

N°203 Mai / Juin 2014 - 7 euros

# Multimédia

À LA UNE

ISSN 1267-7663

© 2014 Nintendo. Mario Kart et Wii U sont des marques déposées de Nintendo. © 2014 Nintendo.

## MARIO KART



**LE 30 MAI**

EXCLUSIVEMENT SUR

**Wii U**

EXCLUSIVEMENT SUR  
**Wii U**™



© 2012 Nintendo. Mario Kart 8 Wii U est un jeu vidéo développé par Nintendo et édité par Nintendo. © 2013 Nintendo.

**3**  
www.pegi.info

# MARIOKART 8™

**MARIO KART C'EST PLUS DE 3,2 MILLIONS  
D'EXEMPLAIRES SUR Wii ET IL ARRIVE  
DES LE 30 MAI EXCLUSIVEMENT SUR Wii U**

**POUR L'ENREGISTREMENT DE MARIO KART 8 AVANT LE 31 JUILLET 2014  
SUR LE CLUB NINTENDO, RECEVEZ UN JEU GRATUIT PARMIS DIX JEUX Wii U.**

**VOIR CONDITIONS SUR [WWW.NINTENDO.FR](http://WWW.NINTENDO.FR)**

**12 JOUEURS  
EN Wi-Fi!**



**Wii U PREMIUM NOIRE 32 GO  
+ JEU EN BOÎTE MARIO KART 8**



**JEU SEUL**



**ÉDITION LIMITÉE JEU ET FIGURINE**



L'ÉVÉNEMENT  
TRADE  
EUROPÉEN,  
DU JEU VIDÉO  
[www.idefexpo.com](http://www.idefexpo.com)

**IDEF**

INTERACTIVE & DIGITAL  
ENTERTAINMENT FESTIVAL

**24•25•26 JUIN 2014**

AU PALAIS DES FESTIVALS DE CANNES

L'ÉQUIPE DU SALON

Stéphanie COLLOT  
Directeur du salon  
[stephanie.collot@comexposium.com](mailto:stephanie.collot@comexposium.com)

Eva de ROBERTIS  
Attachée Commerciale  
+ 33(0)1 76 77 11 96  
[eva.derobertis@comexposium.com](mailto:eva.derobertis@comexposium.com)

Jeannine MARTINEZ-ETHVIGNOT  
Votre contact acheteurs  
+ 33 (0)1 76 77 14 48  
[jeannine.martinez-ethvignot@comexposium.com](mailto:jeannine.martinez-ethvignot@comexposium.com)

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

**6 News**

**Marché**

**14 Dossier**

**Quelle place pour les structures françaises du jeu vidéo ?**

**20 DVD / Blu-ray**

**Marché de la Vidéo : un 1<sup>er</sup> trimestre à oublier rapidement**

**30 Jeu Vidéo**

**Philippe Lavoué**  
Nintendo

**30 Hardware**

**Fabrice Massin**  
Acer

**Actualités**

**32 Jeu Vidéo**

Nouveautés

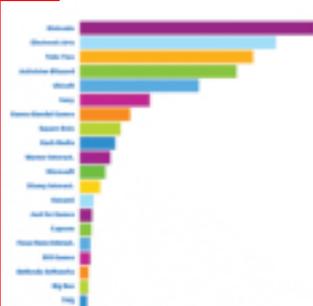
**38 DVD / Blu-Ray**

**Supercondriaque / La Belle et la Bête**

Nouveautés

**42 Hardware / EGP**

Nouveautés



## 14 Quelle place pour les structures françaises du jeu vidéo ?

A l'heure des mutations technologiques et des modèles économiques, l'industrie française du jeu doit se reprendre. Derrière les quelques porte-étendards, le secteur peine pourtant à se créer de nouveaux champions même si les bons virages ont souvent été pris. Portrait d'un secteur important de l'économie française.

## 14 La Wii U à un tournant

Un an et demi après sa sortie et avec des ventes qui sont loin d'être à la hauteur des espérances, la Wii U est à un tournant. Afin de doper les ventes, Nintendo sort son « console seller » ultime : Mario Kart. Philippe Lavoué, directeur général adjoint de Nintendo France, nous fait part de ses ambitions pour le futur de la Wii U.

## 26 Marché de la Vidéo : un 1<sup>er</sup> trimestre à oublier rapidement

Depuis quelques années le marché de la vidéo s'enfonce dans la morosité. Une tendance lourde qui se confirme au premier trimestre 2014. Le marché de la vidéo physique a en effet accusé un nouveau recul, tant en terme de chiffre d'affaires que de volumes.

## 28 Un duo qui vaut de l'or

FPE annonce la sortie de manière conjointe, le 26 juin, de Supercondriaque et de La Belle et la Bête. Deux des plus gros succès français du début de l'année en salles pour lesquels le distributeur déploiera une vaste opération commerciale.

**Multimédia**  
A LA UNE

est édité par BSC Publications.  
SARL au capital de 71 300 euros.  
45, rue de l'Est  
92100 Boulogne Billancourt

RC Paris B 331 814 442.  
Commission paritaire N°76 696.  
ISSN 1267-7663  
© BSC Publications 2014.  
Dépôt légal à la parution.

**Directeur de la publication**  
Eric Choukroun

**REDACTION**  
**Software Multimédia - Console**  
Vladimir Lelouvier  
01 48 25 98 04  
vlelouvier@multimedialaune.com

**DVD Vidéo**  
Erik Fontet  
01 48 25 98 02  
efontet@multimedialaune.com

**Distribution - EGP - Hardware**  
Yvan Langlais  
01 48 25 98 28  
ylanglais@multimedialaune.com

**MAQUETTE**  
**Directeur artistique**  
Corinne Balteux  
corinne@multimedialaune.com

**PUBLICITE**  
**Directeur de la publicité :**  
Eric Choukroun - 06 09 14 83 75  
echoukroun@multimedialaune.com

Retrouvez tous nos numéros sur  
www.multimedialaune.com

Ce numéro contient :

**Impression : Horizon**  
Crédits photos et illustrations : les services de presse des diverses sociétés d'édition, de distribution et de fabricants citées. NDLR : Les marques sont citées dans un but rédactionnel et uniquement lorsque l'information le requiert de façon impérative. © Tous droits de reproduction même partielle par quelque procédé que ce soit, réservés pour tous pays.

## Netflix gagne des abonnés et augmente ses tarifs

Netflix poursuit sa croissance. Le géant de la SVoD, qui a confirmé son arrivée en France, en Allemagne, en Belgique et en Suisse à l'automne prochain, a en effet annoncé des résultats trimestriels meilleurs qu'attendu. Netflix a ainsi gagné 4 millions d'abonnés au premier trimestre 2014, portant sa base d'utilisateurs à 48,35 millions à fin mars dont 35,67 millions rien qu'aux Etats-Unis. Les gains nets d'abonnés se montent à 2,25 millions aux Etats-Unis et à 1,75 million à l'international, où Netflix espère devenir rentable cette année, même si ses bénéfices resteront modestes en raison des investissements nécessaires pour entrer sur de nouveaux marchés. En un an, son chiffre d'affaires a progressé de 24 % à 1,27 milliard de dollars, et son bénéfice net a été multiplié par 20 à 53 millions. Lors de la présentation de ses résultats, Netflix en a par ailleurs profité pour annoncer une hausse de ses tarifs de 1 dollar (ou 1 euro selon les pays) pour les nouveaux arrivants. Ainsi, l'abonnement mensuel pour les nouveaux abonnés passe désormais à 8,99 dollars aux Etats-Unis (contre 7,99 dollars auparavant) et à 8,99 euros (contre 7,99 euros) dans les pays de la zone euro où il s'est déjà installé. En revanche, les abonnés actuels ne verront pas leur abonnement augmenter avant deux ans. Il y a en tout cas fort à parier que lorsque le service ouvrira en France, son tarif sera de 8,99 euros par mois. « Si nous voulons continuer à nous étendre, faire plus de contenus originaux, plus de séries, plus de films, nous devons augmenter un peu les prix », s'est justifié Reed Hastings, le directeur général de la société.



