014, Apple réussit une performance remarquable. IDC note qu'aux États-Unis, la société dirigée par Tim Cook occupe même la troisième place du podium, derrière HP et Dell, tandis que Lenovo, quatrième, est la marque réalisant la plus belle progression outre-Atlantique. Malheureusement IDC ne révèle pas le classement pour l'Europe.

Meilleures perspectives

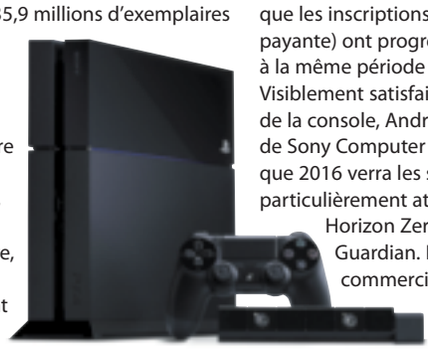
L'année qui commence devrait s'avérer meilleure, les utilisateurs ne pouvant pas indéfiniment repousser le renouvellement de leur équipement. La généralisation de Windows 10 devrait également booster un peu le marché.

Ventes (en milliers) de PC dans le monde par fabricant – Année 2015

Fabricant	2015	Part de marché	2014	Part de marché	variation
Lenovo	57 182	20,7 %	59 306	19,2 %	-3,6
HP	53 534	19,4 %	56 869	18,4 %	-5,9
Dell	39 049	14,1 %	41 509	13,5 %	-5,9
Apple	20 794	7,5 %	19 575	6,3 %	+6,2
Acer	19 680	7,1 %	24 043	7,8 %	-18,1
Autres	85 977	31,1 %	107 063	34,7 %	-19,7

La PlayStation 4 ne ralentit pas

La PlayStation 4 de Sony assoit sa domination sur le marché des consoles de salon de génération 8. Le constructeur a annoncé début 2016 en effet avoir vendu aux consommateurs 35,9 millions d'exemplaires de la console. Lancée fin 2013 en Europe et aux États-Unis, la machine affiche une belle santé avec encore 5,7 millions d'unités écoulées au cours des dernières semaines de 2015. Côté software, Sony annonce que 35 millions de jeux ont été vendus sur cette période de fin d'année, en cumulant jeux physiques et en téléchargement sur PS Store. Un front en ligne qui avance également selon le fabricant, qui annonce également que les inscriptions au service PS Plus (formule payante) ont progressé de 60% par rapport à la même période l'année précédente. Visiblement satisfait des belles performances de la console, Andrew House, Président et CEO de Sony Computer Entertainment, rappelle que 2016 verra les sorties sur PS4 de titres particulièrement attendus comme Uncharted 4, Horizon Zero Dawn et The Last Guardian. Et Sony a confirmé la commercialisation du PlayStation VR avant la fin du premier semestre.



Windows 10

LA POLAROID FAMILY PRESENTE

Profitez de 100 Go de stockage gratuit pendant 2 ans OneDrive

WINDOWS NOTEBOOK
PRO SERIES
& FRIENDS

www.polaroid-me.com

No contractual pictures | polaroid©2016 All rights reserved. All other trademarks are the property of their respective owners.

Polaroid présente sa version du Notebook :
Windows 10, Processeur Intel, écran 14.1'' HD (1366x768),
mémoire de 2Go–32Go et 100 Go offert pendant 2 ans sur OneDrive.
Disponible dès février 2016.

Polaroid

Entretien avec
Laurent Eydieu,
Directeur de la Division Nouvelles Technologies Reed Expositions

22 ans après sa première édition, le MedPi doit continuer à sans cesse s'adapter aux mutations des marchés qu'il couvre. Alors que les marchés traditionnels connaissent des périodes de stabilité, celui des objets connectés est en pleine effervescence. L'occasion pour le MedPi et ses organisateurs de donner toute la mesure de leur savoir-faire pour permettre aux fournisseurs et aux distributeurs de se rencontrer et nouer des partenariats commerciaux. Par Sébastien Anxolabéhère

Le MedPi 2016 explore les nouveaux marchés

JDLI : En quoi le MedPi 2016 sera-t-il différent des précédents ?
Laurent Eydieu : Un MedPi ne ressemble jamais exactement à un autre, même si le concept demeure similaire depuis le début, preuve de sa pertinence. Le concept, je le rappelle, est de mettre en relation dans les meilleures conditions possibles, acheteurs et fournisseurs. Nous invitons, en finançant intégralement leur déplacement et leur hébergement, prêt de 650 acheteurs représentant plus d'une centaine d'enseignes de grande distribution, de distribution spécialisée, de e-commerce… Tout le spectre est couvert, tant dans la typologie des acheteurs que dans celle des enseignes. Notre travail comme organisateur, c'est de garantir à nos exposants la venue des acheteurs qui les intéressent et de mettre tout en place pour que les rencontres d'affaires se déroulent dans les meilleures conditions. Notre enquête de satisfaction post MedPi l'an dernier révèle que 95 % des acheteurs sont satisfaits de la qualité des rendez-vous, et qu'ils souhaitent à 98 % revenir. Voilà pour l'immuable. Si chaque MedPi est singulier, c'est parce que d'une année à l'autre, les marchés ont changé. Cette année, sans surprise, nous verrons beaucoup de produits connectés pour qui la question du référencement est centrale.

Mais ces marchés sont toujours très présents au MedPi…
En effet. Mais nous sentons bien depuis deux-trois ans que le contexte est compliqué. La télé, la photo, l'IT sont des secteurs matures, où la concentration s'est opérée et pour qui le MedPi est un lieu de référencement, de confirmation des objectifs, de négociation sur la fin de l'année, mais finalement plus tellement de communication de marque. Les investissements se sont resserrés, c'est indéniable, et le nombre d'acteurs a diminué. Le marché de la photo est très emblématique de cela. Il a connu une explosion avec la démocratisation du numérique, puis un recul fort avec la concurrence des smartphones. Nous vivons les hauts et les bas du marché en parallèle. Le marché des téléviseurs a vécu une

flambée avec les écrans plats et est aujourd'hui entré dans une phase de simple renouvellement, certes à un excellent niveau, mais qui ne génère plus le même business. Logiquement, les fabricants ont revu à la baisse leurs investissements, pour se concentrer sur le business et le retour sur investissement le plus visible. Mais n'oublions pas qu'ils génèrent tout un écosystème, avec une galaxie de fabricants d'accessoires et de périphériques qui s'appuie sur le MedPi pour développer leur business.

Quelle place occuperont les nouveaux marchés dans le MedPi 2016 ?
Nous faisons un effort important pour satisfaire les acteurs des nouveaux marchés. Sur les segments naissants, notre rôle de défricheur pour faire se rencontrer des gens qui n'ont pas l'habitude de travailler ensemble est important. Sur les produits connectés, il y a beaucoup de réseaux de distribution différents. Nous faisons donc un travail important pour, depuis l'an dernier, faire venir les acheteurs de réseaux tels que les magasins de bricolage, les magasins de sport, les pharmacies, les horlogeries et bijouteries… En 2015, 81 acheteurs de la famille de produits « objets connectés » se sont déplacés sur le MedPi. La moitié des acheteurs qui venaient pour la première fois le faisait pour les objets connectés. Le MedPi ne peut pas se contenter d'être un simple rendez-vous d'affaires, il doit tenir également un rôle de défricheur, voire d'incubateur pour les nouvelles tendances technologiques. Cette année, nous faisons un effort important avec les enseignes de sport, de santé et d'équipement de la maison, comme les enseignes de bricolage. Et il ne faut pas négliger ce qui se passe au sein même des enseignes traditionnelles, qu'elles soient physiques ou sur Internet. Elles réorganisent leurs structures d'achat, ce qui aboutit à ce qu'une part très significative des acheteurs présents au MedPi seront concernés par les nouveaux marchés qui se créent avec les objets connectés.

Vous avez créé « My MedPi », de quoi s'agit-il ?
My MedPi est un site Internet dédié aux exposants, qui suggère des mises en relation. Il sera en ligne en mars. Les marques et les distributeurs se qualifient, et le site en déduit qui a intérêt à rencontrer qui. Ainsi, on peut optimiser sa présence à Monaco et rencontrer des gens auxquels on n'aurait peut-être pas pensé, voire que l'on n'aurait pas osé solliciter. Nous n'avons pas voulu pousser le concept jusqu'à imposer des rendez-vous, comme certains salons professionnels le font, mais nous voulons faciliter le travail de chacun et donc son retour sur investissements.

> Parmi les acheteurs venant pour la première fois sur le MedPi, la moitié le faisaient notamment pour la famille des « objets connectés ».

Vous organisez six workshops. Quels seront les sujets abordés ?
Ces workshops, destinés aux acheteurs, sont construits autour d'un animateur et d'experts, ainsi que d'un interlocuteur de GfK. Au cours de trois petit-déjeuners et trois déjeuners, seront abordés : la maison connectée, la santé, le smart audio, la robotique, le PC gaming et enfin la réalité virtuelle, ainsi que les caméras d'action et les drones.

L'an dernier, vous aviez mis l'accent notamment sur la présence de la presse grand public. Recommencez-vous cette année ?
Absolument. Nous organisons la venue de journalistes de la presse spécialisée et grand public pour qui le MedPi est devenu une vraie source d'information. De même, nous reconduisons les Prix de l'Innovation, avec le même jury que l'an passé, ce qui assure d'ailleurs une incontestable cohérence. Nous allons même améliorer la mise en scène avec un grand espace dédié à l'innovation, cela fait partie de notre mission d'explication des nouveaux marchés.

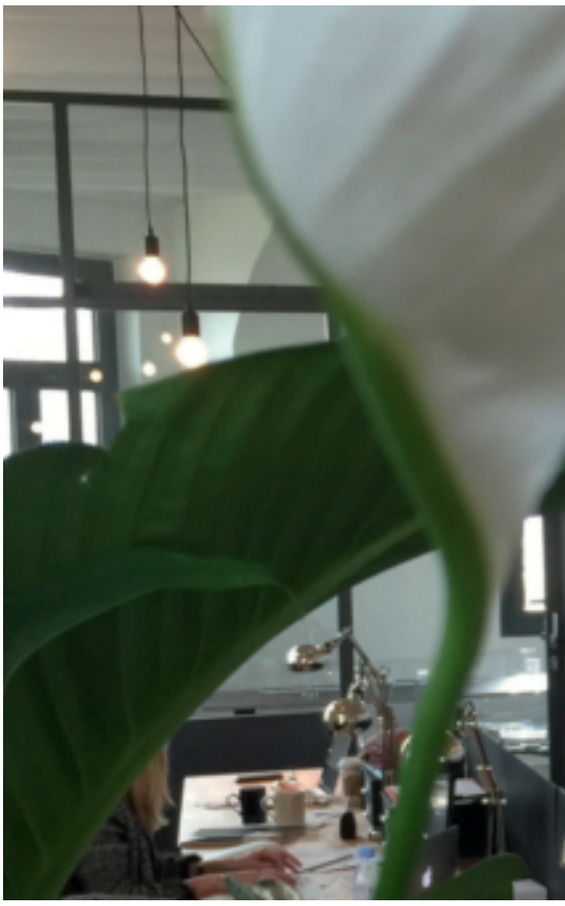
Pour la première fois, le MedPi s'ouvre à des acheteurs de toute la francophonie…
En effet. Nous invitons des acheteurs du Benelux francophone ainsi que du Maghreb.

Des secteurs dynamiques

Progression versus 2014	
Objets connectés / smartphones	+ 31 %
Grossistes en téléphonie	+ 8 %
Services marketing retail	+ 27,3 %
Téléphonie mobile / smartphones et reconditionnement	+ 11 %

Acheteurs par familles de produits	
Informatique	218
Electronique grand public	165
Téléphonie	114
Objets connectés	81
Photo-Vidéo	44
Petit Electroménager	25

Hardware Club



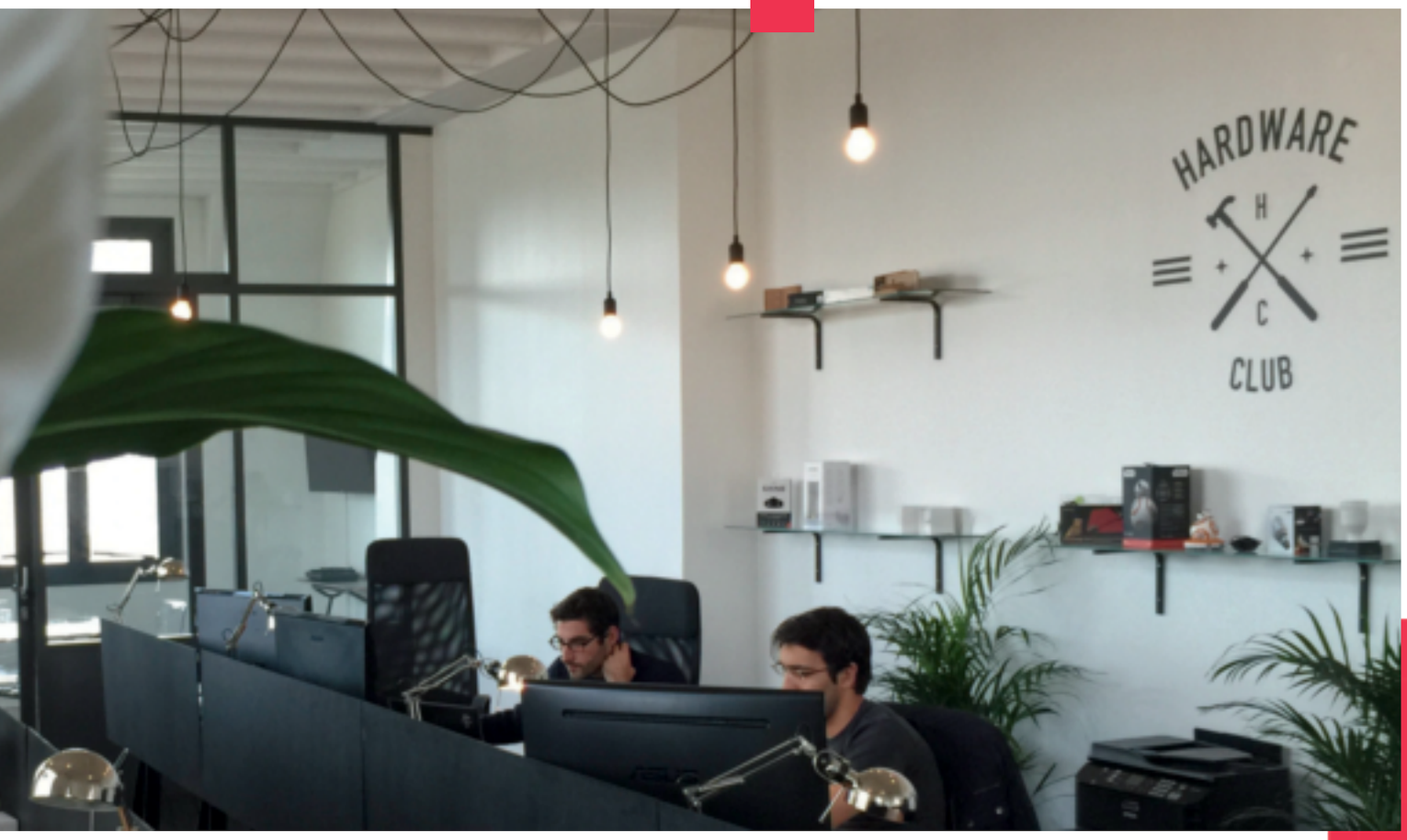
Apparu il y a un peu plus d'un an, le Hardware Club a ouvert en décembre 2015 ses bureaux parisiens. Se définissant comme une structure d'accompagnement pour les start-up hardware et intervenant dans 22 pays, le club offre un accompagnement tant pour le développement, la production que la distribution. Barbara Belvisi, cofondatrice du Hardware Club nous répond. Par Sébastien Anxolabéhère

Entretien avec
Barbara Belvisi,
Cofondatrice du Hardware Club

JDLI : Comment est né le Hardware Club ?
Barbara Belvisi : Avec Alexis Housson, l'autre cofondateur, nous sommes partis du constat qu'à la différence de l'univers software, il n'existait pas de structure de soutien aux jeunes sociétés du monde hardware. Nous avions déjà accompagné quelques start-up dans le hardware, surtout avec un prisme financier avec une autre structure, ce qui nous a permis de constater qu'il y avait un vrai besoin de créer un acteur qui fédère tout l'écosystème hardware au niveau mondial. Nous avons donc créé le club en novembre 2014, pour accompagner les start-up hardware, non pas sur les phases de prototypage, aujourd'hui bien couvertes, mais sur les phases suivantes, c'est-à-dire trouver le partenaire industriel manufacturier pour pouvoir produire à grande échelle, ainsi que les réseaux de distribution à travers le monde. Ces deux phases-là, évidemment essentielles, étaient très peu couvertes. La révolution hardware est très jeune, à peine cinq ans, ce qui explique cette situation. En fait, le Club Hardware est né au moment où les start-up les plus prometteuses arrivaient dans cette phase de commercialisation après la R&D.

Quels sont les critères pour être une start-up aux yeux du Club ?
Ce qu'on appelle start-up est assez large. Alors que dans l'univers soft, en général, il s'agit d'une structure en recherche de business model, dans l'univers hardware, le business model est simple : fabriquer un produit et le vendre. Dès le premier jour, le modèle existe. Aujourd'hui ce qu'on désigne comme start-up dans notre univers, ce sont des sociétés qui connaissent une croissance exponentielle d'une année sur l'autre. Notre focus porte également sur des sociétés qui vont chercher à un moment un acteur financier capable d'entrer à leur capital, car nous avons également la possibilité d'investir. Par ailleurs, notre intérêt se porte presque exclusivement sur des entreprises proposant des produits B to C qui visent des marchés de masse.

Comment fonctionne le Hardware Club ?
Le Hardware Club est la plus importante communauté de start-up hardware dans le monde. Fin 2015, nous avons 125 membres répartis dans 22 pays, et cela grossit toutes les semaines. On sélectionne les sociétés dans le monde entier. On organise au minimum un événement par mois à travers le monde pour nous connecter avec les différents écosystèmes sur place, nous voyageons énormément pour rencontrer les start-up candidates. Les start-up membres du Club peuvent également nous en présenter d'autres qui souhaitent devenir membres, à nous ensuite de faire le filtre pour les accepter ou pas. Notre sélection est sévère puisque seuls 10 % des candidats ont été retenus jusqu'à présent. Nous ne sommes pas un accélérateur ou un incubateur, mais nous constituons une communauté pour qui l'ensemble des ressources est gratuit.