## Résultats sociétés

### Sega Sammy - Année fiscale 2013-2014

Chiffre d'affaires : 2,7 milliards d'euros (+17,6 % d'une année sur l'autre)  
Bénéfices nets : 220 millions d'euros (- 8,2 %)

### Rovio - Année fiscale 2014

Chiffre d'affaires : 156 millions d'euros (152,2 millions en 2012) - Bénéfices nets : 26,9 millions d'euros (55,5 millions en 2012)

### Gameloft - 1<sup>er</sup> trimestre fiscal 2014

Chiffre d'affaires : 56,2 millions d'euros (+ 12 %)

### Nintendo - Année fiscale 2013-2014

Chiffre d'affaires : 4 milliards d'euros (4,5 milliards l'année dernière et 4,2 milliards d'euros prévus sur l'année fiscale 2014-2015) - Pertes nettes : 164 millions d'euros (bénéfices de 50 millions de l'année précédente et prévisions de 140 millions d'euros sur l'année fiscale 2014-2015)

### Activision Blizzard - 1<sup>er</sup> trimestre fiscal 2014

Chiffre d'affaires : 1,11 milliard de dollars (1,32 milliard au premier trimestre 2013)  
Bénéfices nets : 293 millions de dollars (- 35 %)

### Electronic Arts - Année fiscale 2013-2014

Chiffre d'affaires : 3,58 milliards de dollars (-6 %)  
Bénéfices nets : 8 millions de dollars (- 92 %)

### Konami Digital Entertainment - Année Fiscale 2013-2014

Chiffre d'affaires : 741 millions d'euros  
Bénéfices opérationnels : 83 millions d'euros (- 37 %)

### Capcom - Année fiscale 2013-2014

Chiffre d'affaires : 727 millions d'euros  
Bénéfices nets : 24 millions d'euros

### LDLC - Année fiscale 2013-2014

Chiffre d'affaires : 255 millions d'euros (+ 22,7 %)  
Résultat net : 4,51 millions d'euros (+ 42 %)

### Square Enix - Année fiscale 2013-2014

Chiffre d'affaires : 1,1 milliard d'euros (+5%)  
Bénéfices nets : 45 millions d'euros (pertes nettes de 95 millions d'euros l'année dernière)

### Ubisoft - Année fiscale 2013-2014

Chiffre d'affaires : 1,007 milliard d'euros (1,256 milliard l'année dernier) - Pertes nettes : 45 millions d'euros

## Introduction en bourse à Wall-Street pour **Cdiscount** et **Alibaba**

Le site Cdiscount devrait être introduit à la bourse de New-York (au Nasdaq ou au NYSE) dans le cadre de l'introduction du pôle Internet du groupe Casino qui regroupe les activités de Cdiscount, présent en France, en Colombie et en Asie (Thaïlande et Vietnam depuis janvier dernier). En 2013, le site a représenté un volume d'affaires, incluant les activités de marketplace de 2,1 milliards d'euros. Le nouveau pôle e-commerce de Casino regroupe également la société Nova au Brésil (société détenue conjointement par GPA, contrôlé par le Français, et Via Varejo). L'ensemble représente un volume d'affaires de 4,1 milliards de dollars. Par ailleurs, le géant chinois du e-commerce, Alibaba, prépare également son introduction en bourse à Wall-Street. Il est entré dans la phase finale en déposant son dossier d'introduction en bourse auprès des autorités américaines. Le groupe est détenu à 24 % par Yahoo et à 36,7 % par le groupe japonais Softbank. Une introduction en bourse qui devrait faire du bruit puisqu'on évoque une levée de fonds de 15 milliards de dollars pour une valorisation de l'ordre de 200 milliards de dollars.

### 210 000

C'est le nombre de DVD et Blu-ray de La Reine des Neiges vendus en France lors de ses deux premiers jours de mise en vente, dont 21 % en haute définition (source GfK). Le succès est également au rendez-vous en digital puisqu'en 1 semaine de mise à disposition, le film a fait l'objet d'un téléchargement définitif ou d'un visionnage en VoD toutes les 10 secondes, indique The Walt Disney Company.

### 75,67 millions

C'est le nombre d'entrées enregistrées en salles sur les 4 premiers mois de 2014, soit 17 % de plus que sur la période janvier-avril 2013, selon les dernières estimations du CNC. Sur le seul mois d'avril, la fréquentation cinématographique a atteint 19,13 millions d'entrées, soit une progression de 15,4 % par rapport à avril 2013. La part de marché des films français est estimée à 46,6 % sur les 4 premiers mois de l'année (40,9 % en janvier-avril 2013) et celle des films américains à 42,5 % (47,5 % en janvier-avril 2013).

### 5,6 %

Ce serait la progression de la fréquentation cinématographique dans les 5 grands marchés européens au 1<sup>er</sup> trimestre 2014. Selon les chiffres provisoires de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, la fréquentation trimestrielle a en effet fortement progressé en France (+ 18,9 %), en Italie (+ 13 %) et en Espagne (+ 8,7 %), compensant les reculs de moindre ampleur enregistrés en Allemagne et au Royaume-Uni. Cinq autres Etats membres de l'Union européenne ont également enregistré une croissance, notamment les Pays-Bas (+ 4,8 %), la Suède (+ 17,9 %) et la Grèce (+ 8,9 %).

### 399 euros

Cela sera le prix de la Xbox One sans Kinect à partir du 9 juin.

Les chiffres du mois



If you are duplicating or replicating a DVD-Video disc, Blu-ray Disc® or Blu-ray 3D® disc, please contact MPEG LA about a license under MPEG-2, AVC/H.264, VC-1 and MVC patents

If you are outsourcing disc replication, please use licensed replicators (see [www.mpegla.com](http://www.mpegla.com))

MPEG LA makes licensing easy

## 51,5 millions

Cela serait, selon le cabinet d'analyse Interpret, le nombre de joueurs de jeu vidéo au Brésil à mi-avril 2014. Le free to play, qui touche un tiers des joueurs, représenterait 470 millions de dollars de chiffre d'affaires.

## 7 et 5 millions

Cela serait respectivement, selon Sony et Microsoft, le nombre de PS4 (en sorties caisses) et de Xbox One (en sell in) vendues dans le monde à mi-avril.

## 73 millions

Cela serait, selon Ubisoft, le nombre de jeux d'Assassin's Creed vendus dans le monde depuis sa création. On compterait également 48 millions de Just Dance, 30 millions de Splinter Cell, 26 millions de Rainbow Six, 25 millions de Rayman, 14 million de Lapins Crétins...

## 6,17 millions et 43,33 millions

Cela serait, selon Nintendo et à fin mars, le nombre respectif de Wii U et de 3DS vendues dans le monde depuis leur lancement.

## 12,22 millions

Cela serait le nombre de Pokémon X/Y vendus dans le monde depuis son lancement, selon Nintendo. Il dépasse Mario Kart 7 (9,62 millions), Super Mario 3D Land (9,27 millions), New Super Mario Bros. 2 (7,82 millions) et Animal Crossing : New Leaf (7,62 millions). En tout, plus de 163 millions de jeux 3DS se seraient vendus.

## 40 %

Cela serait la part que représenteraient les modèles économiques online dans le chiffre d'affaires total d'Electronic Arts pour son année fiscale 2013-2014. Les modes Ultimate Team représenteraient 270 millions d'euros et le mobile 330 millions.

## 500 millions de dollars

Cela serait le coût total du projet Destiny, selon Bobby Kotick, p-dg d'Activision Blizzard.

## 42 %

Ce serait la part de marché des ventes de téléviseurs 4K en 2018 selon FuturSource. La part actuelle en 2014 étant estimée à 5 % du marché.

## Free renforce sa présence physique en magasin

Après l'ouverture de boutiques baptisées Free Center (37 actuellement, 40 très prochainement), l'opérateur va encore renforcer sa présence physique grâce à des bornes interactives d'abonnement placées dans des points de vente Maison de la Presse (700 points de vente) et Mag Presse (1000). Une dizaine d'implantations sont prévues dans un premier temps avant un éventuel déploiement sur une partie du réseau. A la différence des boutiques, il sera possible d'obtenir immédiatement sa carte sans attente de réception du courrier, les règlements étant réalisés directement par carte bleue. Les abonnés pourront également acquérir une nouvelle carte Sim en cas de vol ou de perte. Actuellement, Free poursuit parallèlement sa politique d'ouverture de boutiques dans des villes comme Montpellier, Toulouse, Reims, Metz, Bayonne. L'objectif de Free est d'atteindre les 50 Free Centers d'ici 2015 couvrant ainsi la majorité des agglomérations en France.



## en bref

Le studio de cinéma Lionsgate (Hunger Games récemment) ouvre sa division jeu vidéo avec Peter Levine (ex-Youtube et ancien conseiller de Rovio) à sa tête. Elle aura comme mission de développer des jeux tirés des franchises du studio.

Le studio Infinity Ward (Call of Duty) absorbe Neversoft (Tony Hawk, Guitar Hero, une partie de Call of Duty Ghost...).

Sony a vendu ses 9,52 millions d'actions dans Square Enix pour une somme d'environ 150 millions de dollars (soit un bénéfice de 48 millions de dollars).

Bigben Interactive cède 51 % de l'activité de Distribution de mobiles ModeLabs. Par ailleurs, le groupe a subi une escroquerie aux virements internationaux de 2,6 millions d'euros.