Quelles sont ces ressources concrètement ?
C'est d'abord une plate-forme en ligne sur laquelle chaque start-up a un mini-site pour se présenter, présenter ses produits. Cela permet de se faire connaître au sein de la communauté et de se connecter avec les autres membres. Elles peuvent également accéder à toutes les informations sur les partenariats que nous avons mis en place. Elles sont de deux sortes, sur la production et sur la distribution. Le Hardware Club a signé des accords avec d'importants acteurs de la production et de la distribution dans le monde pour permettre à ses membres d'accéder à ces acteurs-là. Notre travail est de faire de la préqualification en amont pour permettre à la start-up de rencontrer le partenaire avec lequel elle va peut-être travailler et évidemment sensibiliser celui-ci à l'intérêt que représente la start-up. Notre métier, c'est de qualifier et d'introduire les start-up auprès des bons manufacturiers et des bons distributeurs. Sur 2015, 95 % des introductions que nous avons faites ont abouti à une collaboration entre la start-up et le partenaire. Le Club Hardware, qui est mondial et intervient à tout stade de développement d'une entreprise, se doit d'être en mesure de présenter des solutions différentes appropriées à chaque cas.

Prodiguez-vous également des conseils techniques ?
Nous avons dans notre équipe des personnes capables d'apporter une forte valeur ajoutée technique grâce à leur expérience, mais surtout, nous sommes en contact avec les principales sociétés à très fort contenus technologiques comme Intel, Foxcom ou Qualcomm par exemple, et nous pouvons donc orienter nos membres vers eux pour une aide au développement.

Le Hardware Club est-il rémunéré comme « apporteur d'affaire » dans ce cas ?
Pas du tout, nous le refusons, car si c'était le cas, cela fausserait notre travail. Nous voulons initier les meilleures collaborations sur une perspective de long terme, pas chercher à générer du profit à court terme. Notre but est de rééquilibrer le dialogue entre start-up et grands groupes. Ce qui intéresse ceux-ci, c'est notre travail de sélection des candidats. Quand on recommande une start-up, elle est valorisée et bénéficiera d'une écoute et d'un intérêt particulier. Le Hardware Club est une forme de label.

Au niveau de la distribution, travaillez-vous avec des grossistes ou des distributeurs ?
Notre conseil est qu'une société qui démarre, qui n'a pas encore de notoriété a tout intérêt à

travailler le plus en direct possible avec le retailer, notamment pour optimiser le marketing et la communication en magasin. Au fur et à mesure que la société évolue, évidemment ses besoins changent. Aujourd'hui on a des start-up présentes aux États-Unis qui vendent des millions d'unités par an, mais sont encore absentes du marché européen ; elles, préféreront travailler avec des grossistes ou des distributeurs que de faire un travail enseigne par enseigne.

Dans la mesure où tout est gratuit pour les start-up, comment est financé le Hardware Club ?
Nous sommes une SAS avec deux cofondateurs et quatre associés, nous avons tous investi au départ et nous avons fait entrer des investisseurs comme Pascal Cagni, ancien directeur d'Apple Europe, Bruno Messognier, fondateur d'Aldebaran Robotics, et d'autres qui sont rentrés dans le capital à titre personnel.

Mais quel est votre business model ?
Nous avons créé cette communauté pour permettre aux start-up d'accéder au maximum de ressources. Et à côté de cela, notre métier c'est aussi d'investir dans des sociétés. À date (21 décembre 2015, ndlr), sur 125 start-up du club, nous avons investi dans une dizaine, et nous allons certainement faire davantage dans les 12 prochains mois, d'autant que nos capacités grossissent avec l'arrivée de nouveaux partenaires. Dans le cadre de notre business model, nous sommes dans une phase d'investissement qui repose sur notre fonds d'investissement. Notre prisme est d'investir dans la phase d'amorçage d'une société, quand elle présente un prototype fonctionnel, mais qu'elle a besoin d'un soutien pour passer à la phase industrielle. Si une start-up est à la recherche de soutien, mais n'en n'est pas encore là, nous pouvons tout à fait l'orienter vers d'autres investisseurs.

Avez-vous des entreprises dans votre fonds d'investissement ?
À l'heure actuelle, il ne se compose que de la participation de personnes physiques, il n'y a pas d'entreprises.

Travaillez-vous avec les organismes officiels tels que Ubifrance ?
La ville la plus importante en termes de membres est San Francisco devant Paris, Londres et New York, Berlin, Tel Aviv, Shenzen, Hong Kong… Nous sommes très internationaux et il est difficile de faire des partenariats avec tous les organismes publics de tous les pays, d'autant que nous nous appliquons à traiter tout le monde de la même façon.

Comment pouvez-vous avoir des connaissances pour tous les pays ?
En dehors de nos compétences internes, nous essayons d'identifier les acteurs clés par zone géographique avec lesquels il est important de tisser des partenariats. L'expérience de chacun permet souvent d'avoir des connaissances dans les différents pays qui nous aident. Évidemment, les start-up membres du Hardware Club sont également des précieux relais. Nous venons ainsi de tenir un événement à Stockholm, en Suède, que nous avons co-organisé avec un de nos membres, qui nous a aidé à réunir plus de 200 invités, dont des experts locaux et toutes les start-up sur les objets connectés qui comptent. Nos investisseurs sont également des relais précieux. Par exemple, si une start-up américaine qui a le vent en poupe souhaite s'attaquer au marché japonais, le Hardware Club peut lui venir en aide, car nous avons au Japon un très beau réseau puisque certains de nos investisseurs viennent de là. De plus, nous avons dans l'équipe quelqu'un qui connaît la langue. Et nous avons de bons contacts avec Amazon Japan par exemple. Sur des marchés comme le Japon et la Chine, pour une start-up, il est très intéressant d'avoir un investisseur originaire du pays.

Quels sont vos objectifs pour 2016 ?
Nous comptons faire mieux que doubler le nombre de start-up sélectionnées pour atteindre environ 300 sociétés, sans abaisser nos critères de sélection, évidemment. On voit aujourd'hui un effet d'accélération. Les start-up de la première génération ont transformé l'essai ou sont en train d'y arriver. Une fois cette première vague passée, on voit arriver une deuxième vague, beaucoup plus forte. C'est ce qui est déjà arrivé aux États-Unis, c'est bien pour cela que

Une équipe expérimentée

Le Hardware Club c'est aussi la réunion de talents complémentaires. Les deux co-fondateur, Barbara Belvisi et Alexis Houssou, les deux co-fondateurs du Hardware Club avaient ensemble déjà fondé Elephants & Ventures, un fonds investissant dans les start up hardware. Jerry Yang, associé, est le spécialiste des questions technologiques. Il a travaillé près de quatre ans chez Qualcomm. Caroline Lair, associée, a travaillé dans l'agro-alimentaire, le monde financier et chez Apple. Elle a la main sur les partenariats. Parmi les conseillers du Hardware Club, on trouve des gens aussi prestigieux que Padcal Cani, qui a notamment dirigé Apple Europe de 2000 à 2012. Bruno Maisonnier, conseiller, est le fondateur d'Aldebaran Robotics. Sonny Vu est le co-fondateur de Misfiy Wearables. Jeff Burton est un des co-fondateur d'Electronic Arts.

San Franscico est numéro un en termes de membres. On a entre six et douze mois de décalage avec là-bas.

Quels sont les secteurs industriels que l'on voit surgir ?
C'est le grand retour du wearable. On va beaucoup plus loin que ce qui peut exister sur le marché aujourd'hui. Ce sont des produits plus techniques avec des capteurs beaucoup plus puissants, et on n'est plus sur « comment je capture la donnée ? », mais « comment j'interagis ? ». C'est un wearable qui devient actif, et qui a une vraie valeur d'usage. Il y a eu une sorte de course à tout connecter en mettant un capteur, un accéléromètre ou un gyro sur tout et n'importe quoi, mais ça s'est arrêté là. Aujourd'hui le consommateur revient au centre des préoccupations. Le robot est une autre grosse tendance. Une start-up comme Jibo illustre cela. Ils ont créé un petit robot, véritable assistant familial qu'on laisse posé sur un meuble et qui a suscité un engouement des investisseurs à travers le monde. En France, Keeker ou BlueFrog Robotics sont totalement dans cette mouvance. Le drone est une autre grande tendance, tant en B to C que sur des produits B to B. Il y a un fort potentiel de marché, mais un des freins demeure l'industrie du jouet qui est assez poussiéreuse, avec de très gros acteurs. En même temps, c'est ce qui va permettre à de jeunes sociétés de se faire une place au soleil en étant très en avance sur les industriels traditionnels. Le mélange robotique et réalité augmentée est également très prometteur. C'est un secteur où nous ne pensions pas voir arriver tant de start-up.

L'électro-ménager est-il un secteur où les jeunes start-up hardware sont très présentes ?
L'électro-ménager connecté est incontestablement un secteur d'avenir. Mais la question que l'on se pose, c'est les grands acteurs comme Seb, Philips ne seront-ils pas les vrais moteurs de ce marché. Ils sont puissants et capables d'innovation avec des grands pôles de R&D. Le petit électro-ménager est un secteur plus complexe qu'il n'y paraît où aux questions technologiques s'ajoutent des problématiques de design et de marketing très puissantes.

La santé reste-elle au centre des propositions des start-up ?
Oui, la santé demeure un sujet très travaillé. Tout ce qui est à la frontière entre le médical et le bien-être est une source de très nombreuses opportunités. Pour ce type de produits, la question du réseau de distribution est un peu compliquée, c'est pour cette raison que les sociétés vendent très souvent directement sur leur site. Je pense par exemple à une start-up anglaise qui a mis au point un système pour permettre aux femmes de se remuscler après un accouchement. C'est un produit très intéressant, mais compliqué à vendre en grande distribution. En revanche, ses ventes en ligne ont été très performantes. D'ailleurs, l'année prochaine, nous allons porter une attention particulière à développer nos contacts dans les réseaux de distribution, notamment sur le bien-être. Les réseaux de pharmacies constituent un vrai sujet par exemple. Les enseignes spécialisées sont un potentiel fort, et les grandes enseignes classiques ont un grand besoin d'évoluer, de se renouveler.

Naruto, la compil'

Spécialiste des licences manga adaptées en jeu vidéo, Bandai Namco Entertainment annonce qu'une compilation de jeux de la série arrive le 5 février sur PlayStation 3. Intitulée Naruto Shippuden Ultimate Ninja Storm Collection, cette compilation va regrouper trois titres de la série de jeux de combat basés sur l'une des plus populaires licences manga du moment : Naruto Ultimate Ninja Storm, Naruto Shippuden Ultimate Ninja Storm 2 et Naruto Shippuden Ultimate Ninja Storm 3 Full Burst. À 25 euros environ, cette collection sonne comme une bonne affaire.

Nintendo : les Pokémon à l'honneur

2016 marque les 20 ans d'existence de la série de jeux de rôle Pokémon, et Nintendo entend fêter dignement l'événement. En l'honneur des jeux fondateurs (publiés en Europe en 1999), le constructeur va proposer trois Nintendo 2DS en édition limitée. Toutes trois proposées en couleur (rouge, bleue, jaune) transparente, chacune comprendra une version préinstallée de Pokémon Version Rouge, Pokémon Version Bleue ou Pokémon Version Jaune (console virtuelle). Disponibles le 27 février, ces trois consoles en édition limitée seront accompagnées d'autocollants et d'un thème à télécharger pour personnaliser l'interface. Les possesseurs de Nintendo 3DS pourront, pour leur part, se tourner vers de nouvelles coques pour leur console à l'effigie de la fameuse licence. Côté jeux, Nintendo annonce la sortie au printemps de Pokkén Tournament sur Wii U, un jeu de combat en 3D mettant en scène les affrontements entre les créatures. Sur Nintendo 3DS, l'éditeur annonce par ailleurs les sorties en format physique de Pokémon Rumble World (22 janvier) et de Pokémon Méga Donjon Mystère (19 février). Le premier était paru sous forme dématérialisée en mode Free to play, il s'agira ici d'une version complète. Dans le second, ce sont 720 espèces différentes de Pokémon qui pourront être rencontrées.

Pas de vacances pour Lara Croft

Quelques semaines à peine après la parution de Rise of the Tomb Raider sur Xbox One (13 novembre), Lara Croft va reprendre du service en janvier, cette fois sur PC. C'est donc le 28 janvier que les joueurs sur ordinateur (Steam, Windows 10) pourront se plonger dans la dernière aventure en date de la célèbre aventurière, qui l'emmène notamment dans les contrées glacées de la Sibérie à la recherche d'une précieuse relique promettant l'immortalité. Les développeurs de Crystal Dynamics, qui ont collaboré avec Nixxes Software pour cette version, annoncent la compatibilité du jeu avec un affichage en 4K. Si Rise of the Tomb Raider sortira sur PC en version dématérialisée, on trouvera également plusieurs éditions physiques dans le commerce. Jeu standard, édition Digital Deluxe incluant le season pass et les différents contenus additionnels proposés, mais aussi, via la boutique de Square Enix, une édition collector incluant une statuette, une réplique du journal de l'héroïne, son collier de jade et l'édition Digital Deluxe du titre. Rappelons par ailleurs que le jeu, qui fut exclusif à Xbox fin 2015, devrait profiter d'une sortie sur PlayStation 4 en cette fin d'année.

Homefront prend rendez-vous

Repoussé à plusieurs reprises, Homefront The Revolution tient enfin une date de parution, puisque son éditeur Deep Silver vient d'annoncer une sortie fixée au 20 mai sur PC, PlayStation 4 et Xbox One. Si le premier Homefront (2011) était sorti sous la bannière de feu l'éditeur THQ, c'est Deep Silver (Koch Media) qui a repris les rênes du projet avec le studio de développement Crytek, grand spécialiste du FPS. Comme son prédécesseur, Homefront The Revolution met en scène une invasion du territoire américain par une armée ennemie aux capacités supérieures. Le scénario prend place ici en 2029, alors qu'une armée coréenne victorieuse a fait de Philadelphie sa place forte… que la résistance va tenter de reprendre. Annoncée comme un jeu en monde ouvert, cette suite devrait également se démarquer du premier titre en autorisant le multijoueurs, et notamment la coopération pour former une poche de résistance entre amis. Selon Crytek et Deep Silver, Homefront The Revolution devrait varier les plaisirs puisqu'il est annoncé que le jeu proposera des séquences d'embuscade, d'infiltration et de sabotage de manière non linéaire. Malgré un scénario original, le jeu de THQ avait déçu par sa réalisation. Bien plus ambitieuse, pensée pour l'actuelle génération de machines, cette suite pourrait bien rectifier le tir et permettre à cette franchise de pleinement s'exprimer. À noter qu'une beta fermée sera déployée sur Xbox One en février.

World of Tanks, le champ de bataille s'étend

Présent sur PC, tablettes, mais aussi consoles Xbox, le jeu massivement multijoueurs World of Tanks a ajouté une nouvelle corde à son arc mi-janvier, et pas des moindres puisqu'il s'agit de la PlayStation 4. Depuis le 19 janvier, le jeu « free to play » est en effet accessible gratuitement au téléchargement pour les possesseurs de la console de Sony, les joueurs pouvant ensuite acheter des éléments de jeu ou de personnalisation. Parmi les singularités de cette version pour la console Sony, l'éditeur annonce une prise en compte de la manette DualShock 4, de la fonction Share Play, mais aussi du jeu « remote play » via la PS Vita. Wargaming rappelle qu'il n'est pas nécessaire d'être abonné au PlayStation Plus pour pouvoir jouer à World of Tanks sur PS4.

EA remonte sur le ring

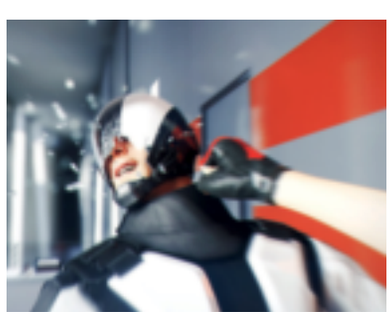
Les amateurs de sports de combat peuvent se réjouir : Electronic Arts annonce pour le 17 mars EA Sports UFC 2 sur PlayStation 4 et Xbox One. « *Que les fans veuillent réaliser les combats à venir, recréer l'issue de combats récents ou se battre avec les légendes MMA, nous les aiderons à le faire de la manière la plus authentique et passionnante jamais créée dans une simulation de MMA* », situe le Directeur créatif du jeu, Brian Hayes. Vis-à-vis du jeu précédent (juin 2014), EA Sports UFC 2 proposera davantage de modes de jeu dont les nouveaux Mode KO, UFC Ultimate Team ou encore un mode carrière revu et corrigé. Des aides visuelles au cours des matchs permettent aux joueurs de mieux maîtriser les enchaînements de mouvements et autres soumissions.

Conan, retour au jeu vidéo

Le personnage du célèbre barbare a déjà fait quelques incursions dans le jeu vidéo, du jeu d'action/plate-forme Conan : Hall of Volta de Dataeast en 1984 au jeu de rôle massivement multijoueurs Age of Conan : Hyborian Adventures publié par Eidos en 2008. C'est Funcom, développeur de ce dernier titre, qui annonce aujourd'hui travailler à nouveau avec Conan Properties, société propriétaire des droits, pour développer un nouveau jeu vidéo mettant en scène le personnage inventé par Robert E. Howard. Rui Casais, CEO de Funcom, *souligne : « Nous sommes extrêmement excités de renforcer notre relation avec Conan Properties. Conan Le Barbare est incontestablement l'un des plus grands et plus reconnus héros de fantasy à travers le monde, et en tant que développeurs de jeux, travailler sur un tel personnage et avoir la possibilité de composer à partir du monde incroyable de Hyboria tient du rêve devenant réalité* ». Funcom devrait apporter plus de précisions sur le jeu en début d'année. Rappelons par ailleurs que le projet d'un prochain film The Legend of Conan, avec Arnold Schwarzenegger au casting, est toujours répertorié sur le site imdb.com

Mirror's Edge rebondit

Le 26 mai, Electronic Arts publiera Mirror's Edge Catalyst, suite d'un des jeux les plus originaux de l'éditeur, sorti en 2008 sur consoles et PC. Via une vue subjective saisissante, Mirror's Edge propose d'arpenter une ville futuriste du haut des toits au cours de courses poursuites haletantes, enchaînant cascades impressionnantes et combats vifs. Publiée sur PC, PlayStation 4 et Xbox One, cette suite permettra à nouveau aux joueurs d'incarner le personnage féminin emblématique de Faith et de retrouver le style graphique si particulier de cet univers, aux lignes épurées et tranchantes. Selon le studio Dice (Star Wars Battlefront), créateur de la série, l'objectif de cette suite est de « *sublimer l'expérience du premier jeu : approfondir l'histoire de Faith, rendre l'univers plus stylisé et vivant, fluidifier l'expérience de la vue subjective* ». Faith va ici explorer librement la ville de Glass, aussi bien les toits lumineux de ses immeubles hi-tech que les sous-sols obscurs. Cette suite devrait permettre d'en apprendre davantage sur l'histoire de cette héroïne qui se dresse face à une société totalitaire.



bewell® connect

CES INNOVATION AWARDS 2016 HONOREE MyECG

" L'Assistant Personnel de Santé "

Rassure quand c'est utile
Prend en charge quand c'est nécessaire

bewell connect

FREE

- Profil de chaque membre de la famille
- Collecte des données sécurisées
- Suivi sous forme de graphiques ou tableaux de bord
- Interprétation du résultat basée sur les standards édictés par l'OMS
- Partage des données avec son professionnel de santé
- Localisation d'un professionnel de santé partout dans le monde

bw check-up

PREMIUM

- BewellCheck-up®
  "Mon médecin virtuel"
- Agrégation des données
- Evaluation du risque
- Evaluation du degré d'urgence
- Orientations diagnostic pondérées

MY Doc

MyDoc

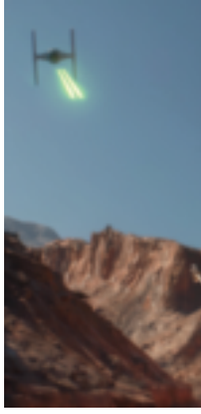
- Téléconsultation à la demande
- 24/7
- Plateforme de médecins formés en télérégulation et conseils médicaux

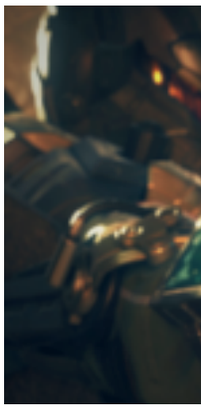
bewell-connect.com

By Visiomed

© Visiomed Group – 02/2016. BewellConnect est une marque déposée par Visiomed Group SA. Les logos et marques sont la propriété respective de leurs auteurs.

Star Wars Battlefront





Bilan fin 2015, perspectives 2016

Le jeu vidéo en

Après une fin d'année toujours intense pour l'industrie et avant un millésime 2016 qui s'annonce d'ores et déjà très chargé, retour sur les jeux qui ont fait les dernières semaines de l'année dernière en se basant sur les classements hebomadaires de Gfk/Sell. Et pour préparer 2016, rien de mieux que de survoler les grandes tendances qui semblent se dessiner pour les prochains mois, entre sorties annoncées de jeux et grandes nouveautés hardware attendues. Par Patrick Hellio

Si rien n'est jamais joué à l'avance, il y avait une poignée de favoris pour la fin 2015… qui ont effectivement amplement dominé les ventes de jeux au cours des dernières semaines de l'année. Une période, on le sait, éminemment stratégique pour l'industrie du jeu vidéo, puisqu'elle y réalise une part très conséquente de ses ventes annuelles. Rappelons d'emblée que ces données hebdomadaires concernent uniquement les ventes physiques de jeux, et ne prennent pas en compte des transactions dématérialisées que l'on sait de plus en plus importantes.

Fifa 16

Star Wars Battlefront d'Electronic Arts, galvanisé par la sortie du film événement Star Wars Le Réveil de la Force mi-décembre, mais aussi les dernières itérations de séries phares habituées aux top 5 de fin d'année comme **Fifa 16** (EA) et **Call of Duty Black Ops 3** (Activision Blizzard) ont clairement dominé les ventes de jeux physiques en France fin 2015 et se sont retrouvés sous le sapin de Noël de nombreux joueurs.

Il a la force

En revenant en force au cinéma, Star Wars était tout simplement la licence incontournable de cette fin d'année, avec d'innombrables produits dérivés savamment déployés par le groupe Disney, nouveau détenteur de l'empire Lucasfilm depuis son acquisition en 2012. Parmi les différents jeux vidéo reposant sur la fameuse franchise, c'est **Star Wars Battlefront** (PC, PS4, Xbox One) qui a clairement remporté la mise. Accessible, techniquement impressionnant et fun en multijoueurs, le shooter de Dice a su capter l'ambiance des premiers films de la saga et s'imposer comme la valeur sûre de la fin d'année. Selon l'analyste Michael Pachter cité dans Fortune, le business des jeux siglés Star Wars aurait représenté un milliard de dollars de chiffre d'affaires dans le monde en fin 2015, dont 660 millions via le hit de EA qui aurait, selon lui, atteint les 13 millions de ventes. Galvanisée, la licence aurait aussi amplement profité à **Disney Infinity 3.0**, seul jeu (accompagné de figurines NFC) dont l'une des extensions porte sur le scénario du nouveau film. Un premier tour de chauffe, cette fin 2015, pour la licence Star Wars puisque de nouveaux films vont sortir désormais tous les ans en salles (Star Wars Rogue One en 2016, Episode VIII en 2017…) sans compter les sorties vidéo (Le Réveil de la Force est attendu pour juin en Blu-ray) qui ne manqueront pas de soutenir les ventes de (nombreux) jeux à venir. En France, la semaine de sa parution (le 15 novembre, semaine 47), **Star Wars Battlefront** réussit l'exploit de classer quatre références parmi le top 5 des ventes toutes plates-formes confondues. Si les fans de la saga et gamers ont répondu présents dès la sortie, la version PS4 du jeu en particulier a su rester omniprésente dans le Top 5 jusqu'à la fin de l'année, tandis que les autres versions restaient durablement inscrites parmi les trois meilleures ventes de chaque plate-forme. Deux autres licences ont remporté de nombreux suffrages en cette fin 2015. Avec **Fifa 16**, Electronic Arts (encore !) s'assure une présence continue dans le classement hebdomadaire des cinq meilleures ventes de jeux à compter de sa semaine de lancement (24 septembre). Si le concur-

Star Wars Battlefront

Call of Duty Blacks Ops III

Call of Duty Black Ops III

n grande forme

rent **PES**, signé Konami, fait une brève entrée dans le top 5 juste avant la sortie du jeu d'Electronic Arts (semaine 38), c'est un raz-de-marée Fifa qui s'empare de l'ensemble du classement la semaine suivante… puis le jeu ne quittera plus le top, notamment là aussi grâce aux versions PlayStation. Le scénario est assez comparable pour le poids lourd d'Activision Blizzard, **Call of Duty Black Ops 3** (sortie le 6 novembre) dont la version PS4 s'installe aussi définitivement dans le classement des meilleures ventes. Immanquables de la fin d'année, ces trois titres références assoient également la position dominante des consoles Sony et de la PS4 en particulier. Sur plusieurs semaines, on observe que les PS4 et PS3 tiennent l'ensemble du top 5 hebdomadaire, quand ce n'est pas la PS4 qui occupe intégralement le classement, entre titres exclusifs et multiplate-formes qui sur-performent sur la console leader. La transition vers la génération 8 est bien avancée.

Quelques belles surprises

PS4 en haut de l'affiche et trois poids lourds omniprésents dans les listes envoyées au Père Noël : la saison de fin 2015 était-elle entièrement prévisible ? Heureusement non, et on a pu observer quelques belles surprises au cours des dernières semaines de l'année. Tout d'abord du côté de la guerre implacable que se livrent les trois constructeurs consoles autour de leurs titres exclusifs. **Uncharted The Nathan Drake Collection**, compilation des trois premiers jeux de la série rehaussés pour la PS4, a ainsi fait les beaux jours de la console pendant quelques semaines tout en convertissant tout un nouveau public aux vertus de la franchise star de Sony Computer… dont le quatrième volet arrive cette année. Hormis la belle surprise que fut **Until Dawn**, jeu d'aventure prenant l'apparence d'un film d'horreur interactif, on peut dire que Sony, en bon leader, a laissé toute latitude aux éditeurs tiers pour occuper le haut des classements sur sa console. Il en allait différemment du côté de Microsoft, qui avait sorti l'artillerie lourde sur le second semestre pour soutenir sa console via des jeux exclusifs. Un vaisseau amiral constitué de quatre titres en particulier (**Halo 5 Guardians**, **Gears of War Ultimate Edition**, **Forza Motorsports 6** et **Rise of the Tomb Raider**) dont Microsoft vient de confirmer qu'à l'échelle mondiale, chacun a passé le cap du million d'exemplaires vendus au public. En France, si **Halo 5**, porté par une critique enthousiaste, a su se frayer sur plusieurs semaines un chemin dans le top 5 des ventes, il en est allé tout autrement avec **Rise of the Tomb Raider**. Négociée probablement à prix d'or avec Square Enix et Crystal Dynamics, cette exclusivité pour les consoles Xbox n'a pas fait d'étincelles en France : le jeu n'est guère entré dans le top 5 des ventes et n'est parvenu qu'à faire une timide apparition en troisième position des ventes Xbox One… uniquement lors de sa semaine de parution. Une vraie déception pour un titre qui a dû, il est vrai, faire face à une difficile concurrence sur la période. Il sera intéressant de voir comment se porte le titre à sa parution sur PC en janvier, mais surtout sur PS4 fin 2016… Côté jeux multiplate-formes, les titres qui ont fait des passages remarqués dans le top des ventes depuis la rentrée se comptent parmi les jeux attendus de longue date comme **Metal Gear Solid 5 : The Phantom Pain** (Konami), mais aussi **Fallout 4** (Bethesda) qui a su jouer des coudes à sa sortie le 10 novembre, fortement soutenu par les amateurs de jeux de rôle en monde ouvert. Sur les toutes dernières semaines de l'année, quelques-unes des dernières parutions de 2015 ont su se frayer un chemin vers les meilleures ventes. A commencer par **Just Cause 3** (Square Enix), un jeu d'action décomplexé qui a su créer la surprise en misant sur son rythme débridé et son monde ouvert coloré, malgré une sortie tardive le 1er décembre (trois semaines de présence dans le top 5 des ventes en comptant la semaine 53). **Rainbow Six Siege**, nouvelle itération de la fameuse franchise de jeux de tir tactiques Tom Clancy, s'est lui aussi ouvert un chemin jusqu'aux premières ventes en dépit d'un lancement tardif… et d'une communication très fortement réduite étant donné les sinistres événements qui ont

Uncharted The Nathan Drake Collection

Halo 5 Guardians

touché Paris en novembre. Ubisoft peut se rassurer avec **Assassin's Creed Syndicate**, qui a pris d'assaut les premières places du top 5 à sa sortie (semaine 43), puis a fait un retour en semaine 49, signe d'un bouche à oreille positif cette année.

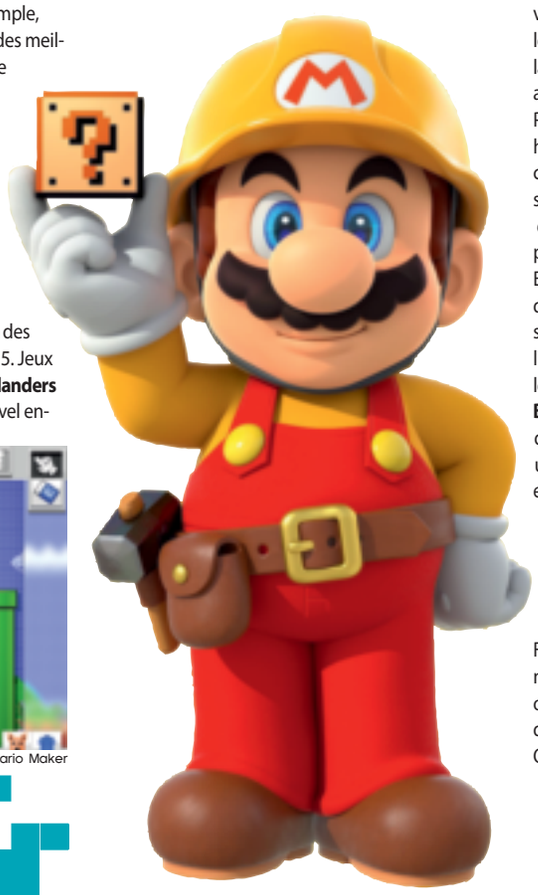
Le «cas» Nintendo

Du côté des consoles Nintendo, la situation est toujours singulière avec une représentation très réduite des éditeurs tiers : hormis Ubisoft et son **Just Dance 2016** sur Wii et Wii U, ce sont les jeux maison qui font les ventes sur les consoles. Des ventes dont les locomotives étaient **Super Mario Maker** sur Wii U (LE jeu incontournable de la console actuellement) ou **Animal Crossing Happy Home Designer** et **La Nouvelle Maison du Style 2** côté Nintendo 3DS. Et comme toujours chez Nintendo, les « hits » ont tendance à vraiment s'inscrire sur la durée. À l'image de ce que l'on peut observer sur le marché japonais par exemple, **Splatoon** (sorti en mai) continue à être l'une des meilleures ventes de la Wii U et réconforte en cette capacité de Nintendo à propulser d'inédites propriétés intellectuelles sur le devant de la scène. Preuve de la vivacité des hits de la marque, l'une des meilleures ventes de la 3DS sur les toutes dernières semaines de l'année fut **Mario Kart 7**, un grand classique de la console… sorti en décembre 2011. Idem pour **New Super Mario Bros 2**, qui fut lancé sur le marché en été 2012. Un mot, pour conclure, sur la place des jeux associés à des accessoires qui se sont multipliés courant 2015. Jeux vidéo associés à des figurines physiques (**Skylanders SuperChargers**, **Disney Infinity 3.0** ou le nouvel entrant, **Lego Dimensions**, sans oublier les Amiibo), mais aussi grand retour des jeux musicaux sur les consoles actuelles (**Guitar Hero Live** et sa guitare, **Rock Band 4** poussé par Mad Catz) ont occupé une place conséquente et toujours plus importante dans les rayons jeux vidéo. Si **Lego Dimensions** ou **Guitar Hero Live** ont fait de timides apparitions dans les classements hebdomadaires de GfK et du Sell, il convient de souligner que le prix élevé de ces produits entend une approche singulière. Sans oublier qu'une partie importante du business de cette famille de produits (figurines NFC notamment) est suivie dans le registre des ventes d'accessoires. Primeur absolue en revanche aux biens physiques dans ces catégories.

Super Mario Maker

2016, planning chargé

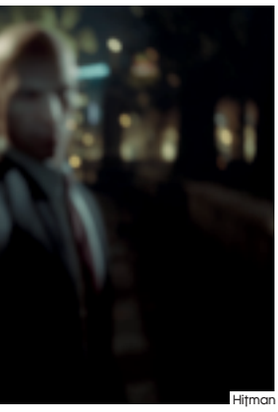
Les consoles de salon de génération 8 ayant désormais atteint leur allure de croisière côté hardware, elles donnent aujourd'hui toute leur place aux jeux. Après une fin d'année 2015 qui faisait la part belle aux poids lourds, dont franchises annualisées et licences transversales, 2016 s'annonce d'ores et déjà comme l'un des plus riches millésimes de l'actuelle génération. Il semble loin le temps où, après les effusions de blockbusters de fin d'année, le marché encore très saisonnier entamait une nouvelle année avec peu de sorties ou des productions de plus modestes calibres. Dès ses premières semaines, l'année 2016 va afficher la couleur avec des sorties très importantes et surtout une belle diversité dans les propositions. Alors que le jeu d'aventure **Life is Strange**, des Français de DontNod, fera ses premiers pas en version physique le 22 janvier (unanimement salué par la critique, à faire découvrir) via Square Enix, un autre éditeur japonais fera également l'actualité au cours des premières semaines de l'année. Après une compilation des versions restaurées de **Resident Evil** (RE Origins Collection, le 22 janvier sur PC, PS4, Xbox One), Capcom lancera l'un des premiers jeux événements de 2016 avec le très attendu **Street Fighter V** qui arrivera sur PS4 et PC le 16 février. Ce jeu de combat au pedigree historique constitue une exclusivité de poids pour la console de Sony, qui va ainsi accueillir un titre taillé sur mesure pour le jeu en ligne et le e-sport. Un e-sport qui est aujourd'hui devenu un enjeu majeur pour les acteurs de l'industrie (Activision Blizzard et EA développent des divisions dédiées à l'organisation d'événements) et où Sony a pris l'avantage dans l'écosystème consoles si l'on se fie à la fréquentation en ligne de jeux comme **Star Wars Battlefront** ou encore les accords passés par exemple autour de **Call of Duty Black Ops 3** (précieux pré carré de Xbox pendant des années). Un enjeu stratégique qui devrait prendre une place toujours plus importante pour l'industrie en 2016.



Ubisoft en force

Entre nouvelle itération d'une valeur montante au catalogue et jeu repoussé, le premier trimestre s'annonce particulièrement chargé chez Ubisoft. Fin février verra en effet la parution de **Far Cry Primal**, nouveau volet de la série de jeux FPS en monde ouvert, toujours exotique, prenant cette fois place dans le monde de la préhistoire (PC, PS4, Xbox One). Quelques jours plus tard, ce sera au tour de **Tom**

Tom Clancy's - The Division


Hitman

Hitman

Clancy's The Division, attendu depuis de longs mois, de rejoindre enfin les étals (le 8 mars) sur consoles et PC. Un jeu Clancy plutôt singulier puisqu'il va proposer aux joueurs d'arpenter une ville de New-York victime d'un terrible virus, tout en proposant des ingrédients de jeu de rôle avec évolution de personnages. Enfin, si des rumeurs planent actuellement sur le fait que le prochain Assassin's Creed pourrait délaisser le rythme annuel et opter pour une sortie fin 2017 (pour une refonte du gameplay ?), la franchise sera quoi qu'il en soit présente en magasins avec la parution en février de **Assassin's Creed Chronicles**, une compilation des trois opus de cette série de jeux de combat/plate-forme à la jouabilité en 2D. Par ailleurs, le long-métrage du même nom est prévu en salles pour fin décembre prochain… Si rien n'a été confirmé officiellement, des rumeurs font actuellement état d'un possible **Watch Dogs 2** en fin d'année, qui viendrait dans ce cas pallier l'absence de la saga phare de l'éditeur. Affaire à suivre !

Autre star du jeu d'action avec une bonne pincée de réflexion et d'infiltration, **Hitman** de Square Enix est prévu pour mars sur PC, PS4 et Xbox One. Ce sera la première fois que le studio danois Io Interactive signera un volet de la série sur les consoles actuelles, ce qui laisse espérer un gap certain côté réalisation, mais aussi une ampleur des niveaux où les missions de l'Agent 47 prennent place. Toujours très ambitieuse, cette série devrait savoir profiter des capacités des consoles de huitième génération. Quelques semaines plus tard, ce sera au tour de **Dark Souls III** (Bandai Namco Entertainment) de faire de l'œil aux joueurs aguerris. Le 12 avril, ce troisième (et dernier ?) volet de la série viendra proposer de nouveaux défis aux amateurs des jeux From Software, qu'il s'agisse des précédents Dark Souls ou de Bloodborne, l'exclusivité PS4 parue l'année dernière. Un titre qui devrait, comme ses prédécesseurs, se montrer aussi difficile que gratifiant.