Une boutique éphémère Pokémon Center ouvrira à Paris (Crèmerie de Paris au 11-15, rue des Halles) du 4 au 21 juin, afin de faire découvrir l'univers Pokémon, ses produits dérivés, une galerie d'illustrations inédites à l'effigie des Pokémon...

Lexis Numérique passe en redressement judiciaire.

Sega restructure et licencie dans sa structure londonienne.

Nintendo a annoncé un projet de figurines baptisées NFP (Nintendo Figurine Platform) fonctionnant via le Gamepad de la Wii U puis sur 3DS.

Canal+ serait en discussion avec Orange en vue d'une prise de participation au capital de Dailymotion, selon le Financial Times.

Du dimanche 29 juin au mercredi 2 juillet, la fête du cinéma célèbrera ses 30 ans. Durant ces 4 jours, toutes les séances seront au tarif unique de 3,50 euros dans tous les cinémas participant à l'opération.

Les chaînes HD de la TNT ont frôlé les 4 % de parts d'audience en avril, un record, selon le dernier rapport Médiamat. On parle d'une hausse de 1,9 point de pourcentage sur un an. A elle seule, la chaîne HD1 du groupe TF1 a atteint 1 % de part d'audience mensuelle, une première pour une chaîne HD.

Nouveau coup dur pour la TNT payante : la chaîne TF6, détenue à parts égales par TF1 et M6, va fermer en fin d'année. Déficitaire depuis 2009, les pertes nettes de la chaîne ont atteint l'an dernier 1 million d'euros, pour 17 millions de chiffre d'affaires.

## La Chine s'ouvre aux consoles

La Chine ouvrira bientôt son marché aux consoles de jeu vidéo. Une manne potentielle énorme mais qui n'est pas sans contrainte. En effet, les spécialistes du jeu vidéo qui voudront attaquer le marché chinois doivent travailler avec un partenaire local, passer une censure extrêmement stricte (pas de contenus incitant à l'obscénité, l'usage de drogue, la violence ou aux jeux de hasard ou mettant en « péril la réputation, la sécurité ou les intérêts nationaux »...), localiser tous leurs produits... Et ce tout en adaptant leur prix et leur politique commerciale à une clientèle habituée aux jeux gratuits sur PC et mobile. Microsoft a d'ores et déjà entrepris les démarches et y lancera sa Xbox One en septembre.



## Amazon et HBO s'allient pour contrer Netflix

La croissance de Netflix pousse ses concurrents à réagir. Amazon vient ainsi de signer un partenariat d'importance avec la chaîne câblée américaine HBO (propriété du groupe Time Warner), portant sur la diffusion en exclusivité d'un grand nombre de ses séries cultes. Selon les termes de l'accord, qui s'étend sur plusieurs années, les abonnés au service de vidéo en streaming d'Amazon, Prime Instant Video, auront ainsi accès à l'intégralité d'anciennes séries à succès d'HBO telles que Les Sopranos, Six Feet Under, The Wire ou encore Band of Brothers. D'autres séries, plus récentes, seront quant à elles disponibles partiellement comme Boardwalk Empire et True Blood dont seuls les premières saisons seront accessibles. L'accord prévoit par ailleurs l'ajout ultérieur de séries encore plus récentes, comme Girls ou The Newsroom, avec un délai de trois ans après leur diffusion sur la chaîne câblée. Game of Thrones reste en revanche exclusif à HBO et à ses partenaires étrangers comme Orange, tout comme les séries Sex & the City et Curb Your Enthusiasm. L'accord n'en constitue pas moins une immense victoire pour le géant du commerce en ligne. Si HBO a toujours accordé des droits de diffusion aux chaînes de télévision étrangères, elle n'a en effet jamais accepté jusqu'ici que ses contenus soient diffusés en streaming par un autre que lui. L'accord est donc inédit. Et la coopération entre Amazon et HBO ne s'arrête pas là. Une application permettant d'accéder au service de streaming maison de HBO pour ses tout derniers contenus, HBO GO, sera par ailleurs intégrée d'ici à la fin de l'année au boîtier décodeur Fire TV, lancé début avril par Amazon.

**Rajeev Suri devient P-dg de Nokia. Il travaillait chez le Finlandais depuis 1995, dont il dirigeait l'activité des réseaux de télécommunication depuis 2009.**



**Olivier Mathiot devient président de PriceMinister. Il était auparavant Directeur du marketing et de la communication du groupe Rakuten en France et l'un des fondateurs du site aux côtés de Pierre Kosciusko-Morizet, ex-président, estimant de son côté que la transition du business model et l'intégration dans le groupe Rakuten sont achevés.**



**Nominations**

## en bref

Ankama et Gebeka Films viennent de signer un accord de distribution pour l'adaptation au cinéma du célèbre jeu vidéo en ligne Dofus - Livre 1 : Julith. La sortie en salles est prévue pour 2015.

La 20th Century Fox vient d'acheter les droits du comic Flash Gordon pour les porter sur grand écran.

Uniquement disponible sur iPad auparavant, l'application de la plateforme CanalPlay est désormais accessible dans une nouvelle version sur la majorité des mobiles Android et iOS.

L'offre SVoD de FilmoTV est désormais disponible sur Freebox au tarif de 6,99 euros par mois. Les films disponibles à la carte sont quant à eux commercialisés à partir de 1,99 euro.

La date de sortie du prochain James Bond vient d'être dévoilée par Sony Pictures. Les nouvelles aventures du plus célèbre des agents secrets britanniques, dont la réalisation a été confiée à Sam Mendes, sortiront en salles le 23 octobre 2015.

Alors que la série a réalisé la plus forte audience de HBO depuis 7 ans lors de la diffusion du 1er épisode de la 4e saison (6,6 millions de téléspectateurs), Game of Thrones a été renouvelé pour deux saisons supplémentaires par la chaîne câblée américaine.

Les six grandes majors du cinéma (Warner, Disney, Universal, Fox, Paramount et Sony) ont déposé devant un tribunal de Virginie une plainte pour violation de droits d'auteurs contre le site Megaupload, fermé début 2012, et son fondateur Kim Dotcom. Les dédommagements réclamés pourraient atteindre plusieurs centaines de millions de dollars.

Toshiba et SanDisk vont investir au Japon dans la production des nouveaux types de mémoires flash dites NAND 3D pour appareils nomades.

Philips a signé un accord avec Gibson Brands pour le rachat de Woxx innovations, filiale audio/vidéo de Philips pour un montant de 135 millions de dollars (hors droits de licence d'exploitation de la marque Philips). La finalisation de l'accord devant intervenir au 2e semestre 2014. Le précédent accord signé en 2013 avec le Japonais Funai avait échoué.

Le fabricant TCL va exposer son écran TV Ultra HD de 110 pouces (déjà présent chez Darty) dans le nouvel espace U Technologie de 750 m2 du Super U de La Chataigneraie (Vendée, 85), magasin du président de l'enseigne, Serge Papin.

Le grossiste spécialisé dans les accessoires multimédia Xtrium a déposé le bilan.

A l'heure des mutations technologiques et des modèles économiques, l'industrie française du jeu doit se reprendre. Derrière les quelques porte-étendards, le secteur peine pourtant à se créer de nouveaux champions même si les bons virages ont souvent été pris. Portrait d'un secteur important de l'économie française.

**A** l'heure où la maîtrise du « soft power » s'avère capitale pour la diffusion du rayonnement d'un pays et où le maintien des industries dans l'Hexagone est au cœur des politiques économiques, la place des structures françaises du jeu vidéo s'avère un enjeu économique important. C'est en effet un secteur traditionnellement moteur pour la France, qui y a toujours eu des fleurons, mais confronté à des changements de paradigmes économiques et technologiques majeurs.

Si l'on se réfère au classement fourni par PWC, l'Afdel et le SNJV, la France peut se targuer d'avoir 3 entreprises de niveau mondial et plus précisément 1 par secteur du jeu vidéo : Ubisoft pour le logiciel de jeu vidéo traditionnel (avec pour 2013 un chiffre d'affaires de

# Quelle place p

plus de 1,2 milliard d'euros), Gameloft pour les modèles économiques en ligne (233 millions d'euros de chiffre d'affaires) et Big Ben Interactive (164 millions d'euros de chiffre d'affaires) pour les accessoires. Ce sont les 3 seuls qui dépassent au global les 100 millions d'euros de chiffre d'affaires. Elles semblent par ailleurs avoir atteint une taille critique et avoir fait les bons choix industriels pour affronter le futur du jeu vidéo. Ce chiffre de 3 s'est réduit avec le passage sous bannière américaine d'Activision Blizzard auparavant détenu majoritairement par Vivendi Universal. Derrière, seules 4 entreprises (avec des modèles économiques en ligne ou traditionnels) font plus de 10 millions de chiffre d'affaires en 2013 : Ankama (31 millions d'euros), Focus Home Interactive (26 millions), Pretty Simple (20 millions) et Quantic Dream (12 millions).