L'année 2016 devrait également être importante pour Blizzard. Tout en continuant à soutenir son hit **Hearthstone**, le studio va s'atteler à deux gros chantiers. Avec tout d'abord **Overwatch**, jeu de tir en vue à la troisième personne actuellement en phase de beta et qui sera lancé officiellement courant 2016. Un pari pour le studio américain, puisqu'il s'agit d'un jeu d'action multijoueurs en vue subjective qui sera publié sur PC et consoles. L'été 2016 verra par ailleurs la sortie de Legion, une nouvelle extension pour le vénérable **World of Warcraft**. Une sixième extension pour relancer la machine, sachant que 2016 devrait également voir la sortie du film **Warcraft : Le Commencement** réalisé par Duncan Jones.

À quelques semaines de la bataille rangée de l'E3, les constructeurs de consoles vont dégainer leurs plus belles exclusivités.

Street Fighter V

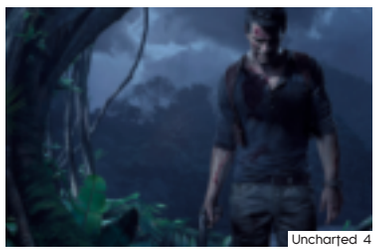
Avril, le choc des exclusivités

L'artillerie lourde. À quelques semaines de la bataille rangée de l'E3 (du 14 au 16 juin cette année), les constructeurs consoles vont dégainer quelques-unes de leurs plus belles exclusivités. On pense évidemment à Sony, qui va lancer le titre le plus attendu de la PlayStation 4, véritablement vaisseau amiral de la console, **Uncharted 4 A Thief's End** (27 avril). Repoussé à plusieurs reprises, arborant une qualité de réalisation époustouflante à chaque fois qu'il s'est laissé approcher ces derniers mois, le prochain jeu de Naughty Dog (**The Last of Us**) devrait faire parler de lui, voire imposer de nouveaux standards de réalisation dans la catégorie blockbuster AAA. Dans cette (dernière ?) aventure, Nathan Drake part à la recherche d'un légendaire trésor de pirates… et profite pour la première fois d'une réalisation spécialement pensée pour la PS4. Face à ce mastodonte que Sony devrait amplement soutenir, Microsoft opposera un jeu qui n'en est pas moins ambitieux avec **Quantum Break** (5 avril). Avec là aussi un pedigree prestigieux puisque c'est le studio finlandais Remedy, à qui l'on doit Max Payne ou Alan Wake, qui travaille depuis plusieurs années sur ce projet dans lequel le joueur va pouvoir manipuler le temps et prendre part à des scènes d'action anthologiques (le studio a amplement fait ses preuves en la matière). Annoncé en grandes pompes en même temps que la Xbox One, le titre entend proposer une « *fusion entre jeu et série* » via des séquences filmées s'intercalant au fil de l'évolution du scénario. Face à ces deux titres ambitieux, en avril, Nintendo devrait quant à lui enfin proposer **Star Fox**

Quantum Break

Uncharted 4

Mirror's Edge


Uncharted 4

Zero sur Wii U, après un report de plusieurs mois, puisque le jeu était initialement prévu pour fin 2015. Probablement le temps nécessaire pour optimiser le gameplay du titre qui entend (et c'est bien trop rare) faire un usage avancé du Gamepad. Quelques semaines plus tôt, Nintendo publiera également **Legend of Zelda Twilight Princess** sur Wii U, reprise en haute définition du jeu paru sur Wii et Gamecube fin 2006. 2016 marquant les 30 ans de la fameuse saga de Nintendo, on espère que ce titre sera suivi du très attendu **The Legend of Zelda**, prévu sur Wii U et qui laisse augurer un splendide monde ouvert en 3D à explorer.

À noter sur les tablettes

Il reste difficile pour l'heure de se projeter dans l'apres-E3, tant on sait que les annonces et surprises sont monnaie courante au cours du fameux salon, y compris pour l'année en cours. On peut cependant le prédire sans prendre trop de risques : Fifa, Call of Duty devraient, sauf grande révélation, répondre présents en fin d'année comme le veut la tradition. Microsoft annonce d'ores et déjà que **Halo Wars 2** et **Gears of War 4** feront partie des réjouissances sur Xbox One à « *l'automne 2016* ». Dans un communiqué, Andrew House, CEO de Sony Computer a, pour sa part, confirmé que **Horizon Zero Dawn**, l'une des sensations du dernier E3 et **The Last Guardian** (du créateur de Ico), titre attendu depuis de longues années, étaient bien prévus pour cette année. Par ailleurs, on peut déjà noter l'intriguant **Mirror's Edge Catalyst**, annoncé pour le 24 mai sur PC, PS4 et Xbox One.

Oculus Rift

Un lancement audacieux pour EA, qui sort ici de sa zone de confort en offrant une suite à l'un de ses jeux fortement plébiscités par les gamers (2008) mais qui ne rencontra pas un succès commercial foudroyant. Microsoft confirme par ailleurs qu'il compte faire de **Crackdown 3**, GTA-like futuriste né avec la Xbox 360, l'un des jeux de l'été sur Xbox One. Du côté de Bethesda Softworks, on espère pouvoir mettre la main courant 2016 sur deux titres très attendus avec **Doom** (daté en juin par Amazon), itération nouvelle génération du FPS fondateur, ainsi que **Dishonored 2**, suite du hit signé par le studio Arkane en 2012 et largement salué par la critique. Autre retour d'une franchise culte qu'on attend pour cette année chez Square Enix, **Deus Ex Mankind Divided** (août) marquera le second volet de la saga pilotée par le studio Eidos Montréal qui entend bien profiter de son expérience pour explorer plus loin le concept ouvert de cette saga pionnière dont l'une des particularités est de questionner le rapport de l'homme à la machine. C'est également du côté de Square Enix qu'un certain **Final Fantasy XV** devrait faire parler de lui cette année, même s'il faut encore attendre une date de sortie exacte de la part de l'éditeur. Croisons les doigts ! Enfin, si Rockstar, l'éditeur de Grand Theft Auto et Red Dead Revolver n'a pas annoncé pour l'heure de sortie majeure sur 2016, les amateurs de jeux d'action en monde ouvert pourront surveiller de près **Mafia 3**, annoncé pour cette année par l'autre label de Take Two, 2k Games. Un troisième titre qui va plonger dans l'ambiance de la Nouvelle-Orléans en 1968, attendu pour le courant de l'année.

> Ces casques seront sur le marché dans les prochains mois, mais la grande inconnue reste le volume et la qualité du software.

Nouvelles réalités ?

Difficile de conclure sur les perspectives de l'année 2016 côté jeux vidéo sans évoquer la réalité virtuelle. Attendue comme l'un des grands événements des prochains mois, la catégorie va être en particulier soutenue via trois grands noms : Facebook et son Oculus Rift (sortie en mars à 700 euros, bien plus cher qu'espéré donc), HTC Vive propulsé par Steam/Valve, tous deux nécessitant de puissantes configurations PC, mais aussi le PlayStation VR, n'exigeant qu'une simple PS4 et qui pourrait bien jouer la carte de la démocratisation. C'est certain, ces casques arriveront sur le marché dans les prochains mois, mais la grande inconnue reste, pour l'heure, le volume et la qualité du software qui va les accompagner. Oculus comme Sony communiquent sur des dizaines de jeux actuellement en production pour leurs environnements à travers le monde… mais l'offre concrète aux lancements, capitale car devant servir à évangéliser le plus grand nombre et créer l'événement, reste encore floue. La réalité virtuelle sera, à n'en pas douter, l'un des grands sujets de 2016 mais le jeu vidéo traditionnel et l'actuelle génération 8 de consoles de salon a encore de beaux jours devant elle. Sorties fin 2013, PlayStation 4 comme Xbox One pourraient tout à fait se voir déclinées sous de nouvelles formes cette année. Trois (ou quatre) ans est en général le laps de temps qui a vu, au cours des précédentes générations, une version « slim », de taille réduite, lancée d'une console pour entretenir l'intérêt ou motiver le renouvellement. Cela sera-t-il le cas pour cette génération 8 et notamment une Xbox One imposante qui en aurait bien besoin ? Reste enfin la grande question de l'actualité de Nintendo au cours de 2016. Le constructeur travaille actuellement sur une nouvelle console, nom de code Nintendo NX, qui devrait se dévoiler cette année… voire peut-être même sortir dans le courant de l'année. Annoncée comme très innovante, cette machine qui devrait, selon certaines indiscrétions, combiner console portable et salon via une base branchée au téléviseur ne devrait pas venir concurrencer les actuelles Wii U et 3DS selon le constructeur, mais proposer un tout « nouveau concept ». Que ce soit en 2016 ou bien l'année suivante, on peut faire confiance en Nintendo pour créer la surprise avec cette console mystère mais aussi la rupture vis-à-vis des constructeurs concurrents.

Innergie

LA PUISSANCE DU CONNECTEUR TYPE«C»

Chargez, transférez tous vos fichiers, images, vidéos jusqu'à 10Gb / seconde

PowerGear 45 USB Type -C

Chargeur universel ultra rapide
Grâce aux technologies Smart & Flash Power et Innershield™ Protection, chargez en toute sérénité tous vos appareils : notebook, tablette, smartphone, console de jeux portable, appareils photo, lecteur player HD...

Compatible :
Nouveau MACBOOK

Protégez efficacement vos appareils pendant les recharges en les mettant sous tension

OCP	OVP	OTP	OPP	SOP
Protection contre les surintensités	Protection contre les surtensions	Protection contre les surchauffes	Protection contre les surcharges	Protection contre les courts- circuits

Hub Type C M
HDMI + USB 3.0 + PD

Hub Type C M
VGA + USB 3.0 + PD

MagicCable USB 3.1
Type C / Type C Silver

MagicCable USB 3.0
Type C / USB A F Silver

MagicCable USB3.0
Type C / USB A F Silver

iDV
FRANCE

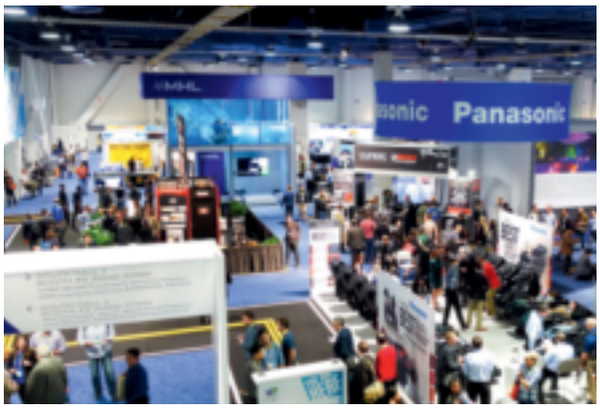
Tel: 01 84 04 01 54

CENTRAL
7000-15999
HALL

WELCOM
TO Fabulous
LAS VEGA
NEVADA

CES 2016 F

SmartHome



Foire à tout

Par Stéphane Kauffmann

Le CES 2016 fut vraiment le salon de la démesure, on se croyait revenu aux temps du Comdex à l'apogée de la folie informatique dans les années 90. Plus de 170 000 visiteurs professionnels se pressaient dans les allées, le tout dans un Las Vegas complètement saturé. De plus, le salon ayant été décalé pour l'ouverture du mardi au mercredi, l'essentiel des visiteurs a arpenté les travées sur deux jours au lieu de trois, le mercredi et le jeudi, concentrant encore le trafic. Même notre ministre a eu du mal à se frayer un chemin... Sous le hall, qui regroupait l'année dernière les objets connectés au Sands Expos, a été ouvert un nouvel espace en sous-sol qui rassemblait plus de 800 stands centrés sur les nouveaux marchés avec une French Tech qui en occupait environ 180. Cette folie des grandeurs engendre tout de même quelques problèmes. Déjà, il devient de plus en plus compliqué de trier le bon grain de l'ivraie. Ce qui veut dire aussi que des innovations majeures et des produits au fort potentiel peuvent très bien passer aux oubliettes si le stand est mal placé. Avec plus de 1000 stands d'objets connectés en additionnant tous les halls, quel acheteur peut s'y retrouver alors que seul un faible pourcentage sera commercialisé et qu'un taux encore plus bas peut prétendre à un succès commercial. Le CES est devenu la foire à la farfouille et ce n'est pas si rassurant. D'autant que contrairement à l'an passé, les innovations radicales manquaient à l'appel. En revanche, les copies et les idées farfelues ne manquaient pas alors que d'un point de vue économique, le marché des objets connectés n'existe pas encore réellement. Ça part dans tous les sens sans aucune stratégie ou direction et il y a fort à parier que si seul 10% des produits présentés en 2015 ont été commercialisés en France, le pourcentage sera encore inférieur cette année. Ce n'est pas en multipliant à l'infini les micro-sociétés et les Kickstarters que l'on va structurer ce marché. C'est comme les CES Awards, il y en a tellement qu'un trophée trône sur chaque stand ou presque. Il n'y a plus grand sens à multiplier ainsi. Il fallait donc vraiment être courageux pour tenter de trouver dans cette débauche ce qui pourrait enfin constituer les nouveaux marchés des biens technologiques. Pour autant, il y avait de nombreux produits convaincants sur des secteurs prometteurs. La santé et le sport connectés arrivent à l'âge adulte et c'est tant mieux, car l'usage est évident. À signaler qu'un nouveau segment fait une percée remarquée, celui du vêtement connecté pour le sport, mais pas seulement, la mode s'en mêle aussi. Plus précisément, c'est le pied et la chaussure qui étaient surreprésentés sur ce CES. Si pour le sport, l'usage paraît évident, sous l'aspect mode, le potentiel semble moins certain. De son côté, le smart home continue toujours à chercher un écosystème grand public simple et viable alors que pullulent des concepts à l'intérêt douteux qui ne font qu'embrouiller un marché déjà peu lisible. Du côté des catégories plus classiques, il ne se passait pas grand-chose comparé aux halls dédiés aux objets connectés. Le téléviseur tente de justifier un prix qui laisse de la marge par la qualité d'image alors que l'audio, toujours aussi sûr de lui, continue une montée en gamme salutaire, basée sur la qualité du son.

SPORT

Le sport connecté représente sans doute la catégorie à qui la connexion profite le plus. Déjà, c'est une longue histoire avec des montres de sport qui existent depuis des années et donc une longue expérience à la clef. C'est d'ailleurs en fonction du sport que se détermine l'usage, et c'est aussi ce qui explique en grande partie le succès de cette catégorie. Les supermarchés du sport ont mis un peu de temps, mais ils sont maintenant bien engagés. Les multi-spécialistes du Hi-Tech et même les hyper généralistes seraient bien inspirés de créer des rayons de sport connecté à leur tour. Ce CES 2016 confirme la pertinence de la catégorie et défriche de nouveaux territoires, notamment celui du vêtement connecté qui sera à n'en pas douter un très gros sujet pour le sport dans les années à venir. Mieux comprendre sa pratique, pratiquer avec plus de confort et donc plus de plaisir : la technologie révolutionne vraiment l'activité physique.

Fitbit
Chic et choc

Fitbit présentait une nouvelle montre de fitness, la Blaze. Elle suit les activités physiques, mais n'est pas une montre de sport et n'est pas dotée d'un GPS. En revanche, elle intègre un cardio permanent et elle est capable de détecter le type d'activité automatiquement. La Blaze se distingue plus par son élégance rare pour un traqueur, avec notamment un corps central qui peut se placer dans différents boîtiers et recevoir des bracelets de toute sorte. L'écran couleur est lisible et joli. Alors que l'heure est visible en permanence. Cela n'entame pas l'autonomie qui atteint cinq jours selon Fitbit. Le constructeur a aussi travaillé sur l'intelligence software et propose avec la montre des exercices à faire pour se maintenir en forme. Les mouvements sont illustrés à l'écran. Le prix est raisonnable au regard des prestations : 229 euros.

Garmin
équipe le vélo

Garmin s'est attaqué massivement à la sécurité en vélo, que ce soit de course, VTT ou de loisir. Varia Vision est un petit adaptateur avec projecteur à fixer sur une branche des lunettes de soleil. Il transmet une vision tête haute simplifiée du GPS de vélo (Edge 1 000 et 520 pour l'heure). Ainsi, le cycliste aura en permanence dans son champ de vision les données essentielles, comme la vitesse ou la direction à prendre. Pour l'avoir essayé sur place, c'est très convaincant, mais coûte tout de même 399 euros. Garmin commercialise aussi un radar arrière à fixer derrière la selle qui intègre une rampe de LED rouges. Par un petit écran fixé au vélo ou directement sur le GPS Edge, le cycliste sera renseigné des véhicules en approche par l'arrière et averti de leur proximité. Le prix est de 199 euros seul et 299 avec l'affichage déporté. Les Varia Smart Lights sont deux feux LED arrière à placer de part et d'autre de la selle. Dotés d'un accéléromètre, ils signalent automatiquement le freinage du vélo en augmentant leur intensité. Une commande au guidon permet aussi de s'en servir comme clignotants dont l'arrêt est automatique en sortie de virage si un GPS Edge 1000 est de la partie. Le prix est de 299 euros. Enfin, le Headlight est un phare avant LED de 600 lumens dont le faisceau serré éclaire vraiment beaucoup. Il a la particularité de se lever pour éclairer plus haut au fur et à mesure que le vélo accélère. Le prix est de 199 euros. Si tous ces équipements ne sont pas donnés, ils devraient améliorer sérieusement la sécurité d'un cycliste très exposé, surtout la nuit.

À signaler aussi que Garmin décline sa montre star pour le sport extrême et la montagne, la Fenix 3. Le modèle HR (599 euros) intègre un cardio-fréquencemètre et le modèle titane (799 euros) est, comme son l'indique, fait de cette matière pour le boîtier et le bracelet ce qui la rend esthétique, résistante et très légère. Le reste est identique au modèle standard.

Casio Outdoor, connectée et autonome

Casio annonce une montre connectée outdoor basée sur Android Wear, une première. La WSD-F10 Smart Outdoor Watch s'inscrit dans la lignée des montres de ce type proposées depuis des décennies par Casio, avec notamment un capteur de pression pour l'altitude et le temps, un accéléromètre et un compas magnétique, mais curieusement pas de GPS. C'est aussi la première montre connectée construite aux standards militaires de l'armée américaine, avec une résistance accrue aux chocs et une étanchéité à 50 mètres. L'innovation vient aussi de l'écran qui combine LCD couleur et monochrome. Si on se contente du noir et blanc pour afficher l'heure, l'autonomie atteint un mois, ce qui est exemplaire. Casio vient clairement jouer dans la cour de Garmin et de sa Fenix 3, mais avec un modèle sans GPS et moins complet, qui propose en revanche la compatibilité Android. Reste un prix de 500 euros très élevé en comparaison de sa concurrente.