## Un faible nombre de champions

Ce faible nombre de grands champions du jeu vidéo a comme conséquence une présence relativement maigre dans les classements comparés avec des entreprises d'autres secteurs de l'IT ou d'autres pays. Si l'on se réfère aux classements des entreprises du numérique en France, on retrouve 2 entreprises dans le Top 10

## 1 Top 100 des entreprises françaises du Numérique 2013

Rang	Entreprise	Cotée	Secteur	CA logiciel 2013 (en M€)	CA Total 2013 (en M€)
1	Dassault Systemes (1)	Oui	EL	1881	2066
2	Ubisoft (2)	Oui	JV	1256	1256
3	Criteo	Oui	SI	444	444
4	Cegedim	Oui	EL	303 (3)	902
5	Gameloft	Oui	JV	233	233
6	Murex	Non	EL	210	335
7	Axway Software	Oui	EL	182	238
8	Cegid Group	Oui	EL	173	260
9	Sopra Group	Oui	EL	140	1349
10	Linedata Services	Oui	EL	119	160
11	Deezer	Non	SI	90	90
16	Avanquest	Oui	EL	65	100
34	Ankama	Non	JV	31	31
45	Focus Home Interactive	Non	JV	26	26
60	Pretty Simple (3)	Non	JV	20	20
69	BigBen Interactive	Oui	JV	17	164
89	Quantic Dream	Non	JV	12	12

Sources : PWC / Afdel / SNJV

(1) Estimation

(2) Exercice terminant au 31/03/2013

(3) Chiffre d'affaires prévisionnel communiqué

## 2 Top 20 des entreprises françaises du jeu vidéo 2013

Rang	Entreprise	Cotée	CA logiciel 2013 (en M€)	CA Total 2013 (en M€)
1	Ubisoft (1)	Oui	1256	1256
2	Gameloft	Oui	233	233
3	Ankama	Non	31	31
4	Focus Home Interactive	Non	26	26
5	Pretty Simple (2)	Non	20	20
6	BigBen Interactive	Oui	17	164
7	Quantic Dream	Non	12	12
8	Mediastay	Non	8	20
9	Arkane Studio	Non	7	7
10	Don't Nod Entertainment	Non	7	7
11	IsCool Entertainment (3)	Oui	6	6
12	Asobo Studio	Non	6	6
13	Cyanide Studio	Non	5	5
14	Acute Games-Boostr	Non	4	4
15	Anuman Interactive	Non	4	4
16	Bulkypix	Non	4	4
17	Kylotonn Games	Non	3	3
18	Playsoft	Non	3	3
19	Amplitude studios	Non	3	3
20	Kobojo	Non	2	2

Sources : PWC / Afdel / SNJV

(1) Exercice terminant au 31/03/2013

(2) Chiffre d'affaires prévisionnel communiqué

(3) Extrapolation à partir des chiffres du 1er semestre

# our les structures françaises du jeu vidéo ?

(Ubisoft et Gameloft) et seulement 7 dans le Top 100. Soit bien loin du dynamisme nord américain ou coréen par exemple. Comme dans beaucoup de secteurs, la France du jeu vidéo crée des porte-étendards et dispose de talents qui s'épanouissent dans des « petites » structures mais peinent à créer des entreprises de taille moyenne qui font la vitalité d'un secteur et sont les potentiels géants du futur. Concernant les ventes de logiciels de jeu vidéo physique en France, le classement (sources : Sell et GFK) s'avère également assez inquiétant puisque l'on ne retrouve qu'Ubisoft (5<sup>e</sup>) dans le Top 10 et que les autres entreprises françaises sont respectivement 14<sup>e</sup> (Just for Games), 16<sup>e</sup> (Focus Home Interactive) et 19<sup>e</sup> (Bigben Interactive). Ce qui met les structures françaises bien loin des

### 3 Répartition sectorielle des sociétés de création de jeu vidéo en France en 2013

	Sociétés	Effectifs
Studios	113 (78%)	2893 (92%)
Prestataires	13 (9%)	112 (4%)
Editeurs de programmes	19 (13%)	122 (4%)
<b>Total</b>	<b>145</b>	<b>3127</b>

Sources : Guide du jeu vidéo



Win  
**WinWin**  
Win

13 - 17.08.2014, Cologne

Réservez vos badges dès maintenant ! [gamescom-cologne.com](http://gamescom-cologne.com)

Salons de Cologne, 12 rue Chersoviz, 75782 Paris cedex 14, Tél. 01 45 25 82 11, Fax 01 45 25 63 96, [koelnmesse@wazadoo.fr](mailto:koelnmesse@wazadoo.fr)

  
**gamescom**  
Celebrate the games!

# Marché

## DOSSIER

Américains (8) ou des Japonais (6), les rois du « soft power » vidéo-ludique dans les modèles économiques traditionnels. Un constat gênant mais paradoxalement « meilleur » que dans la plupart des pays européens. En effet, rares sont les grands champions européens dans le jeu vidéo traditionnel. Le constat global de la faible présence française pourrait être étendu au marché des accessoires de jeu vidéo où dans le Top 10 pour 2013 (sources : constructeurs citant GfK), on ne retrouve comme entreprises hexagonales que Bigben, WTT et Subsonic. Autre constat inquiétant : si l'Île-de-France tire son épingle du jeu (sans atteindre les sommets de la Silicon Valley ou des métropoles canadiennes) avec, selon Le Guide du Jeu Vidéo, 129 sociétés et 3 773 emplois en 2013 (tous secteurs de production confondus), le reste de la France est assez peu dynamique avec deux régions seulement avec plus de 500 emplois – le Nord-Pas de Calais (790 emplois) et la région Rhône Alpes (527) – loin devant le Languedoc Roussillon (287), l'Aquitaine (216) ou Paca (141).



### Les bons virages ont été pris

Il existe pourtant des raisons de croire en l'avenir. En effet, contrairement à d'autres industries hexagonales, les entreprises du jeu vidéo ont su assez souvent prendre les bons virages. Premièrement, l'internationalisation. Des sociétés comme Ubisoft, Bigben ou Pretty Simple réalisent une belle partie de leurs ventes à l'export et ont su dans certains cas délocaliser à bon escient leur production. Deuxièmement, la digitalisation. Les acteurs traditionnels comme Ubisoft (en mettant les bouchées doubles sur des titres purement online comme Trial HD ou Child of Light), Focus ou Bigben (en rachetant par exemple Modelabs) ont su prendre le virage du online et du mobile. Les spécialistes du online, comme Pretty Simple ou Gameloft, ont de leur côté le vent en poupe. Troisièmement, la diversification transmédia. Ubisoft (avec par exemple sa franchise Lapins Crétins) et encore plus Ankama (Wakfu, Dofus...) déclinent leurs franchises partout dans l'Entertainment.

La bonne santé du secteur vidéo-ludique est un enjeu important en termes d'emplois. Selon le SNJV, il concernerait environ 5 000 développeurs (en 2012) répartis dans près de 250 entreprises et selon le Guide du Jeu Vidéo plus de 3 000 personnes en 2013 dans la partie création et plus de 5 000 (en omettant un certain nombre d'acteurs dans la distribution et la partie hardware) dans la partie commercialisation (Cf. Tableaux 4 et 5), voire 23 000 pour 2013, si l'on prend l'ensemble de la filière, selon l'étude France Créative.

### 5 Répartition sectorielle des sociétés de commercialisation de jeu vidéo en France en 2013

	Sociétés	Effectifs
Constructeurs de consoles	3 (4%)	147 (3%)
Éditeurs de jeu vidéo	21 (29%)	1955 (38%)
Constructeurs de périphériques	5 (7%)	149 (3%)
Distributeurs et grossistes	9 (12%)	349 (7%)
Agences	31 (43%)	174 (3%)
Enseignes spécialisées	4 (5%)	2390 (46%)

Sources : Guide du jeu vidéo  
Notes de MMI : Attention, les chiffres des constructeurs de périphériques sont sous estimés et les revendeurs de jeu vidéo hors grand réseaux spécialisés ne sont pas comptabilisés.

## ABONNEMENT

MultiMedia

77 €

(tarif France) 11 numéros par an

77 € : France

87 € : Europe

97 € : Dom-Tom & Etranger

à renvoyer chez BSC Publications 45, rue de l'Est - 92100 Boulogne Billancourt

Nom : ..... Prénom : .....

Société : .....

Adresse : .....

Code postal : ..... Ville : ..... Pays : .....

N° tel : ..... N° d'identification TVA CEE : .....

Je joins à ce bulletin d'abonnement mon règlement (nous n'acceptons pas les mandats) par chèque bancaire ou chèque postal à l'ordre de BSC Publications, d'un montant de 77 euros TTC (France), 87 euros (Europe), 97 euros (Dom-Tom, Etranger). Je recevrai une facture sous un mois.



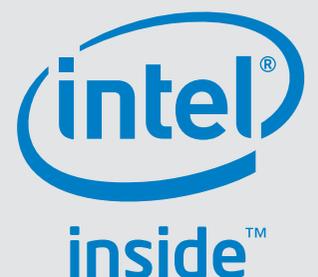
# ASUS Transformer Book T100

## 2-en-1 : Ordinateur ultraportable et tablette 10"

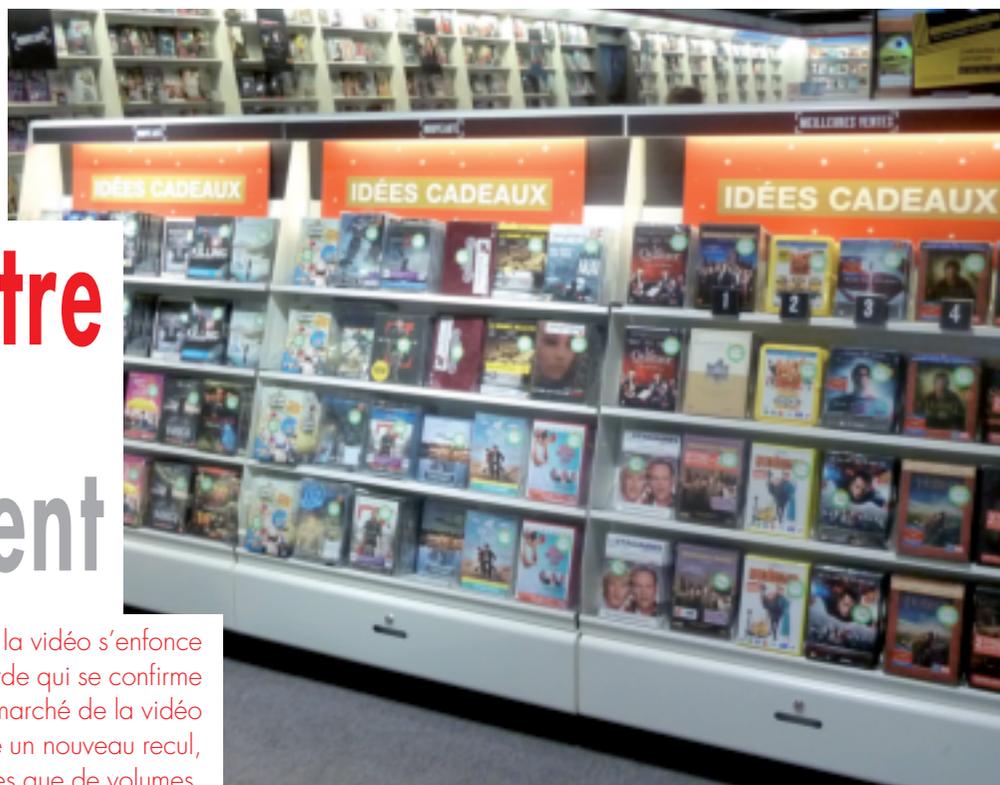
Équipé d'un processeur Intel<sup>®</sup> Atom™ quatre cœurs et de Windows 8.1, l'ASUS Transformer Book T100 est un ultraportable compact de 10" combinant la productivité d'un ordinateur portable à la mobilité d'une tablette tactile. Pour vous simplifier la vie, vous pourrez alterner entre ces deux modes d'utilisation en un clin d'œil. Possédant jusqu'à 11 heures\* d'autonomie, l'ASUS Transformer Book T100 est l'un des ordinateurs portables les plus mobiles du moment. Grâce à son dock-clavier et la suite Microsoft Office Famille et Etudiant 2013 préinstallée, il se révélera également être le compagnon idéal pour vos activités plus studieuses. Découvrez l'équilibre parfait entre productivité et mobilité avec l'ASUS Transformer Book T100 et transformez votre vie mobile.

**ASUS Transformer Book T100 avec Intel Inside<sup>®</sup>**

\* L'autonomie peut varier en fonction de la configuration et de l'utilisation. In Search of Incredible : Rechercher l'exceptionnel. Visuel non contractuel. Intel, le logo Intel, Intel Atom et Intel Inside sont des marques commerciales d'Intel Corporation aux États-Unis et/ou dans d'autres pays.



## Marché de la Vidéo : un 1<sup>er</sup> trimestre à oublier rapidement



Depuis quelques années, le marché de la vidéo s'enfonce dans la morosité. Une tendance lourde qui se confirme au premier trimestre 2014. Le marché de la vidéo physique a en effet accusé un nouveau recul, tant en termes de chiffre d'affaires que de volumes.

Les dernières données publiées par l'institut GfK, conjointement avec le CNC, sont sans appel : sur les trois premiers mois de 2014, le chiffre d'affaires de la vidéo physique (DVD et Blu-ray) a diminué de 19,6 %, par rapport au premier trimestre 2013, à 202,01 millions d'euros, tandis que les volumes sont en repli de 13,8 % (23,36 millions de supports vendus). Le marché doit de fait faire face à nouveau au recul sévère du DVD (-22,7 % en valeur et -15,8 % en volume), conjugué à une baisse de prix des nouveautés DVD (-9,7 % à 15,60 euros) et Blu-ray (-3,3 % à 21,94 euros). Le chiffre d'affaires du Blu-ray diminue également de 8 % à 49,92 millions d'euros (-1,2 % en volume) et représente désormais 24,7 % du chiffre d'affaires de la vidéo, contre 21,6 % sur la période janvier-mars 2013. A noter qu'au premier trimestre 2014, les ventes de DVD entre 3 et 8 euros représentent pour la première fois la principale tranche de prix du marché avec 19,9 % du chiffre d'affaires total, devant les DVD, vendus entre 17 et 20 euros (19,4 %).

### Baisse généralisée du marché

Tous les segments de marché sont touchés. Les recettes des films sont en baisse de 22,2 % par rapport à la même période en 2013 à 120,86 millions d'euros (-20,4 % en volume à 10,81 millions de supports vendus), le chiffre d'affaires des films en DVD reculant de 27,1 % à 79,85 millions d'euros et celui des films en Blu-ray de 10,5 % à 41,02 millions d'euros. Les recettes du hors-film diminuent quant à elles de 12,1 % à 73,78 millions d'euros (-1,9 % en volume à 11,28 millions de supports vendus). De fait, au premier trimestre 2014, à l'exception des documentaires dont les recettes progressent de 3,8 % à 4,07 millions d'euros grâce au très beau succès d'Apocalypse : La Première Guerre mondiale, tous les segments du hors film connaissent un recul de leur chiffre d'affaires. Le chiffre d'affaires de la fiction TV diminue de 10 % à 42,67 millions d'euros, celui des programmes de fiction et d'animation à destination des enfants de 12,2 %, celui du segment humour de 28,1 % et celui du théâtre de 52,6 %.

### Evolution du chiffre d'affaires des films\* en vidéo physique

	1 <sup>er</sup> trimestre 2013		1 <sup>er</sup> trimestre 2014		Evolution trimestrielle	Evolution 12 derniers mois
	Million €	%	Million €	%		
Films français	35,83	23,10%	22,98	19,0%	-35,9%	-33,3%
Films américains	91,72	59,00%	77,66	64,3%	-15,3%	-18,4%
Autres films	27,8	17,90%	20,22	16,7%	-27,2%	-14,8%
<b>Total</b>	<b>155,34</b>	<b>100,00%</b>	<b>120,86</b>	<b>100,0%</b>	<b>-22,2%</b>	<b>-21,2%</b>

### Consommation de supports vidéo physiques au 1<sup>er</sup> trimestre 2014

	Unités (millions)	Evolution	Chiffres d'affaires (M€)	Evolution
DVD	19,73	-15,8%	152,09	-22,7%
Blu-ray	3,63	-1,2%	49,92	-8,0%
<b>Total</b>	<b>23,36</b>	<b>-13,8%</b>	<b>202,01</b>	<b>-19,6%</b>
12 Dernier mois (avril 2013 à mars 2014)	3,63	-1,2%	49,92	-8,0%