Sensoria Chaussettes connectées

Le vêtement connecté est dans l'air du temps, encore faut-il lui trouver un usage vraiment évident. Sensoria se penche sur le sport, notamment avec les chaussettes connectées, ce qui peut faire sourire au début. En fait, elles détectent la pression appliquée au sol par les différents endroits de la plante des pieds. Cela permet d'analyser la qualité de la course. Ainsi, le joggeur sera informé en temps réel de ses performances et pourra corriger sa manière de courir en fonction. Quand on sait que de très nombreux amateurs courent très mal, ce qui peut avoir des effets désastreux sur la colonne vertébrale et les articutions, c'est plutôt une bonne idée. Les chaussettes peuvent se combiner à un tee-shirt qui relève notamment la fréquence cardiaque, le taux de sudation et la température corporelle. Avec les deux, l'analyse est complète, tout comme le sera le coaching qui se fait en vocal pendant l'activité. Les chaussettes valent 200 euros et le tee-shirt 150.

STYLE DE VIE

Belty, la ceinture vibrante

Il fallait bien que cela arrive ! Voici donc la ceinture connectée dont la boucle mesure le nombre de pas et reçoit les notifications du téléphone. Évidemment, elle fonctionne avec une application et elle prévient l'utilisateur par des vibrations pour l'inciter à bouger ou lui indiquer l'arrivée d'un SMS. La ceinture est très massive et esthétiquement discutable. Pour le côté tracking, entre la ceinture, les chaussures et la montre connectée, on ne pourra plus faire un pas sans être suivi.

Altra Short connecté

Voici le short connecté ! Il ne s'agit pas de se réchauffer les fesses, mais d'un cuissard dédié au jogging. C'est même un short juste-au-corps équipé de « *capteurs qui épousent la forme des muscles fessiers* », dixit le communiqué de presse… Ces capteurs, notamment galvaniques, permettent de détecter la fatigue musculaire et de prévenir le coureur s'il fait trop d'efforts par le biais d'une application. La démarche semble tout de même curieuse car si les muscles fessiers sont sollicités pendant la course à pied, l'essentiel du travail est fait par les jambes. Le footing n'est pas la première activité qui vienne à l'esprit pour raffermir les muscles fessiers, mais ils doivent savoir ce qu'ils font. Ce short est également très avancé par sa matière, le Niit Breeze, qui selon le fabricant permet de réguler idéalement la température pendant la course, en évacuant l'humidité et en offrant une ventilation importante.

STYLE DE VIE

Digitsole
chaussure active

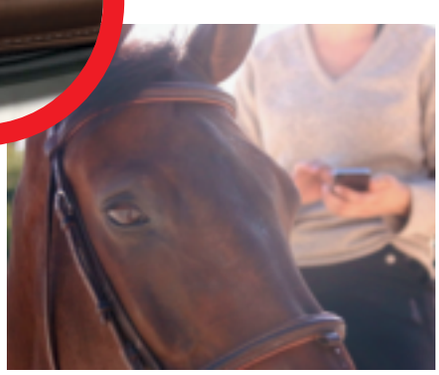
Le fabricant français s'était déjà fait remarquer par ses semelles chauffantes au CES de l'an dernier. Pilotées au degré près par le smartphone, elles sont en vente depuis. Digitsole s'intéresse désormais à ce qui entoure la semelle, soit la chaussure. En association avec un chausseur français, la marque lorraine propose déjà des baskets assez réussies esthétiquement qui intègrent le chauffage et un traqueur d'activité. Le tout se pilote par smartphone et l'alimentation se fait par une batterie dans la semelle extérieure. Pour la recharge, rien de plus simple. Il suffit de poser les baskets sur une plaque à induction. Digitsole ne s'arrête pas en si bon chemin et propose la même chose aux femmes avec des escarpins à talon haut au look traditionnel pour business woman. Plus avant-gardiste, le fabricant montrait aussi le premier modèle réel des baskets type *Retour vers le futur* qui s'ouvrent et se ferment toutes seules, là encore par l'application, le Smartshoe 01. Si on perd son smartphone, on sort pieds nus ! Digitsole travaille aussi sur le confort pour les femmes avec des chaussures dont le talon monterait et descendrait de manière électrique, contrôlé par l'application. Cela permet d'être à plat pour marcher longtemps et d'être en talon haut quand la situation l'exige. En revanche, aucun prototype n'était montré sur le salon.

Skulpt
Un corps de rêve

Les amateurs de salles de musculation et autres narcissiques d'un corps sculpté seront ravis de pouvoir enfin assouvir leur passion en connecté. Cette société américaine propose un appareil à poser sur les différentes zones musculaires du corps, une vingtaine, comme la cuisse par exemple. L'appareil détecte alors la masse musculaire, le taux de graisse, la qualité et la force du muscle. Cela permet de travailler de manière plus ciblée. L'application propose aussi des séries d'exercices en fonction de l'état de votre tissu musculaire et selon la région du corps à développer prioritairement. Transpiration en perspective. Le prix est de 100 euros.

Equisense
Cheval connecté

Le vêtement connecté est dans l'air du temps, encore faut-il lui trouver un usage vraiment évident. Le cheval ne pouvait pas se tenir à l'écart de la connexion. Cette société française propose un traqueur d'activité sous forme de galet allongé qui se fixe par la sangle de selle sur le flanc de l'animal. Encore un gadget inutile ? Pas tant que cela. Disposant des capteurs habituels tels que le gyroscope et l'accéléromètre, le traqueur est en mesure d'analyser finement les mouvements du cheval en se faisant assister par la performance du processeur d'un smartphone. Et les conclusions sont intéressantes, comme le comprendront immédiatement les cavaliers confirmés. Déjà, on peut s'assurer de la bonne santé d'un cheval. C'est un animal très fragile sur le plan musculaire et osseux, surtout les pattes. Or un problème de ce côté se traduit immanquablement par un pas ou un trot qui sort des clous, ce que le traqueur est en mesure d'interpréter. Ensuite, il permet au cavalier et au cheval de progresser pendant les séances d'entraînement en manège, et notamment pour le saut. Après la séance, on peut ainsi voir la qualité des mouvements accomplis, puis corriger la fois d'après si nécessaire. Pour autant, l'objet se destine à tous niveaux de cavaliers. À 300 euros, c'est une assistance abordable, surtout au regard des frais que génère un cheval et son entretien.



plantronics.

Découvrez la liberté du sans fil*.
Un son riche, une utilisation intuitive.
Quel BackBeat choisirez-vous ?

BACKBEAT PRO

DES FONCTIONNALITES HORS DU COMMUN

Le compagnon idéal pour vos déplacements : Active Noise Cancelling, autonomie de 24 heures.

BACKBEAT SENSE

TELLEMENT LEGER QU'IL SE FAIT OUBLIER

Un confort absolu : Poids plume de 140 grammes, serre-tête auto-ajustable et mousse à mémoire de forme.

Rendez-vous sur plantronics.com/fr

© 2016 Plantronics, Inc. Plantronics et Voyager Focus UC sont des marques de Plantronics, Inc. déposée aux États-Unis et dans d'autres pays.01.16

*Technologie Bluetooth : version 4.0 + EDR avec une portée sans fil jusqu'à 100 mètres.

LOISIR

L'industrie du loisir est concernée au premier chef par la connexion, l'aspect technologique ayant toujours été un levier puissant dans le monde des hobbies. Les drones sont évidemment à l'honneur, mais on peut douter de leur pertinence à long terme en loisir grand public, tant l'expérience est souvent décevante et la législation devenue restrictive. Et ce ne sont pas les centaines de drones identiques vus sur le salon qui démentissent ce ressenti. Restent les drones de modélisme, vraiment amusants si on s'investit un peu, et surtout ceux pour filmer en aérien, réellement enthousiasmants. Quant au transport de personnes par drones aperçu sur le salon, on sort un peu des clous… De son côté, la caméra d'action passe à 360 degrés, mais GoPro n'apporte aucune réponse grand public pour l'heure, ce qui est étonnant. Le maître dépassé par les élèves ? La bionique devient également un sujet avec ici, pour exemples, un oiseau et un chien.

Homido
Réalité virtuelle à 15 euros

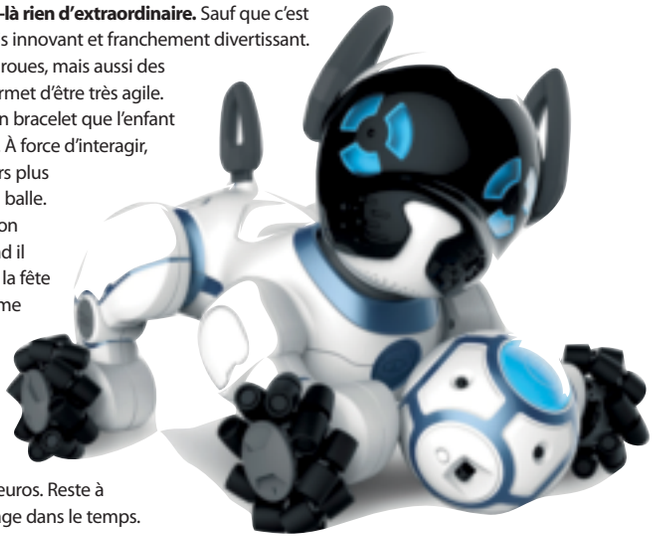
Le jeune fabricant français avait déjà attiré l'attention par son casque de réalité virtuelle très léger et bon marché (69 euros) dans lequel il suffit d'insérer le smartphone. La marque commercialise désormais de petites lunettes à clipser sur le smartphone qui ne coûtent que 15 euros. Elles fonctionnent bien entendu de concert avec l'application Homido pour expérimenter la réalité virtuelle et augmentée, avec divers jeux notamment. Mais surtout, ces lunettes sont compatibles avec les caméras 360 et leurs lecteurs, comme la 360Fly par exemple. Il suffit d'appuyer sur un bouton et on voit ce que l'on a filmé en réalité virtuelle pour quelques euros.

Parrot Aile volante

Après avoir été à l'origine du drone grand public, et il faut bien l'avouer être un peu à la traîne des meilleurs modèles actuels comme le 3DR Solo, Parrot explore de nouveaux horizons et travaille sur une aile volante. Assez grande, elle ne pèse pourtant que 700 grammes et sera très simple à piloter selon le fabricant français, par le smartphone ou la télécommande Skycontroller déjà connue du Bebop. Le concept est aussi simple que brillant avec un moteur arrière et des commandes qui se résument aux deux ailerons de l'aile unique. Le Disco pourra voler 45 minutes sur une charge et atteindre les 80 km/h. Pour décoller, il suffit de lancer l'avion à la main d'un geste vigoureux comme un modèle en papier. Le Disco prend ensuite un peu d'altitude et orbite autour du pilote. En vol, si le signal se perd, l'avion revient immédiatement sur le lieu de décollage et l'atterrissage est automatique également, au choix en cercle ou en ligne droite. Le Disco est doté d'une caméra Full-HD, identique à celle du Bebop, pour pouvoir piloter à distance et enregistrer. Si le concept est vraiment impressionnant, on se demande quand même à quoi ça sert par rapport à un drone, d'autant que si le modélisme aérien intéresse, il existe déjà des milliers d'avions sur le marché.

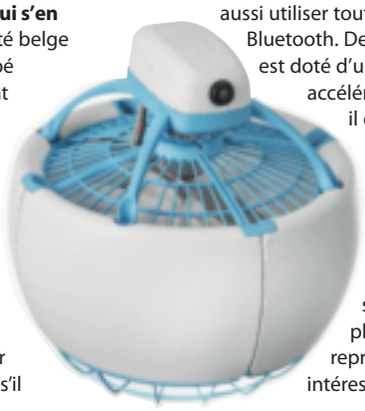
Wow Wee Chien connecté

Chip est un chien, jusque-là rien d'extraordinaire. Sauf que c'est un jouet connecté pour une fois innovant et franchement divertissant. Pour se mouvoir, il a certes des roues, mais aussi des pattes qui se lèvent. Cela lui permet d'être très agile. Il fonctionne de concert avec un bracelet que l'enfant peut porter pour jouer avec lui. À force d'interagir, il apprend notamment des tours plus compliqués qu'aller chercher la balle. Sinon, il se balade dans la maison et fouine un peu partout. Quand il détecte une personne, il lui fait la fête comme un vrai chien. Il est même possible de le contrôler à la main par le geste, par exemple avec la paume ouverte orientée vers lui pour lui dire d'arrêter. La démonstration sur le salon était très convaincante et le prix sera abordable à 199 euros. Reste à voir ce que cela donnera à l'usage dans le temps.



Fleye Drone sans risque

Les drones ont un inconvénient majeur, leurs pales très acérées et disposées aux quatre coins peuvent blesser gravement toute personne ou animal qui s'en approche. Cette jeune société belge en crowfounding a développé un drone / robot entièrement caréné à pales inversées qui se maintient en position par une régulation électronique sophistiquée grâce au processeur double cœur embarqué. De la taille d'un ballon de football, ce robot volant peut donc s'utiliser partout, car il ne risque pas de blesser quelqu'un et ne s'abime pas s'il tombe. Doté d'une caméra Full-HD, il dispose de 10 minutes d'autonomie et se pilote en WiFi par le smartphone. Alternative intéressante, on peut aussi utiliser toute manette de jeu mobile en Bluetooth. De plus, comme le robot volant est doté d'un sonar, d'un GPS, d'un accéléromètre et d'un gyroscope, il est capable de se repérer seul dans l'espace et d'éviter les obstacles. Le prix sera d'environ 1 000 euros pour une commercialisation prévue en septembre. Alors que la législation sur les drones devient de plus en plus restrictive, le Flye représente une alternative intéressante.



STYLE DE VIE

BigBen traque

Le spécialiste français de la mobilité annonce une gamme d'objets connectés de suivi sous la marque Thomson. Fonctionnants en Bluetooth, ils intègrent tous un GPS. Le modèle pour animaux intègre une carte Sim et permettra de suivre les évolutions de son chien à distance, voire de le retrouver le cas échéant. La version nue du tracker sera vendue 119 euros et une version avec abonnement GSM Data de six mois à 149 euros. Il y aura également un tracker GPS pour voiture et une montre au look sportif assez neutre à 99 euros. Elle permettra de suivre les enfants ou les personnes nécessitant une assistance. Elle sera vendue 129 euros avec un abonnement data de six mois. BigBen lance aussi la marque Force Glass qui va commercialiser des protège-écrans pour smartphone en verre trempé virtuellement indestructibles. Très haut de gamme, ils n'entament que très peu la luminosité originale et une version à filtre anti-bleu permettra une utilisation prolongée du smartphone sans fatigue visuelle.

GoPro
Du 360 compliqué

On s'attendait à ce que la marque qui a inventé la caméra d'action propose un modèle 360 degrés avec le succès que rencontre cette nouvelle catégorie, mais le constructeur s'est contenté de dévoiler un support en métal qui réunit six GoPro Hero 4 pour filmer sur 360 degrés. Déjà, le prix du système Spherical est astronomique à 2 000 dollars, et il faut y ajouter les six caméras pour un tarif global de 4 500 dollars environ. De plus, l'encombrement est conséquent. À ce prix, la chose sera plutôt réservée aux professionnels et GoPro déçoit sans doute nombre de ses fans grand public en ne proposant pas de solution plus économique en 360.

STYLE DE VIE

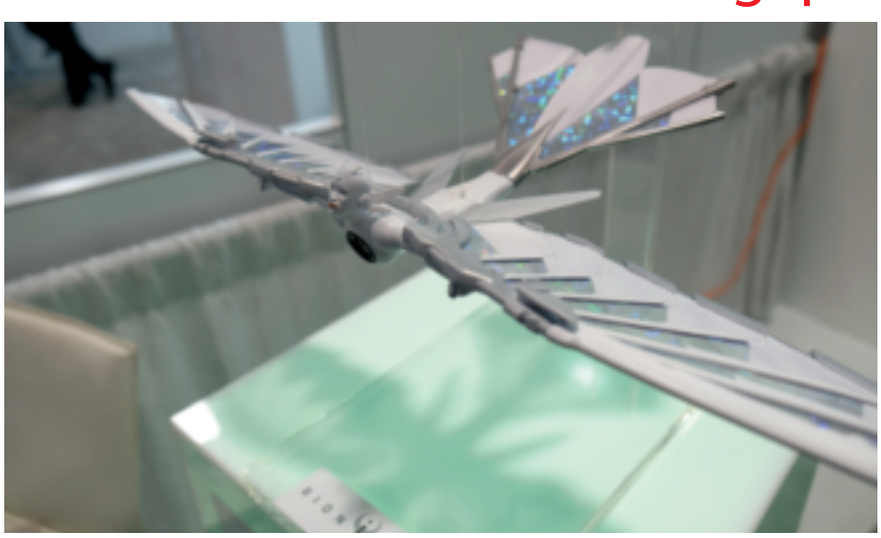
Eram
Une paire
de toutes les couleurs

Le vêtement et surtout la chaussure connectée sont manifestement à la mode dans les start-up hi-tech. Le Français Phoceis s'est associé à Eram pour développer des modèles qui changent de couleur et s'accordent ainsi aux vêtements que l'on porte, une idée qui pourrait séduire de nombreuses fashion victimes, surtout celles qui se posent la question au réveil tous les matins. Cela évite aussi d'avoir une centaine de paires dans le placard ; rappelons qu'en moyenne, la femme française en a neuf (contre six pour les hommes) ce qui finalement n'est pas si élevé (sondage TNS Sofres de 2008). Si le premier modèle lancé conjointement avec Eram sont des sandales qui ne brillent pas par la modernité du design, ce sont des baskets qui ont été présentées au CES. Leurs flancs luminescents changent de couleur au gré des envies par une application smartphone. Cela se fait en Bluetooth et une pile au lithium est intégrée dans la semelle qui contient aussi un capteur de force piézo-électrique. Ce dernier emmagasine l'énergie de la force d'appui quand on marche pour recharger la batterie. Cependant, cela ne suffit pas et il faudra de temps en temps passer par une prise USB. Si d'autres marques annoncent déjà des chaussures à écrans pliables intégrés capables d'afficher de la vidéo, ces baskets sont conçues pour être produites en grande série et l'association avec Eram rend la commercialisation certaine, qui plus est à prix très doux de 150 euros la paire.