### Chiffre d'affaires de la vidéo physique selon le contenu 1<sup>er</sup> trimestre

	Chiffre d'affaires (M€)	Parts de marché (%)	Evolution trimestrielle	Evolution 12 derniers mois
Films*	120,86	59,8%	-22,2%	-21,2%
Hors films	73,78	36,5%	-12,1%	-15,0%
Opérations promotionnelles	7,36	3,6%	-37,5%	-20,9%
<b>Total</b>	<b>202,10</b>	<b>100,0%</b>	<b>-19,6%</b>	<b>-19,0%</b>

\*œuvres ayant fait l'objet d'une exploitation préalable en salles de cinéma  
Source : CNC / GfK

# X-STORM

## GAMING HEADSET

Pour PS4™\*, PS3™\*, Xbox 360™\*, PC



**BLUETOOTH  
HEADSET**



**X-STORM  
TACTICAL**



**X-STORM  
X-500C**



**X-STORM  
X-1000**



**X-STORM  
X-2000**



**X-STORM  
X-3000**



**Des casques Gaming...  
...pour des Gamers...  
...à des prix tous publics!**

Boostez votre CA  
avec une PLV  
attractive



[WWW.SUBSONIC.COM](http://WWW.SUBSONIC.COM)

\*Ce produit est compatible avec les marques citées (\*marques appartenant à des tiers n'ayant aucun lien avec Subsonic)



## La Wii U à un tournant

Un an et demi après sa sortie et avec des ventes qui sont loin d'être à la hauteur des espérances, la Wii U est à un tournant. Il est donc temps pour la console de salon de Nintendo de décoller. Afin de doper les ventes, Nintendo sort son « console seller » ultime : Mario Kart. Philippe Lavoué, directeur général adjoint de Nintendo France, nous fait part de ses ambitions pour le futur de la Wii U.

### Quel est le parc installé de Wii U ? Quelles sont les tendances pour cette console ?

La Wii U s'est écoulée à 328 000 unités depuis son lancement en France et nous observons une tendance positive depuis le début de cette année (semaines 1 à 17) avec une progression des ventes de consoles de 18 % supérieures à ce qu'elles étaient début 2013, et sur le front des jeux, la progression est de 150 % avec 135 000 jeux vendus en 2014.

### Quelles sont vos ambitions pour la Wii U pour l'année calendaire 2014 ?

Nous allons poursuivre la mise en avant de la valeur perçue par les utilisateurs de la Wii U afin de faire comprendre la valeur ajoutée de la Wii U auprès d'un plus large public.

Ce message, Nintendo est parvenu à le faire passer sur la 3DS, il n'y a pas de raison qu'il n'en soit pas de même sur la Wii U. Nous avons cruellement manqué de gros jeux depuis le lancement. Mais cette année, les « killer applications » arrivent. Notre travail va être d'en exploiter tout le potentiel pour mobiliser encore plus d'utilisateurs.



### Comment jugez-vous le marché des consoles de salon ?

Nous constatons qu'avec la Génération 8 de consoles (salon et portables), il faut encore plus de propositions, encore plus de qualité. Le consommateur est sur-sollicité, la concurrence se fait entre consoles, mais par-delà, entre de plus en plus de propositions de divertissement.

### Quelles sont les principaux titres prévus sur Wii U après Mario Kart 8 ?

D'autres « killer applications » sont d'ores et déjà annoncées comme Super Smash Bros ou Bayonetta 2. Et puis, n'oublions pas les jeux des éditeurs-tiers qui sont évidemment essentiels pour la réussite de l'écosystème Wii U. Là aussi, il faut garder en mémoire que les jeux Wii U sont des « long-sellers ». Leur potentiel commercial se révèle au fil des mois, pas seulement au moment du lancement. Cette



8 comme la possibilité de créer ses propres tournois entre amis ou encore de partager ses plus belles courses sur Youtube via Mario Kart TV.

### Quelle est l'importance d'un titre comme Mario Kart 8 pour l'écosystème de la Wii U ?

#### Peut-il devenir un « console seller » ?

Nous allons fortement capitaliser sur la sortie de Mario Kart 8 le 30 mai. C'est un jeu exceptionnel avec un mode multi-joueurs renforcé permettant d'affronter jusqu'à 12 joueurs en ligne, qui sera de toute évidence très prescripteur de ventes de consoles. A cet effet, une Édition Limitée du jeu Mario Kart 8 propose une figurine collector Carapace de la célèbre mais néanmoins redoutée carapace bleue. Nous avons récemment complété le dispositif en annonçant un pack Wii U Mario Kart 8, mais aussi en offrant un jeu aux joueurs enregistrant leur copie de Mario Kart 8 sur le Club Nintendo avant le 31 juillet. Ces derniers recevront un code leur donnant accès à une version téléchargeable de New Super Mario Bros. U, Pikmin 3, The Legend of Zelda : The Wind Waker HD, Monster Hunter 3 Ultimate, Nintendoland, Game&Wario, Wonderful 101, Sonic Lost World, Mario & Sonic aux Jeux Olympiques de Sochi 2014 ou Wii Party U.

capacité à durer sans avoir besoin de jouer de l'effet prix permet à Nintendo d'être le premier éditeur de jeux en France.

### Quelles sont les ventes des précédents Mario Kart ?

Il s'est écoulé en France plus de 9,133 millions de jeux Mario Kart à date comme suit :

Mario Kart 7 sur 3DS : 878 228 unités  
Mario Kart sur Wii : 4 800 400 unités  
Mario Kart sur DS : 2 474 405 unités  
Mario Kart Super Circuit sur Game Boy Advance : 405 553 unités  
Mario Kart : Double Dash sur Game Cube : 528 239 unités  
Mario Kart 64 : 47 037 unités

### Quelles sont vos ambitions en termes de ventes pour Mario Kart 8 ?

Continuer à faire de Mario Kart l'un des jeux les plus appréciés des Français en mobilisant à la fois les communautés de fans ainsi que les nouvelles générations de joueurs et surtout... « coller la banane » à un maximum de joueurs en France en capitalisant sur les nouvelles fonctionnalités proposées par Mario Kart

### Quels sont les points forts de cet opus ?

Ce nouvel opus de Mario Kart permettra de défier les lois de la gravité, pour la première fois en HD de 60 images par seconde, mais aussi pour les joueurs de partager facilement des vidéos de leurs meilleures courses via l'application Mario Kart TV. Il exploite admirablement tout le potentiel de la machine et les fans de la franchise devraient être au rendez-vous.

### Comment allez-vous soutenir le titre en termes marketing et commerciaux ?

Mario Kart 8 va bénéficier d'un plan de soutien digne du jeu le plus plébiscité par le public Nintendo en France.



# STALINGRAD

## LE FILM ÉVÈNEMENT

VIVEZ L'UNE DES BATAILLES LES PLUS SANGLANTES DE LA SECONDE GUERRE MONDIALE POUR LA PREMIÈRE FOIS EN **IMAX® 3D**



**DÉCOUVREZ EN EXCLUSIVITÉ**  
LE MAKING-OF DES EFFETS SPÉCIAUX



**SEPTEMBRE 2014**

EN ÉDITION DOUBLE **BLU-RAY™ 3D STEELBOOK**,  
EN **BLU-RAY™**, **DVD** ET **VOD**



TABLETTE

ORDINATEUR

SMARTPHONE

INCLUS ÉGALEMENT LA COPIE

**DIGITAL** UV  
ULTRAVIOLET PA

VOTRE FILM **ACCESSIBLE**  
**SUR VOS ÉCRANS PRÉFÉRÉS.**



# STALINGRAD

“ÉPIQUE”  
- LOS ANGELES TIMES

“SUPERBE”  
- ENTERTAINMENT WEEKLY

DEVENEZ-FANS !  
[f/STALINGRAD.FR](https://www.facebook.com/stalingrad.fr)

STAGES  
a Sony Company

COLUMBIA  
PICTURES  
a Sony Company

SONY  
PICTURES  
HOME  
ENTERTAINMENT

© 2014 SONY PICTURES HOME ENTERTAINMENT. ALL RIGHTS RESERVED. © 2014 COLUMBIA PICTURES HOME ENTERTAINMENT. ALL RIGHTS RESERVED. MAJORS & MINORS



A la veille de la Coupe du Monde de Football, la marque Acer a décidé de jouer la contre-programmation en ciblant un public étudiant, féminin et familial, pas obligatoirement fan de foot. Explications par Fabrice Massin, directeur marketing d'Acer France, sur ce vaste dispositif de communication décliné en magasin.