DreamQii
Drone modulaire

Les drones sont à la mode, il suffisait d'arpenter les allées du salon pour s'en apercevoir. D'innombrables sociétés chinoises créées pour l'occasion en proposent, tout comme des fabricants dont ce n'est absolument pas le métier à la base. Et comme en matière de drone, tout a été fait, ce sont des milliers de copies que l'on pouvait admirer, du modèle à 50 euros qui vole cinq minutes et ne sert à rien au robot volant à 1 000 euros pour filmer en professionnel. Il y en a même un qui transporte une personne, un hélicoptère à huit pales en quelque sorte, l'Ehang 184. En revanche, pour le drone de modélisme, peu de choses, et pour le film aérien, rien de mieux que le 3DR Solo dont nous parlions dans le précédent numéro. Rien de nouveau ou presque car la société canadienne DreamQii propose un drone pour prise de vue aérienne entièrement modulable, le PlexiDrone. Ainsi, il ne se contente pas de transporter une GoPro, mais peut aussi recevoir un appareil photo hybride plus volumineux. Pour que le drone vole parfaitement en fonction de la charge, les bras sont interchangeables et peuvent par exemple équiper le drone de simples hélices ou de doubles en inversé. De même, on peut choisir la configuration du train d'atterrissage selon la taille de la charge et selon le terrain, avec un amortissement de choc notamment. Les commandes se font par télécommande et on peut y adjoindre une tablette pour la vidéo en live. La modularité est une vraie nouveauté dans le monde du drone, et pour autant le prix ne s'envole pas puisqu'un modèle complet de base démarre à 1 000 dollars.

Bionic Bird
Drone biologique



Le fabricant français a conçu un des meilleurs jouets connectés qui soit avec son oiseau mécanique de 10 grammes qui se pilote au smartphone et promet du plaisir dans la durée. Même le problème de l'autonomie a été résolu avec un œuf-batterie autonome suffisant pour 10 recharges et autant de vols de 10 minutes chacun. La société travaille désormais sur une seconde version, bien plus grande, mais toujours très légère, sous les 100 grammes. Ce nouvel oiseau devrait permettre d'embarquer une caméra, d'être moins limité par le vent et d'atteindre les 60 km/h. On a hâte de l'essayer.

SANTÉ

La santé connectée s'impose comme une évidence tant ce qu'elle apporte au patient et au corps médical semble évident. Du coup, peu d'innovations radicales sur ce CES, mais un écosystème qui se constitue. Il faut bien comprendre que ce n'est pas tant dans les appareils qu'il faut voir le défi pour l'avenir, mais bien plus dans l'applicatif qui fera le lien entre patients et médecins, et qui surtout donnera de l'intelligence aux mesures qui sont effectuées sur le corps. On se dirige vers trois domaines applicatifs en la matière : des solutions quand on tombe malade, du confort pour les malades chroniques et de la prévention pour éviter la maladie. Sauf que tout cela ne pourra se faire qu'avec un lien au corps médical. C'est Visiomed / BewellConnect qui innove le plus radicalement de ce point de vue avec une application devenue médecin virtuel et capable de diagnostiquer, elle intègre même une plateforme de télémédecine bien réelle si le virtuel ne suffit pas.

Feetme
Orthopédie connectée

Décidemment, l'objet connecté s'intéresse au pied durant ce CES. Après la chaussure personnalisable, l'escarpin chauffant, la chaussette qui mesure la pression et la basket de *Retour vers le futur*, voici la semelle médicale pour assister l'orthopédie. Le premier modèle capture les forces d'appui des différents endroits de la plante des pieds et en transmet une image au smartphone avec un code couleur du vert au rouge selon la force d'appui. Cette image se destine au podologue pour qu'il puisse analyser les défauts de mouvements qui procurent des douleurs, notamment dans la colonne, et pour pouvoir les corriger. Mais Feetme développe aussi un second modèle pour les sportifs, avec cette fois-ci une analyse qui servira à courir plus efficacement et surtout à éviter de se faire mal, le gros risque du jogging dans la durée. Sans doute la meilleure initiative sur le sujet vue sur le salon.

BewellConnect
Médecin virtuel

Le spécialiste français de l'appareil médical connecté pour tous lance enfin sa fameuse application check up qui permet le diagnostic virtuel d'une maladie. Le scénario est le suivant. Vous êtes malade, vous renseignez le questionnaire de l'application, notamment par les mesures des appareils Bewell dont vous disposez (thermomètre, tensiomètre, glucomètre…), mais aussi en décrivant les symptômes. L'application propose alors un diagnostic avec des probabilités, par exemple, une gastroentérite à 29%. Selon la gravité, l'application va vous proposer un traitement par médicaments sans prescription et une surveillance régulière, ou va vous inciter à consulter un médecin avec un degré d'urgence gradué. L'abonnement coûtera sans doute dans les 10 euros par mois. On peut y ajouter l'accès à une plateforme de télémédecine. Après le diagnostic, de vrais médecins prennent ainsi le relais. Ils vous appellent instantanément au téléphone si jugé nécessaire par l'application et affinent le diagnostic pour agir en conséquence, voire le cas échéant vous envoyer immédiatement un médecin ou une ambulance. Les vertus de ce système sont doubles : pouvoir déterminer sans se déplacer et attendre des heures, mais aussi éviter les consultations inutiles et donc faire réaliser des économies à l'Assurance Maladie… qui devrait rembourser l'abonnement !

iHealth se met à la natation

Le spécialiste de l'objet connecté de santé se diversifie dans le sport avec une montre traqueur d'activité étanche à 50 mètres, et donc plus particulièrement apte aux plaisirs de l'eau. Nommée assez logiquement Wave, son cadran est recouvert de Gorilla Glass virtuellement in-rayable. Wave reconnaît automatiquement la nage pratiquée par les mouvements et renseigne notamment sur les calories brûlées durant l'activité nautique. Son prix est contenu à 79 euros. À première vue, View est un tensiomètre connecté sans fil comme il en existe déjà. Mais il innove en indiquant à son écran quand on est dans la bonne position avec le bras et le poignet. Si ce n'est pas le cas, des flèches vertes indiquent la direction dans laquelle il faut décaler la position. C'est très astucieux car la lecture de la tension sur ce type d'appareil varie assez conséquemment si la position n'est pas la bonne. Bien entendu, l'écran permet aussi de voir le résultat de la mesure qui sera en même temps transmise à l'application. Le prix sera également de 79 euros.

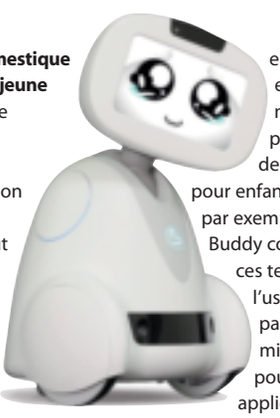
SMART HOME

Le smart home ou la maison intelligente est un sujet qui intéresse la plupart des consommateurs. Sauf qu'ils veulent une solution globale simple et pas un empilement de systèmes complexes. Sans parler du nombre d'objets qui rendent des actions simples plus compliquées, un non-sens. Allumer une lampe avec un smartphone est une régression ergonomique ! Du coup, on attend toujours qu'un Apple, un Google, un EDF ou un opérateur ne parvienne à imposer une norme ou une plateforme, et de ce point de vue rien de nouveau à l'horizon. Du coup, beaucoup se limitent à des objets connectés individuels pour la maison, ce qui est une hérésie sur le long terme. De plus, certains brouillent encore le message par des appareils dont on peine à comprendre le fonctionnement ou l'intérêt. C'est assez frustrant. D'autres montrent cependant la voie, comme le français MyFox qui a développé une alarme connectée réellement grand public et utile. Il poursuit son chemin en y associant la télésurveillance désormais. En attendant que tout cela suive enfin une vraie stratégie de simplification et de compatibilité, voici quand même des appareils soit franchement amusants, soit réellement malins. Enfin, il est plaisant de constater que certains fabricants reviennent à la raison en mettant l'usage en premier, par exemple par un interrupteur qui commande les lumières et les prises.

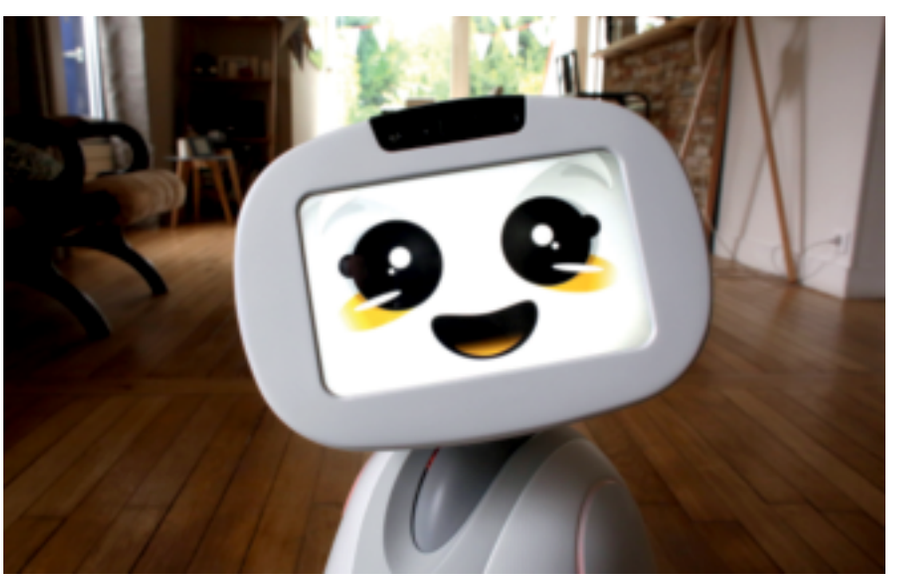
Beam Labs
Lampe à image

L'ampoule a déjà été associée au son, au parfum, à la couleur et à une caméra, mais Beam Lbs a trouvé un usage supplémentaire pour le moins original.
Il s'agit d'une lampe qui intègre un pico-projecteur LED de 100 lumens qui projette une image de 854 x 480 pixels. En accrochant la lampe au plafond, on peut ainsi projeter une image sur la table. L'effet est franchement réussi et l'effet waouh sera certain quand on reçoit du monde à la maison. La transmission se fait en WiFi par un smartphone et le réseau domestique. Absolument indispensable ! Le prix est annoncé à 499 euros.

Blue Frog Robotic
Mon pote le robot



Buddy est un ordinateur domestique multifonction développé par une jeune start-up française. Haut d'un mètre environ, il est notamment équipé de caméras pour analyser son environnement. Sa première fonction est de patrouiller dans la maison dont il apprend les dimensions tout seul. Il détecte ainsi toute activité et peut envoyer une alerte par SMS, par exemple s'il y a une intrusion. Mais Buddy peut aussi accompagner les personnes âgées qui ont besoin d'assistance en détectant notamment une chute et en prévenant alors quelqu'un par message. Il est également possible de parler à quelqu'un par l'intermédiaire de Buddy. De nombreuses applications pour enfants en font aussi un jouet évolué. Il est par exemple capable de jouer à cache-cache. Buddy coûtera 749 euros, mais comme toutes ces tentatives robotiques, l'utilisation et l'usage ne sont guère évidents, sans parler de l'encombrement. Blue Frog mise surtout sur sa plateforme ouverte pour que des tiers développent des applications.

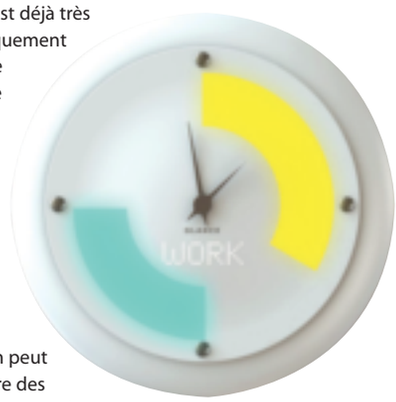


Ween Chauffage intelligent

La société française a conçu un thermostat original. À la base, il fonctionne comme celui de Netatmo avec un module sur la chaudière et un autre relié en sans-fil pour contrôler la température. Le chauffage électrique peut être piloté aussi. Une solution pour plusieurs pièces à réguler distinctement sera proposée dans un second temps. Le pilotage se fait par smartphone, jusque-là rien de nouveau. L'innovation réside dans la localisation des smartphones du foyer. En fait, le chauffage sera géré en fonction de la présence réelle dans l'appartement. Dès que le thermostat détecte l'arrivée d'une personne dans une pièce, il régule la température à la valeur confort, dès qu'elle est vide, il redescend à la valeur de veille. C'est nettement plus performant que les plages horaires qui ne correspondent jamais à la réalité. Le thermostat Ween anticipe même l'arrivée et le départ pour compenser l'inertie du chauffage, et ce par une intelligence artificielle qui apprend par les habitudes des occupants. Ainsi, il y aura des économies plus substantielles, mais aussi un meilleur confort de vie. Le thermostat est prévu pour la rentrée à un prix de 349 euros.

Glance Clock
Horloge animée

Voici une idée simple et vraiment plaisante qui, pour une fois, part de l'usage. Malgré l'omniprésence du smartphone, on aime bien avoir à portée d'œil une horloge murale à la maison, notamment le matin pour s'organiser entre le petit-déjeuner et la douche. Cette horloge est déjà très réussie esthétiquement ce qui ne gâche rien. Elle affiche en son centre du texte défilant et sur le bord des cercles croissants de couleurs différentes. À partir de l'application, on peut ainsi transmettre des informations du smartphone, mais pas que. On peut aussi afficher à intervalles réguliers l'état du trafic, la progression du chauffeur Uber ou encore simplement la météo. Plus original, l'horloge se synchronise aussi avec le traqueur d'activité, les Jawbone sont déjà compatibles par exemple. Ainsi, on aura les données de son sommeil ou son rythme cardiaque affiché sur l'horloge au lever. Prendre un objet du quotidien dont on n'a pas envie de se passer et l'enrichir de fonctions utiles, c'est selon nous une bonne démarche, d'autant que le prix demeure raisonnable, autour de 170 euros.



10-vins Clooney sort de ce vin

Georges Clooney vous sort par les oreilles à force de le voir faire le beau avec les capsules Nespresso. Eh bien, il va pouvoir se diversifier quand la société française 10-vins aura gagné suffisamment d'argent. En effet, cette start-up propose un système comparable, mais pour le vin. Certains œnologues crieront au scandale, mais le concept est intéressant. Le vin est vendu dans de petites fioles semblables à des éprouvettes dont la contenance correspond à un verre. Le bouchon est vissé. Une trentaine de vins différents sont déjà au programme et le prix démarre à deux euros. L'hôte remet aux convives un menu et chacun choisit son vin préféré. Ensuite, il suffit de l'insérer dans la machine du système qui le porte instantanément à bonne température pour le verser dans un verre. La machine est équipée d'un long serpentin ce qui permet, selon le fabricant, de modifier la température du vin sans porter atteinte à sa structure. Soit. Sur le salon, on pouvait goûter un Chablis premier cru porté à 12 degrés alors que la fiole était à température du salon. Pour peu que l'on puisse en juger le matin après une nuit longue à Vegas, le vin était bon, mais il s'agit d'un blanc jeune. Faire subir cette conservation et ce traitement à un Bordeaux rouge un peu ancien aura sans doute des conséquences. Ceux qui sont amateurs de Pomerol des années 90 en resteront à la bouteille, au bouchon, à la carafe et à la mise à température progressive. Il n'empêche que l'idée est séduisante et peut éviter les beuveries. Le système vaut 499 euros.

MyFox
Connecté et humain

Le spécialiste français de l'alarme connectée conviviale et efficace ne présentait aucune nouveauté matérielle au CES. En revanche, le système Home Alarm intègre désormais la possibilité d'un abonnement payant pour un service de gardiennage 24/24 avec un abonnement de l'ordre de 15 euros par mois. Le souscrire prend une minute et se fait en quelques clics. À noter que l'abonnement est résiliable aussi simplement à tout moment. En cas d'alarme, le service d'assistance s'assure déjà de la réalité de l'infraction par rapport aux informations fournies, notamment par la caméra, puis envoie un agent de sécurité qui prévient les forces de l'ordre le cas échéant. C'est long, mais la loi française oblige à ce processus alors qu'aux États-Unis, un policier peut être dépêché directement.

Awox a réfléchi

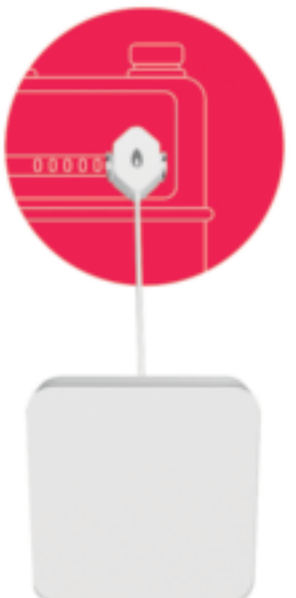
L'objet connecté est sensé simplifier le quotidien, pas le rendre plus compliqué ! Piloter une lampe par le smartphone est un non-sens car le temps de le sortir de la poche ou de le trouver dans l'appartement, puis de démarrer l'application s'avère quand même nettement plus fastidieux que d'appuyer sur un bouton. Awox annonce donc le Pebble, un interrupteur capable de commander les ampoules connectées de la marque. Il remplit à la fois le rôle d'interrupteur mural et de commande portable. Petit, il se glisse dans une poche, mais se fixe aussi à l'attache murale par magnétisme. Il suffit de le retourner pour allumer ou éteindre la lampe, un mouvement rapide change la couleur, un geste horizontal modifie l'intensité, etc. Le modèle simple pour ampoule noir et blanc sera proposé à 30 euros, le modèle complet à 50, sortie prévue en avril.

Sevenhugs pilote les objets connectés

La start-up française a créé une télécommande universelle pour objets connectés, une riche idée. La Smart Remote est livrée avec trois douilles de lampes E27 ou trois prises électriques connectées au choix. Déjà, la télécommande les pilote, mais de plus ils servent à établir une triangulation pour couvrir en réception l'ensemble de la pièce. À partir de ce moment, la télécommande pourra contrôler tout objet connecté dans le périmètre, qu'il soit en Bluetooth ou en WiFi. L'écran de la Remote s'adapte aux fonctions à piloter et elle est déjà compatible avec le thermostat Nest et le système multiroom Sonos, ainsi que les lampes Philips HUE. Sortie prévue en septembre à 200 euros. Là encore, cela évite de chercher le smartphone dans le salon et d'ouvrir des applications différentes, juste pour baisser le volume ou éteindre la lumière : une riche idée !

Engie Gaz sous contrôle

Engie (ex-GDF) innove en matière de thermostat connecté avec le Homni, mais qui se destine seulement au chauffage par le gaz, ce qui est un peu logique puisque c'est ce que le fournisseur d'énergie vend. Il est semblable au Netatmo dans son fonctionnement, avec un module de contrôle sans fil pour la chaudière (très simple à installer) et un thermostat à poser dans la pièce à vivre. Là encore, on se heurte aux mêmes limites qu'avec les autres, à savoir la température dans les autres chambres qu'il faudra réguler manuellement, quand c'est possible, car si la chaudière est éteinte, il fera froid ! L'originalité réside dans un capteur optique qui se place sur le compteur à gaz pour en mesurer la consommation. La transmission vers le thermostat se fait sans fil et la portée serait suffisante pour un compteur à l'extérieur de l'appartement, dixit le fabricant. Non seulement cela permet de voir sa consommation, mais on peut programmer le thermostat pour que la consommation reste dans le cadre fixé par l'utilisateur. L'appareil essaiera alors au mieux de gérer avec le volume de gaz disponible. Un concept intéressant qui risque de faire le bonheur des médicaments contre le rhume.