### Quelle sera la stratégie d'Acer pour cette période de Coupe de Monde de Football ?

Né commercialisant pas de TV, Acer a décidé de se démarquer des opérations classiques que l'on va voir fleurir sur ce secteur pour la Coupe du Monde de Football. La marque a choisi de se positionner sur des propositions et des offres alternatives en jouant notamment la carte du divertissement ciblant les jeunes, les femmes et la famille. En outre, cela correspond à un repositionnement de la marque sur des produits innovants toujours plus accessibles au plus grand nombre. L'annonce à New-York de ses dernières nouveautés comme l'Aspire Switch 10, ordinateur 2 en 1 à la fois PC et tablette ou encore l'Aspire E11 qui se démarque par sa conception « flow curve », et bien d'autres, vont contribuer à la réussite d'Acer en 2014. Et nous avons prévu un fort dispositif de soutien pour réussir des objectifs extrêmement importants en termes de volumes.

### Quelles actions allez-vous mener pour cette Coupe du Monde ?

Après notre association avec le Festival Séries Mania (cf. news MM201), première pièce de notre stratégie de printemps sur le divertissement, nous avons poursuivi le déploiement de notre large dispositif qui va s'étendre d'avril au mois de juillet. Premièrement, nous avons lancé un jeu-concours sur la thématique des Séries du 1<sup>er</sup> mai au 15 juillet. Concrètement pour l'achat d'un produit tactile Acer (Smartphone, tablette ou PC), chaque personne pourra remporter l'un des 2 voyages pour 2 personnes dans l'Ouest

américain (d'Hollywood à Las Vegas) ou bénéficier de 1 000 offres de remboursement pour profiter d'un service de VOD et accéder à de nombreuses séries. Pour dynamiser le dispositif, 4 tirages au sort seront réalisés et relayés sur les réseaux sociaux. L'opération sera déployée dans plus de 800 magasins par des PLV, chevalets, leaflets. Nos partenaires de la distribution ont répondu favorablement à nos diverses propositions qui permettent d'adresser une cible distincte des opérations football du moment. De plus, nous avons développé en propre un site internet dédié sur le thème des personnages des séries TV. Le site se présente sous formes de tuiles, façon Windows 8, et propose du contenu spécifique sur le thème des personnages des séries, un peu comme des joueurs de football mais là il s'agit des héros des séries TV. Il y a aura des jeux et le site va vivre et évoluer durant toute l'opération. Nous avons également un plan de communication au travers d'une campagne de presse massive mettant en avant notre offre de produits tactiles de mi-mai à mi-juin.

#### Quels seront les autres éléments du dispositif ?

Du 1er au 30 juin, nous allons entamer une seconde étape qui s'inscrit dans une logique de communication de marque. Le dispositif comprendra cinq bus géants customisés aux couleurs d'Acer et mettant en avant nos produits phares comme l'Aspire Switch 10, l'Aspire S7 et l'Aspire E11. Ces bus nous assureront d'une forte visibilité en circulant de 9h à 19h sur des tracés à fort trafic dans 5 grandes villes (Paris, Lyon, Bordeaux...). Cette opération correspond au pic de vente de la période qui débute mi-juin. Notre objectif étant évidemment de multiplier les ventes sur la période.

#### Et pour les matchs, quelle sera votre contre-programmation ?

Enfin côté évènement, pour rebondir sur l'actualité des matchs de l'équipe de France du mois de juin, nous allons organiser des soirées « filles » le vendredi 20 juin pour continuer à créer l'évènement de façon décalé et à proposer une alternative aux opérations football classiques.

La marque Acer poursuit également son investissement dans le domaine des séries TV en étant le partenaire du Festival de télévision de Monte-Carlo qui se déroulera sous l'égide de son Altesse Sérénissime le Prince Albert II de Monaco du 7 au 11 juin. Ce festival prestigieux accueille désormais les plus grandes stars du cinéma. A noter que nous sommes étroitement liés à l'organisation de l'évènement et au jury. Acer sera présent avec un showroom de 100 m<sup>2</sup> à côté du « photo-call » officiel.



L'aspire Switch 10





# E TOUCH



## Acer Touch & Type<sup>\*\*\*</sup>

*Une nouvelle expérience tactile.*

Explorez, développez vos compétences et votre créativité, pour exprimer le meilleur de vous-même.

Découvrez nos produits sur [acer.fr](http://acer.fr) et 

Travail, loisir. À vous de choisir.  Windows 8

\*Au-delà du simple toucher. \*\*Au-delà des limites. \*\*\*Utilisation tactile, clavier ou souris.

Certaines applications sont vendues séparément, varie selon les pays.

Acer recommande Windows 8.



# MORE\*



**acer**  
*explore beyond limits™\*\**

Les consoles de Génération 8 sont arrivées avec tous leurs atouts. Il faut désormais les « alimenter » en produits novateurs les mettant en valeur. L'un des plus attendus au lancement fin 2013 était Watch Dogs d'Ubisoft. Pour des raisons de développement (et aussi sans doute pour mieux le rentabiliser), le titre a été repoussé au 27 mai. Ubisoft prévoit donc une mise en place initiale (toutes plateformes confondues) estimée à plus de 500 000 exemplaires avec une forte proportion pour les consoles de Génération 8 dont il sera l'un des porte-étendards. Il est aussi le titre le plus connu et le plus ambitieux des nombreuses nouvelles propriétés intellectuelles que sort Ubisoft cette année (Watch Dogs, The Crew, Tom Clancy The Division, Child of Light...) et doit lancer un nouveau cycle de croissance pour le Français. Watch Dogs avec ses promesses d'innovation (gameplay asymétrique, importance de la composante hacking dans le gameplay...) est donc très attendu tant par les joueurs que les constructeurs de consoles qui voient en lui un moyen de mettre en valeur leurs nouvelles machines ou la distribution, avide de blockbusters dans un premier semestre 2014 qui en manque cruellement.

## Watch Dogs

Disponibilité : 27 mai  
Classification : 18+  
Genre : Action  
Développeur : Ubisoft Montréal et Ubisoft Reflections  
Distributeur : Ubisoft  
Plateformes : PS3, PS4, PC, Wii U, Xbox 360 et Xbox One  
Prix : 70 euros



# Watch Dogs très attendu

2014 est une année très importante pour Bethesda. Après The Elder Scrolls Online sur PC en avril (sortie sur console fin mai), l'éditeur américain mise sur la renaissance des franchises cultes de son studio interne, ID Software. Le premier à sortir est le nouveau Wolfenstein (PC, PS3, PS4, Xbox One et Xbox 360) baptisé The New Order (développé par Machine Studios), puis arrivera surtout le nouveau Doom 4 (dont Wolfenstein The New Order permet l'accès à la bêta). Annoncé depuis une éternité (2007), ce dernier, développé sous la houlette des équipes d'ID Software (qui ont créé Rage entretemps), devrait a priori plutôt sortir en 2015. Un ensemble de suites de valeurs sûres qui sera complété fin août par une nouvelle pépite, The Evil Within (PC, PS3, PS4, Xbox One et Xbox 360), nouvelle création de Shinji Mikami, le « père » des Resident Evil 1 à 4. Une offre gamers orientée console de Génération 8 très solide qui peut permettre à Bethesda d'atteindre son objectif de finir l'année dans le Top 10 des éditeurs en France (Cf. Interview MM1 n°200).

## Wolfenstein The New Order

Disponibilité : 20 mai  
Classification : 18+  
Genre : FPS  
Développeur : Machine Studios  
Distributeur : Bethesda  
Plateformes : PC, PS3, PS4, Xbox One et Xbox 360  
Prix : 70 euros



# Bethesda a de la suite dans les ID (Software)

# UFC revient sur le ring

## EA Sports UFC

Disponibilité : 17 juin  
Classification : 16+  
Genre : Combat  
Développeur : EA Fighting Team  
Distributeur : Electronic Arts  
Plateformes : PS4 et Xbox One  
Prix : 70 euros

L'histoire de la franchise UFC dans le monde du jeu vidéo est intéressante. En parallèle de la croissance de ce sport, son adaptation vidéo-ludique a été couronnée de succès. THQ qui détenait la franchise jusqu'à sa liquidation en avait fait le complément idéal (plus hardcore, plus sportif, plus haut de gamme...) de ses jeux de catch. Avec, à la clef, une réussite critique (de 84 à 86 % de méta-critiques sur Metacritic.com pour les différentes versions) et commerciale (près de 10 millions de jeux vendus dans le monde pour l'ensemble des versions selon VGChartz dont 4 millions pour le premier). Ce qui avait motivé Electronic Arts à se positionner sur la licence lors du démantèlement de THQ. Les enjeux sont multiples pour l'éditeur américain. Premièrement, rajouter une franchise aux sorties régulières dans le catalogue EA Sports afin de se diversifier de ses sports « traditionnels ». Ce qu'il n'a pas réussi par exemple à faire avec le basket ou le tennis. Deuxièmement, revenir en force sur le segment du sport de combat qui était l'une de ses spécialités avec Fight Night (14 millions d'exemplaires vendus dans le monde selon VG Chartz) en apportant une vraie différence avec le reste du segment jeu de combat, notamment pour son réalisme. Troisièmement, profiter à plein des consoles de Génération 8 et des moteurs développés par EA pour ces machines (et dans ce cas, EA Sports Ignite que l'on retrouve aussi dans Fifa) pour prendre (ou reprendre) le leadership sur tous les secteurs où il est présent. Autant dire qu'Electronic Arts n'a pas lésiné sur les moyens pour faire de sa nouvelle franchise un succès : nouveau moteur de jeu, roster de combattants ultra-complet, plan de soutien intéressant...