Ubiant Luminion Conso comparée

La gestion de l'énergie (et surtout les économies possibles) est très à la mode entre la prise de conscience écologique et la crise du budget familial. Ubiant propose un nouvel outil pour mesurer sa consommation, la maîtriser et surtout la comparer aux autres, ce qui est plus innovant. Luminion, tel est le nom de l'objet, part d'une démarche intéressante. L'appareil recueille les diverses consommations d'énergie de la maison (électricité et gaz le cas échéant) et affiche un index lumineux qui change de couleur selon que l'on consomme plus ou moins, tout en comparant le résultat aux autres usagers de la communauté, ce qui est la vraie innovation. Car après avoir installé un système de ce type depuis des mois pour mesurer l'électricité consommée, on s'aperçoit que l'on regarde au début puis que l'on oublie l'objet. L'aspect communautaire comparatif pourrait être motivant. L'application sera également en mesure de fixer des objectifs automatiquement après avoir analysé la consommation ou de se conformer aux normes généralement admises par mètre carré. Le Luminion communique par radio avec un module de captation qui sera différent selon l'équipement de la maison. Pour le gaz et les anciens compteurs électriques à roue, c'est un système optique. Pour les compteurs électriques récents, une pince ampérométrique, et pour les nouveaux compteurs verts, une simple prise à connecter. Le prix du Luminion sera plus ou moins élevé selon le module choisi, à partir de 150 euros avec une commercialisation prévue en septembre. Dans un deuxième temps seront proposés des capteurs de mouvement, de température et aussi des actionneurs de chauffage ou autres qui s'ajouteront tout simplement en les approchant du Luminion équipé en NFC. Avec une plateforme Cloud d'analyse énergétique, le Luminion sera alors en mesure de réguler automatiquement l'habitat selon les critères de confort et d'économies choisis.

Netatmo Surveillance ciblée

Le constructeur français décline le concept de sa caméra à reconnaissance automatique du sujet avec un modèle extérieur à positionner au-dessus de sa porte ou à un autre endroit extérieur stratégique. Si quelque chose entre dans le périmètre défini, la caméra le détecte s'il s'agit d'une personne, d'un animal ou d'une voiture (jusqu'à huit simultanément). Elle envoie alors une notification ou SMS au contact choisi en fonction de ce dont il veut être informé. En plus, une alarme lumineuse peut se déclencher car la caméra intègre aussi une lampe, tout comme elle fonctionne la nuit en infra-rouge. L'enregistrement se fait sur une carte mémoire intégrée à la caméra ou sur un FTP directement.

AUDIO

L'audio est vraiment devenue une catégorie exemplaire sur les marchés de biens technologiques. La qualité du rendu est centrale et acceptée par le consommateur qui ne cesse de monter en gamme, comme le prouvent des prix moyens en hausse sur de nombreux segments. Le son de qualité plaît et après des années d'errance du produit de mode, surtout en casque, les fabricants reviennent à l'essentiel. L'audio a également appris à utiliser le design et les tendances pour créer des produits valorisants qui plaisent et dont on accepte un prix élevé. Le rétro et le vintage sont évidemment les courants majoritaires en ce moment. Pour autant, la technologie n'est pas absente avec un sans-fil omniprésent et un confort d'écoute sans contraintes dans toute la maison, devenu un sujet central aussi.

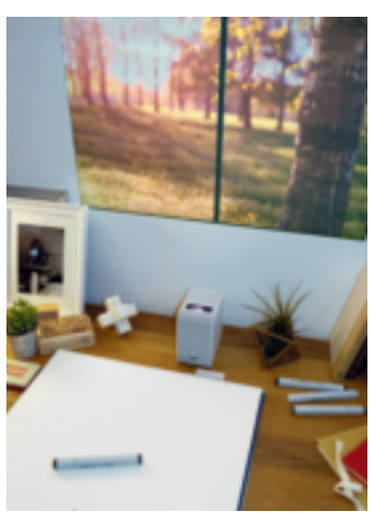
Sennheiser
Mieux que mieux

Nombreux sont les audiophiles qui vous diront que le HD800 est à ce jour un des meilleurs casques qui soit, car il combine restitution audiophile de très haut niveau à un confort de port exceptionnel dû à sa technologie semi-ouverte. Il intègre aussi le plus gros driver du marché avec un diamètre de 56 millimètres. Sans avoir l'impression d'avoir un casque sur la tête, on croit écouter des enceintes très haut de gamme. Le son affiche une présence incroyable avec beaucoup d'aération et de dynamique, un bonheur. La version HD800S apporte une plage de restitution encore étendue et plus de détails dans le bas médium. La connexion se fait au choix par un câble symétrique XLR4 permettant d'exploiter les sources à canaux équilibrés. Le prix n'a pas été annoncé, mais le HD800 vaut environ 1 300 euros...

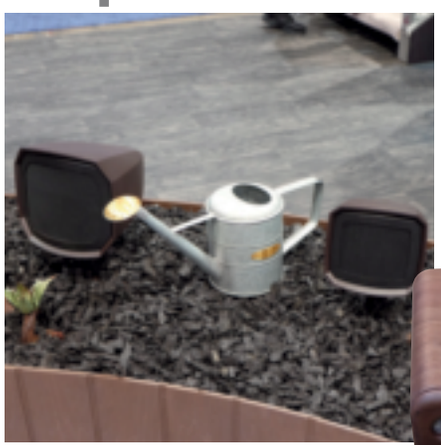
Sony De l'innovation sonore

Sony présentait une enceinte Bluetooth pour le moins originale, ce qui fait du bien dans cet univers sans grande innovation. Compacte, elle est faite pour être posée sur une table, et surtout elle intègre un vidéoprojecteur laser à focale courte. Placée près d'un mur ou près de toute autre surface blanche, elle projette une grande image avec une luminosité étonnamment élevée. L'alimentation en images animées se fera en WiFi. La chose est prévue pour le second semestre. Sony se lance à son tour dans l'enceinte sans fil pour faire la fête avec une gamme complète, et notamment la GTK-XB7. Vendue 350 euros, elle reçoit la musique en Bluetooth et diffuse un son très puissant et très orienté graves. Pour musique électronique seulement !

La Hear Go se targue d'être l'enceinte nomade la plus petite qui ait droit au label Hi-Res audio. Si on peut surtout y voir une appellation marketing, il faut reconnaître que le poids est conséquent pour la taille. Si l'adage du rapport entre le poids et la qualité en son se vérifie, on peut en attendre du gros son pour 250 euros. Comme de nombreuses marques audio, Sony présente également un intra-auriculaire tour de cou sans fil Bluetooth, le Hear In à 180 euros. Enfin, le constructeur japonais présentait une platine vinyle haut de gamme, très belle et à l'aspect qualitatif, qui a surtout la capacité d'enregistrer les morceaux du disque en fichiers haute résolution jusqu'au format DSD, une première. La PS-HX500 coûtera 500 euros.



Klipsch Du Live sans fil



Le spécialiste du son Live étend son concept multiroom audiophile Play-Fi en ajoutant de nombreux éléments lors de ce CES 2016. Ainsi les barres de son haut de gamme peuvent par exemple s'associer à des enceintes amplifiées arrière sans fil pour former un home cinéma complet et élégant. Klipsch quitte aussi le confort du salon avec des enceintes résistantes à l'eau comme la Groove, un modèle Bluetooth puissant qui propose huit heures d'autonomie sur batterie. Plus original, Klipsch montrait des enceintes pour le jardin dont le caisson de basse s'enterre dans le sol ! Aucune information sur le prix et la sortie n'a été dévoilée. Le plus remarquable visuellement étaient sans doute les nouvelles enceintes et systèmes vintage à l'occasion des 70 ans de la marque. Ainsi, le système multimédia Bluetooth Heritage en bois est absolument magnifique. Là encore, pas de date ni de prix. En matière de casques, Klipsch met également l'accent sur le sans fil avec une version Bluetooth aptX du Reference Over Ear qui sera proposée à 300 euros. La marque se lance aussi dans les intra-auriculaires sans fil avec un tour de cou qui contient l'électronique et aux matières nobles cuir et métal. L'autonomie sera de 12 à 15 heures, ce qui est beaucoup pour ce type de casque.

Audiofly

6 HP dans un Intra !

Fort de sa gamme d'intra-auriculaires haut de gamme qui intègre plusieurs haut-parleurs équilibrés et/ou dynamiques, Audiofly lance un modèle encore plus abouti, l'AF1120. Chaque écouteur intègre six drivers à armature équilibrée, deux pour l'aigu, deux pour le médium et deux pour le grave. Selon le fabricant australien, l'intra peut ainsi proposer une fidélité extrême tout en offrant suffisamment de basses pour ne pas rendre le son agressif. Effectivement, à l'écoute, c'est assez impressionnant avec un son cristallin, dynamique et très aéré qui ne manque de rien, mais qui n'est pas non plus excessivement chaleureux, ce que recherchent les amateurs audiophiles fans de reproduction à l'identique. Le prix sera de 699 euros.

B&O Play

En N&B

Lifting au programme de la marque danoise. Le casque H6 revient en V2 avec un bas médium renforcé, ce qui procure une écoute encore plus fidèle et plus chaude. Le prix demeure inchangé à 399 euros. Les enceintes WiFi de la gamme, comme la A9, seront désormais compatibles Google Cast. Une bonne idée. Les enceintes Bluetooth bénéficieront elles d'une application dédiée pour régler le son, avec notamment un égaliseur sophistiqué. Les modèles A2 et Beolit 15 se déclinent aussi avec de nouvelles couleurs, dont du noir et du gris qui plairont au plus grand nombre. Le casque H8 sera également disponible en noir désormais. Enfin, B&O Play lance une curiosité, la S3. C'est une enceinte Bluetooth compacte, mais uniquement alimentée par le secteur. Certes, elle ne sera pas des plus aisées à transporter, mais en compensation, elle propose un son très puissant, plus que la Beolit 15. De quoi animer une soirée dans une pièce de taille moyenne. Idéal pour l'installer dans un coin et l'utiliser au besoin. La S3 vaut 400 euros. Chez B&O (sans le Play), nous avons pu écouter les enceintes stéréo Beolab 90. Elles délivrent un son absolument hallucinant, probablement un des plus impressionnants qui soit en Hi-Fi. Le son est d'une dynamique et d'une aération incroyables, il suffit de fermer les yeux pour voir le chanteur et l'instrument devant soi. Pour s'offrir cette expérience sonore ultime chez soi, il suffit de dépenser 79 999 euros pour la paire, une bagatelle…

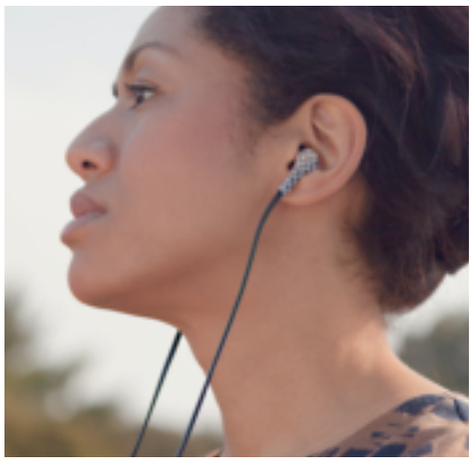
Audio Technica Contre le bruit

Audio-Technica décline son excellent casque fermé MSR7 dans une version à réduction de bruit active. Proposé à 329 euros, le son n'est en rien altéré alors que la réduction reste assez discrète pour ne pas confiner l'auditeur. Combiné à la bonne isolation passive, le résultat s'avère très satisfaisant. Audio-Technica lance aussi deux casques supra-auriculaires très légers, le SR5 à 139 euros et la version sans fil BT à 199 euros. Pour une fois, le confort est très bon sur ce type de modèle et le son est de qualité, comme à l'accoutumée chez le fabricant japonais. Enfin, la platine LP60 reçoit le suffixe BT et devient sans fil pour 229 euros, ce qui permet d'écouter ses vinyles sur des enceintes sans fil aussi.

Ion Son & lumière

Spécialiste du son associé à la lumière, Ion continue de développer des enceintes pour le moins atypiques. La Flash Rocker est une enceinte massive qui sert à faire la fête. Elle est équipée d'une batterie qui affiche 50 heures d'autonomie et surtout d'un panneau avant couvert de LED qui clignotent en musique. La chose vaut 129 euros. Dans le même registre, l'enceinte Helios est une demi-sphère, à fixer au mur, entièrement recouverte de LED et qui produit du son en Bluetooth (99 euros). La platine vinyle Superio LP à 199 euros cumule toutes les fonctions imaginables. Elle transmet en Bluetooth, lit des CD, intègre une radio, dispose d'une prise USB et même d'un lecteur de cassettes, oui vous avez bien entendu, la chose en plastique avec une bande magnétique dedans. Ion nous a dit que nombreux sont ceux qui en ont encore… Par ailleurs, Ion décline son enceinte de soirée dansante Block Rocker en modèle étanche à 199 euros, utile si au bord de la piscine les choses se gâtent en fin de soirée.

Final Audio Design Le casque autrement



Cette marque audio atypique est un vrai rayon de soleil dans un monde technologique où tout le monde passe son temps à se copier. La marque décline son casque audiophile fermé Sonouros en version II et III, à respectivement 349 et 449 euros. Certes, ils sont très volumineux, mais cela n'entame absolument pas le confort. En revanche, l'espace disponible profite au son qui sur le III, que nous avons essayé, est d'une dynamique et d'une présence incroyables à ce niveau de prix. À l'heure où les autres fabricants se tournent de plus en plus vers les casques nomades avec des compromis sur le rendu audio, Final Audio suit la démarche inverse. Le procédé est similaire sur les intra-auriculaires Label 1. Issus d'une série limitée plébiscitée par les fans, ce modèle haut de gamme intègre deux drivers à armature équilibrée pour préserver la fidélité tout en reproduisant l'intégralité du spectre sonore. Le résultat est très convaincant avec un son d'une transparence et d'une présence époustouflantes, sans pour autant négliger les basses, comme souvent sur les intras de ce type. Cela reste cependant orienté vers la fidélité, ceux qui préfèrent un son plus rond resteront sur le Heaven VIII, à notre sens le meilleur intra du marché. Les Label1 sont légers malgré une taille assez conséquente, car ils sont réalisés en titane gravé par imprimante 3D pour obtenir le rendu en relief. Un chef d'œuvre à 1 190 euros tout de même.

Astell & Kern
Baladeur modulaire

Le spécialiste du baladeur audiophile haut de gamme décline son dispendieux 380 en modèle AK320 plus abordable, à 1 800 euros tout de même. On dispose du même convertisseur que sur le 380 qui est une pure merveille, mais la restitution se limite aux fichiers 24Bits/192KHz et les DSD ne sont pas lus nativement. Au vu du nombre de titres intéressants disponible à ce format, ce n'est pas une grande perte. Surtout, le 320 est compatible avec la station d'accueil qui permet de connecter un diffuseur en prises équilibrées XLR, d'ajouter un amplificateur pour casques sensibles et de brancher le lecteur CD permettant de convertir instantanément les morceaux en fichiers dans la mémoire du baladeur.

Hercules Enceinte Hipe

La marque française lance une enceinte innovante plus particulièrement destinée aux amateurs de glisse nautique, surfeurs californiens et autres. La WAE Rush à 129 euros est non seulement très esthétique, mais aussi antichoc et surtout complétement étanche à la norme IPX67. Elle résiste donc à une immersion complète à un mètre pendant 30 minutes et, comme elle flotte, elle ne risque pas d'aller plus bas. Le son produit est étonnamment puissant au regard de la taille, tout comme le registre grave est présent, même s'il ne descend pas très bas. Il n'y a pas de miracle. Hercules a aussi eu la bonne idée d'y ajouter une radio FM, si on oublie le smartphone ou que l'on veut éviter de le mouiller.

Plantronics
Bluetooth x2

Un casque Bluetooth est censé fonctionner avec un ordinateur portable Bluetooth, l'évidence. En théorie oui, mais en pratique l'appairage est souvent difficile et la transmission de musique aléatoire. Plantronics a donc eu la bonne idée d'ajouter un dongle USB Bluetooth à son casque sans fil Backbeat Pro qui devient ainsi le +. Il suffit de brancher l'adaptateur sur l'ordinateur pour restituer la musique sans perte et sans réglage compliqué. Ajoutons que la distance de réception s'allonge à 100 mètres.

TV

Que dire du téléviseur si ce n'est qu'il est plat, joli, design, fin et que l'image est de plus en plus qualitative. En soi, cela devrait suffire comme arguments, mais le problème est que la guerre des prix et des volumes en baisse ont donné l'impression au consommateur qu'il peut tout avoir en payant une misère. Du coup, difficile de vendre de l'innovation et de la montée en gamme. Le design et la finesse : proposés dès le premier prix. L'Ultra-HD : généralisé. La Smart TV : pas un vrai sujet en France. La grande taille : bradée aussi. Reste la qualité d'image avec de réels progrès en haut de gamme, mais aussi une grande difficulté à le faire comprendre à un consommateur non-technophile. Et ce n'est pas l'arrivée du Blu-ray Ultra-HD le mois prochain qui y changera quelque chose. Elle intervient quatre ans trop tard. Messieurs les constructeurs et éditeurs : vous voulez un scoop ? La vidéo s'est dématérialisée et Netflix est arrivé en France en Ultra-HD !

Philips Screeneo

Sans recul et sans changement de lampe

Racheté par X-Gem, la partie vidéo-projection de Sagemcom continue à utiliser la marque Philips pour la partie domestique. Le nouveau modèle Screeneo HDP-2510 est toujours un projecteur à focale courte, mais intègre une innovation de taille. Ce modèle Full-HD DLP, très lumineux sans nuire à la reproduction home cinéma, est doté d'une lampe Philips qui dure 10 000 heures, contre 4 000 en moyenne pour la concurrence. Quand on connaît le prix du remplacement d'une lampe de projection, autour de 300 euros minimum, en avoir conçu une qui couvrira la durée de vie du projecteur est une petite révolution. Le projecteur assez encombrant se place entre 10 et 44 centimètres du mur pour afficher une image Full-HD jusqu'à 120 pouces. L'image est lumineuse tout en étant douce, pour autant que l'on puisse en juger rapidement. L'encombrement important s'explique par une partie basse consacrée au son en Dolby Digital 2.1 qui délivre 26 Watts. Le HDP-2510 sera commercialisé en mars à 1 500 euros.

Sony TV dans la continuité

Comme ses concurrents, Sony peaufine la qualité d'image de ses téléviseurs. À sa technologie d'amélioration XDR s'ajoute désormais le HDR. Il s'agit donc d'améliorer la perception des détails et le contraste quand des parties très lumineuses et très sombres se côtoient à l'image. Le résultat semble assez probant, dans les clous de ce que propose Samsung sur ses nouveaux S-UHD. Sony montrait aussi le prototype d'une nouvelle génération de rétroéclairage qui utilise du Direct LED et de nouveaux algorithmes pour une luminosité incroyable, même localement en jouxtant du noir. L'exemple montrait l'intérieur très sombre d'un hélicoptère avec un petit hublot vers l'extérieur si lumineux que cela en était gênant à regarder. Cette reproduction correspond peut-être à la réalité, mais qui veut avoir mal aux yeux en regardant la TV. La prochaine étape sera de brûler la rétine si le film montre le soleil de face ? Quoi qu'il en soit, le nouveau vaisseau amiral 2016 s'appelle XD93. C'est un téléviseur magnifique doté de la technologie XDR et HDR. Il demeure très fin avec seulement 11 millimètres d'épaisseur. Les modèles 55 et 65 pouces seront en LED Edge (sur les bords) et le 75 pouces en Full LED (répartis sur la surface arrière). On pourra leur associer la nouvelle barre de son HT-NT5 qui, comme nombre de concurrentes, est multiroom, pour se combiner à des enceintes arrière sans fil et ainsi former un home cinéma 5.1.

Samsung TV Toujours plus

Samsung renouvelle toutes ses gammes de téléviseurs haut de gamme S-UHD, l'appellation maison pour les modèles Ultra-HD aux raffinements d'image multiples. Cette année s'ajoute le Quantum Dot, un système de filtre du rétroéclairage permettant un spectre de couleurs étendu. Il faut reconnaître que l'image est absolument somptueuse, du moins sur les démonstrations du salon. Par moments, l'image semble aussi contrastée que de l'OLED avec des noirs quasi parfaits et des couleurs plus naturelles. La série KS9000 sera le haut de gamme avec des tailles allant du 55 au 88 pouces et des prix qui devraient démarrer à 2 700 euros. Samsung clame aussi détenir l'incurvé le plus fin au monde avec seulement trois millimètres d'épaisseur en 65 pouces. Le pied et le cadre sont désormais en métal et l'ensemble est très réussi esthétiquement. Pas de révolution donc, mais des téléviseurs qui s'affinent, sont plus luxueux et offrent une image encore plus belle. Pour compléter l'image par un son de qualité, Samsung lance une barre de son Dolby Atmos fournie avec un caisson et deux enceintes arrière sans fil. La puissance est impressionnante et le son entoure vraiment le spectateur. Pour autant, le rendu semblait un peu agressif pour ce que l'on peut en juger sur le salon. Surtout, Samsung montrait la version finale de son lecteur Blu-ray Ultra-HD qui sortira en mars entre 400 et 500 euros accompagné d'une vingtaine de films pour enfin apprécier le potentiel des téléviseur S-UHD.

TCL De la belle TV

TCL disposait d'un stand immense, un peu vide, sur lequel le fabricant de téléviseurs montrait surtout ses futurs modèles haut de gamme axés principalement sur le design et la qualité d'image. Si la démarche n'est pas originale, c'est aussi un peu la seule possible. Le vaisseau amiral de la flotte sera le X1 proposé à partir de 65 pouces. C'est un écran très fin et incurvé qui aura la particularité d'intégrer en façade sous la dalle une rampe de haut-parleurs labélisés Harman Kardon pour un meilleur son. Ce modèle devrait être vendu entre 2 500 et 3 000 euros à la rentrée. Cette solution sonore montre le souci de qualité globale, mais à ce tarif, nombreux sont les consommateurs à associer une solution audio dédiée. Plus original, le téléviseur pourra être mis sur un pied, mais aussi posé à même le sol avec une béquille. L'écran associe la technologie HDR et Quantum Dot pour proposer une image contrastée qui restitue finement les détails, même en cas d'écart de luminosité extrême. Il propose aussi une palette de couleurs étendue. Pour obtenir ce résultat, les LED du rétroéclairage sont au nombre de 288 et répartis sur toute la surface arrière.

Schneider ressuscité

Admea ressuscite la marque Schneider et propose sous son nom une gamme complète de téléviseurs au rapport prestations/prix avantageux. Il y aura cinq gammes avec des diagonales du 19 au 65 pouces. Signalons déjà un modèle Full-HD 65 pouces géant sous la barre des 1 000 euros, de quoi avoir une grande image dans le salon sans se ruiner. Une gamme Ultra-HD et ultrafine viendra coiffer l'offre avec des modèles 50, 55 et 65 pouces. La version 55 devrait coûter environ 1 300 euros. Signalons aussi un modèle vintage rouge très réussi en 32 pouces et proposé à 399 euros.

Panasonic Blu-ray Ultra-HD

Si Panasonic s'oriente de plus en plus vers le marché professionnel, on pouvait néanmoins découvrir, caché dans un coin, le premier lecteur Blu-ray Ultra-HD du constructeur. Rétro-compatible Blu-ray et DVD, il affiche un design quelconque. Ce lecteur sera bien évidemment compatible avec le HDR et le nouveau codec HEVC pour une qualité d'image optimale. Le DMP-UB900 est attendu au cours du premier semestre à un prix non officialisé qui tournera sans doute autour des 500 euros.

MOBILITÉ

L'IT était quasi absente du salon. Pour aller voir les grands de ce secteur, il fallait faire la tournée des hôtels. Autant dire que devant l'ampleur du salon, c'était mission impossible. C'est peut-être aussi un signe des temps. En téléphonie, rien de neuf sous le soleil non-plus, mais c'est logique, il faudra attendre le Mobile World Congress le mois prochain. Ce sont donc les accessoires pour la mobilité qui ont fait le show à Las Vegas et il y avait des idées intéressantes. En voici quelques-unes.

Samsung Tablette XL

Sans surprise, Samsung entre dans la danse des tablettes Surface like avec la Tab Pro S. Dotée d'un écran de 12,3 pouces, elle demeure légère (693 grammes) et très fine (6,3 mm) alors que l'affichage est en très haute résolution (2 160 x 1 440 pixels). Fonctionnant sous Windows 10 évidemment, elle est dotée d'un processeur Intel Core m de nouvelle génération. Pour la connectique, il faudra se contenter d'un unique port USB-C. La finition est magnifique et l'écran aussi, avec des couleurs un peu flatteuses cependant. La tablette s'accompagne d'une housse dotée d'un clavier rigide dont les touches sont très convaincantes, larges et au toucher précis.

HP Pour l'élite

Le département professionnel d'HP annonce un nouvel EliteBook que tout employé rêve d'avoir. Le Folio est un notebook classique doté d'un écran de 12,5 pouces, disponible en tactile ou non-tactile. Entièrement réalisé en aluminium, c'est déjà un objet absolument magnifique, qui de surcroît pèse moins d'un kilo. Malgré l'extrême compacité, de larges haut-parleurs proposent un son étonnamment qualitatif. L'écran pourra monter en résolution jusqu'à l'Ultra-HD. Le clavier offre un toucher très agréable et le pavé tactile au clic classique semble très confortable. HP a également multiplié les microphones en façade pour faire de ce notebook un outil de vidéoconférence qui dispense d'en avoir un supplémentaire en accessoire. Sans surprise, le Folio sera animé par des processeurs Intel Core m de dernière génération qui combinent faible consommation à de bonnes performances, et ne nécessitent pas de ventilateurs. Cet objet de séduction sera disponible prochainement à partir de 999 euros hors taxe.

Sandisk Tout sur soi

C'est moins tendance que le vêtement connecté, mais sans doute aussi bien plus utile dans le quotidien mobile de tout un chacun. Sandisk a lancé il y a quelque temps un SSD de poche en USB 3 qui a fait sortir le stockage de l'âge de la lenteur. Petit carré facile à glisser dans la poche, il permet de sauvegarder ou emporter ses données avec un temps de copie record, par exemple un film en HD en quelques secondes. Cependant, la capacité n'égalait pas celle d'un disque dur externe traditionnel. Le modèle Extreme 510 tout juste annoncé au CES étend la capacité à 480 Go, ce qui du coup devient suffisant pour la plupart d'entre nous. Par rapport au 500, disponible en 480 Go aussi, il devient antichoc et résistant à l'eau. Certes, il faudra débourser environ 250 euros, mais quand on réfléchit à l'importance du stockage mobile de nos données et du temps que nous fait perdre la copie interminable, c'est un investissement qui se justifie.

Phone Soap

Maladie téléphoniquement transmissible

Le smartphone est sale, le smartphone est dégoûtant. On le manipule en permanence, on postillonne dessus, on le laisse traîner partout. C'est donc un facteur de transmission idéal pour toutes formes de maladies virales ou bactériennes, sans parler de la saleté et d'une esthétique mise à mal. Voici la solution. Dans ce qui semble être un appareil de bronzage pour smartphone, il suffit de l'y placer pour la recharge et en même temps tous les germes sont détruits. Ensuite, un petit passage du rouleau Screen Cleaning Roll Polish du même fabricant et le téléphone est comme neuf. Idéal pour les allergiques, notamment. Le coût du chargeur anti-germes est de 60 dollars.

Polaroid Powerphone

Présent sur le marché du smartphone entrée de gamme depuis quelque temps maintenant, Polaroid a décidé d'élever le niveau technique et lance le Power qui porte bien son nom. Déjà, il affiche un design sobre et une belle finition, pour autant que l'on puisse en juger en quelques minutes. L'écran mesure six pouces, c'est donc un très grand téléphone, une approche qui convainc de plus en plus de consommateurs. Il est en Full-HD, une première chez Polaroid. Doté d'un processeur puissant, d'une mémoire de 32 Go et d'un capteur de 13 Mpixels, les spécifications du Power sont impressionnantes pour un prix qui demeure contenu à 229 euros.

Hudway

Smartphone tête haute

Cette société russe a développé un accessoire tout simple, mais extrêmement ingénieux. Il s'agit d'un affichage tête haute pour la voiture qui ne coûte que 69 euros. Très compact, il suffit de lever la vitre et de poser son smartphone dessus, le tout se fixe par adhésion sur le tableau de bord. L'écran du smartphone est ainsi affiché sur le pare-brise en position idéale pour ne pas quitter la route des yeux. Certes, ce n'est pas nouveau, mais Hudway a développé une application spécifique qui affiche des informations essentielles comme la vitesse, l'approche d'un virage et autres. Sinon, l'afficheur est également compatible avec nombre d'applications de navigation.

Alcatel OneTouch se soucie des enfants

Alors que l'engagement des constructeurs à utiliser Windows 10 Mobile sur leurs smartphones demeure mesuré pour le moins, Alcatel OneTouch annonce outre-Atlantique la disponibilité immédiate d'un premier terminal plutôt entrée de gamme puisque le prix est de 140 dollars. Le Fierce XL est en 4G et doté d'un écran cinq pouces HD, d'un processeur Qualcomm Snapdragon 210 et d'un capteur 8 Mpixels, du très classique donc. Surtout, ce sont des spécifications proches de ce que sera l'entrée de gamme en ce début 2016, mais pour des tarifs souvent inférieurs à 100 euros. Reste à voir si la plus-value de Windows sera prise en considération par le consommateur. Alcatel lance également une montre pour enfants, la CareTime, assez proche de ce que l'on avait déjà vu chez Haier l'année dernière sans que le produit n'ait apparemment jamais vu le jour. Colorée, elle se destine aux enfants de 5 à 10 ans qui pourront ainsi rester en contact avec leurs parents et les joindre en cas de problèmes. Il s'agit d'ailleurs surtout de rassurer ces derniers qui pourront savoir où se trouve leur progéniture, recevoir une alerte en cas de sortie d'une zone définie et joindre le bambin en cas de doute. Pour cela, la montre est dotée d'un micro et d'un haut-parleur, et l'enfant peut aussi joindre cinq numéros préenregistrés. Pour la localisation, la CareTime dispose d'un GPS et pour la partie téléphone, elle nécessitera une carte SIM. Le prix est annoncé à 99 euros.

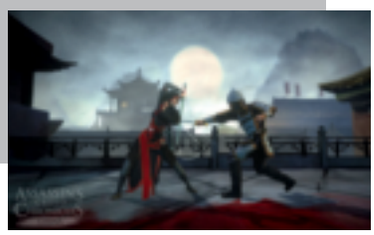
Nexpaq Smartphone modulaire

On pourrait penser qu'en matière de coques pour smartphone, tout a été fait... Eh bien pas du tout. Cette société hongkongaise a imaginé une coque modulaire capable de recevoir des modules de captation divers et variés qui seront ainsi directement reliés au smartphone. Le tout n'entame pas trop l'épaisseur de l'ensemble. Ainsi, on pourra choisir d'ajouter des fonctions à son téléphone comme par exemple un thermomètre qui fait défaut à l'iPhone, un mètre-laser pour mesurer une pièce, un capteur de CO^2 pour la qualité de l'air, etc. L'idée du fabricant est de proposer la plateforme en open-source pour que des tiers spécialisés réalisent des modules, ce qui se fait très simplement selon Nexpaq. C'est un projet ambitieux et intéressant, mais qui sera difficile à mettre en œuvre.

Innergie Vraiment universel

La marque spécialisée dans la recharge mobile présente un premier chargeur USB-C 45 Watts capable de recharger quasiment tous les appareils dotés de la nouvelle prise réversible. Il offre au maximum 45 Watt, mais régule l'intensité en fonction de l'appareil auquel il est connecté. Il peut ainsi recharger la majorité des notebooks, y compris le Macbook Pro, mais aussi un smartphone ou une tablette. On s'approche enfin du chargeur unique ! Le Power Gear USB-C sera disponible prochainement.

ALTEC
LANSING
WE WERE FIRST.
SOUND FIRST.
Shadow Star, le casque par Altec Lansing.
Le Shadow Star a été conçu pour vous apporter un son équilibré et puissant.
Bluetooth et contrôle tactile sur l'oreillette, son utilisation est simplifiée au maximum pour une expérience unique.
Sélectionné parmi les
5 meilleurs casques
International CES 2016
www.alteclansing.com



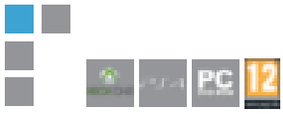
Assassin's Creed Chronicles Trilogie

Action/plate-forme
Le 9 février

Ubisoft réunit dans cette compilation physique les trois volets de la série Assassin's Creed Chronicles. Prenant place dans trois environnements différents (Russie, Chine, Inde), cette série alternative repose sur une jouabilité en 2D dans des décors colorés et en 3D. Combats et plate-forme sont au programme de ces trois aventures qui ne sont pas sans évoquer les premiers Prince of Persia, côté action et mise en scène.

- MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Ubisoft
- ÉDITEUR Ubisoft
- DISTRIBUTEUR Ubisoft
- NOMBRE DE JOUEURS 1
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLICS CONSEILLÉS

30€ environ



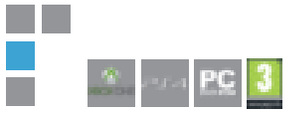
Agatha Christie
The ABC Murders

Aventure
Le 10 février

Dans ce jeu d'aventure et d'enquête « point'n click », on retrouve le célèbre enquêteur Hercule Poirot dans l'une de ses plus fameuses affaires. En examinant les scènes de crimes, en manipulant des objets, en devisant avec différents personnages et en résolvant des énigmes, le joueur va devoir faire la lumière sur le mystérieux meurtrier qui se fait appeler ABC… et qui met au défi l'enquêteur belge par lettres interposées.

- MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Artefacts
- ÉDITEUR Microïds
- DISTRIBUTEUR Anuman Interactive
- NOMBRE DE JOUEURS 1
- JEU EN LIGNE Non
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

30€ environ (PC)
40€ environ (Consoles)



Sébastien Loeb
Rally Evo

Simulation
Le 29 janvier

Milestone, le studio italien spécialiste du jeu de course (WRC, Ride, Moto GP…), signe une nouvelle simulation de rallye frappée de la licence du champion français Sébastien Loeb. Cette simulation propose un mode carrière dans lequel les joueurs vont se battre pour une place dans l'écurie de Loeb, qui les aidera ensuite à se perfectionner. Pour l'un de ses jeux les plus ambitieux à date, le studio annonce environ 300 kilomètres de route modélisés, huit rallyes différents, cinq circuits de rallycross, une cinquantaine de modèles de voitures par une vingtaine de constructeurs.

- MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Milestone
- ÉDITEUR Bandai Namco Entertainment
- DISTRIBUTEUR Bandai Namco
- NOMBRE DE JOUEURS NC
- JEU EN LIGNE Oui
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

70€ environ (Consoles)

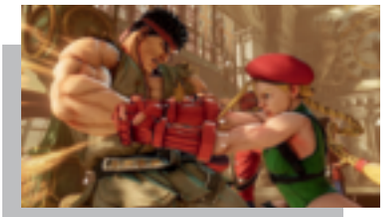
Street Fighter V

Combat
Le 16 février

La référence incontournable dans le domaine du jeu de combat un contre un fait son grand retour avec ce cinquième volet, qui profite d'une exclusivité PlayStation côté consoles. Nouveaux personnages et figures incontournables (Ryu, Ken, Chun-li…) de la saga répondent présents ici, sachant que des combattants supplémentaires seront régulièrement proposés pour passer de 16 à 22 personnages jouables. Multiples coups spéciaux, jeu en ligne et forte présence en e-sport sont au programme pour ce nouveau Street Fighter qui devrait faire parler de lui.

- MARKETING Non communiqué
- MISE EN PLACE Non communiquée
- DÉVELOPPEUR Capcom
- ÉDITEUR Capcom
- DISTRIBUTEUR Capcom
- NOMBRE DE JOUEURS 1 à 2
- JEU EN LIGNE Oui
- PRIX PUBLIC CONSEILLÉ

70€ environ (PS4)



INSPIRE the PRESENT

PREPARE the FUTURE

MedPi 2016

Du 17 au 20 mai

Grimaldi Forum | Monaco

www.medpi.com

Reed Expositions

FORCE • GLASS

LE PROTEGE-ÉCRAN HAUTE RÉSISTANCE GARANTI À VIE*

GARANTIE
À VIE*

Compatible pour iPhone 6S Plus, iPhone 6 Plus, iPhone 6S, iPhone 6, iPhone 5, iPhone 5S, iPhone 5C, Samsung Galaxy S6

En vente chez les meilleurs spécialistes et réseaux télécoms

FORCE • GLASS

WWW.FORCE-GLASS.COM

Toutes les marques appartiennent à leurs propriétaires respectifs. Téléphone non inclus - iPhone® est une marque enregistrée par Apple Inc. Force Glass est une marque déposée de Bigben Connected. Visuels non contractuels. *Échange du produit à l'identique limité à un échange par an. Voir conditions sur le site internet www.force-glass.com.