## Sniper Elite 3

Disponibilité : 27 juin  
Classification : 16+  
Genres : Action / Shoot  
Développeur : Rebellion  
Distributeur : 505 Games  
Plateformes : PC, PS3, PS4,  
Xbox One et Xbox 360  
Prix : 60 euros (Xbox One, PS4)  
et 40 euros (autres supports)

# Précis, pointu

Sniper Elite 2 avait été l'une des excellentes Surprises de 2012 avec « près de 200 000 ventes en France et 1 million dans le monde », selon Yannick Himhoff, directeur marketing de 505 Games France. Avec un gameplay plus exigeant et moins « bourrin » que dans les jeux de shoot traditionnels, il avait su séduire une cible différente de celle des FPS à la sauce Hollywood. 505 Games, dont c'est le premier titre en boîte sur console de Génération 8, et le principal produit de la période, a fait de Sniper Elite 3 une priorité. Pour cet opus, le studio Rebellion a décidé de garder l'ADN du jeu, tout en écoutant les remarques de la communauté et en profitant à plein de la puissance des machines (graphismes et sons améliorés, « KillCam » dopée et qui fonctionne sur les véhicules, cartes 3,5 fois plus grandes, jeu moins scripté grâce à des environnements plus ouverts, possibilité de réussir ses missions en jouant plus action, nouvel environnement avec l'Afrique du Nord...). Il bénéficie en plus de positionnements intéressants en termes de prix (60 euros par exemple sur console de Génération 8) et de timing (27 juin, avec quasiment aucun titre concurrent dans la période). « Sniper Elite 3 bénéficiera d'une mise en place supérieure à celle du deuxième volet et d'un plan de soutien plus important. Nous prévoyons un plan marketing cross média (Internet, presse...) et un partenariat avec Steelseries pour ses casques car la composante sonore sera très importante dans le jeu. »

# Un duo qui vaut de l'or

FPE annonce la sortie de manière conjointe le 26 juin de *Supercondriaque* et de *La Belle et la Bête*. Deux des plus gros succès français du début de l'année en salles pour lesquels le distributeur déploiera une vaste opération commerciale.

Chez Pathé, on peut se frotter les mains : l'année 2014 commence beaucoup mieux que n'a fini 2013, et ce, grâce au succès de *Supercondriaque*, mais également de *La Belle et la Bête* de Christophe Gans. Avec plus de 5,2 millions d'entrées en salles, la nouvelle comédie de et avec Dany Boon, s'affiche en effet comme le champion incontesté de ce début d'année. Et confirme ainsi l'immense popularité de l'humoriste après *Bienvenue chez les Ch'tis* (20,4 millions d'entrées en salles en 2008) et *Rien à Déclarer* (8,3 millions en 2011). De son côté, *La Belle et la Bête*, emmené par Vincent Cassel et Léa Seydoux, pointe à près de 1,82 million d'entrées. Deux films à la fois populaires et familiaux que FPE a décidé de sortir conjointement en DVD et Blu-ray le 26 juin prochain, soit juste avant le début des vacances scolaires.

## Une offre de réduction de 3 de 8 euros

« Afin de booster les ventes au lancement, nous avons en effet pris le parti de les sortir simultanément et de mettre en place une offre de remboursement temporaire de 3 semaines (du 26 juin au 19 juillet) auprès de l'ensemble des enseignes, explique Julien Brossat, chef de produits nouveautés de FPE. Ainsi, pour l'achat des deux films, en DVD ou en Blu-ray, les consommateurs bénéficieront de 8 euros de réduction à valoir immédiatement en caisse. Une opération qui sera relayée dans les différents magazines des enseignes ainsi qu'en magasins via des box jusqu'à 350 unités. » Chaque titre sera par ailleurs soutenu par un plan marketing propre. « Plus d'un million d'euros seront ainsi investis sur

*Supercondriaque*, répartis entre campagne télévisée (TF1, M6...), partenariats radio avec RTL et TV avec TMC, et PLV en magasins (totems, silhouettes de pré-annonce...), indique Julien Brossat. « En ce qui concerne *La Belle et la Bête*, l'essentiel de l'investissement sera réalisé en télévision sur TF1 qui a coproduit le film, avec un renfort sur Internet (plan ciblant les familles mais également les fans de Christophe Gans et de films fantastiques) ainsi que dans la presse quotidienne gratuite et ado », fait savoir Mélanie Lafuma, chef de produits nouveautés de FPE. Le tout pour un objectif de mise en place d'un peu plus de 400 000 unités pour *Supercondriaque* et de 150 000 pièces pour *La Belle et la Bête*.

## Des éditions spécifiques

Côté éditorial, le long-métrage de Dany Boon se déclinera en éditions DVD et Blu-ray, toutes deux positionnées à 19,99 euros. Auxquelles s'ajoutera un coffret DVD exclusif enseigne chez Auchan, regroupant *Supercondriaque*, *Bienvenue chez les Ch'tis* et *Rien à Déclarer*. *La Belle et la Bête* sera, quant à lui, proposé en DVD et Blu-ray au prix unique de 19,99 euros, ainsi qu'en combo Blu-ray + DVD, présenté dans un packaging collector avec effet métal. « A noter qu'une édition combo Blu-ray + DVD spéciale Fnac (boîtier Steelbook) est également prévue, ainsi qu'une édition super collector en octobre, regroupant le film en DVD et Blu-ray complété par un DVD de bonus exclusifs supervisé par Christophe Gans et un livre des plus beaux dessins ayant inspiré les décors du film », annonce Mélanie Lafuma.



### Supercondriaque

Genre : Comédie  
 Editeur : Pathé  
 Distributeur : FPE  
 Entrées salles : 5,2 millions  
 Supports : DVD / Blu-ray / VoD  
 Prix : 19,99 euros (DVD et Blu-ray)  
 et 24,99 euros (coffret DVD Dany Boon  
 réunissant Supercondriaque /  
 Bienvenue chez les Ch'tis / Rien à Déclarer)  
 Mise en place : 400 000 pièces



### La Belle et la Bête

Genre : Fantastique  
 Editeur : Pathé  
 Distributeur : FPE  
 Entrées salles : 1,82 million  
 Supports : DVD / Blu-ray / VoD  
 Prix : 19,99 euros (éd. simple Blu-ray et DVD)  
 et 24,99 euros (combo Blu-ray + DVD)  
 Mise en place : 150 000 pièces



Sony Pictures Home Entertainment annonce la sortie en septembre prochain en DVD, Blu-ray et Blu-ray 3D, de Stalingrad. Une superproduction ambitieuse et spectaculaire sur l'une des batailles les plus sanglantes de l'histoire de l'humanité, qui a coûté la vie à environ 750 000 soldats et près de 250 000 civils. « Réalisé par Fyodor Bondarchuk, à qui l'on doit le 9<sup>ème</sup> Escadron, et doté d'un budget de production de plus de 30 millions de dollars, Stalingrad est le premier film russe intégralement tourné en 3D et au format Imax, fait savoir Sarra Khemiri, chef de produits de SPHE. Le résultat visuel, avec ses effets spéciaux impressionnants qui nous plongent au cœur de l'action, est tout simplement bluffant. Du reste, il bénéficie d'un très beau casting avec notamment en tête d'affiche Thomas Kretschmann (La Chute, Avengers, Captain America : le Soldat de l'Hiver...). Stalingrad a ainsi réalisé un véritable carton lors de sa sortie en salles en Russie, terminant en tête du box-office en 2013 avec plus de 50 millions de dollars de recettes. Il s'est également offert une belle sortie à l'international notamment aux Etats-Unis et au Royaume-Uni. De notre côté, nous avons pris le parti de le sortir directement en DTV, sur un genre qui fonctionne très bien en vidéo. » SPHE affiche de fait de fortes ambitions sur le titre.

## Une fresque explosive et spectaculaire



### Stalingrad

Date de sortie : Septembre 2014  
 Editeur : Sony Pictures  
 Distributeur : SPHE  
 Supports : DVD / Blu-ray / Blu-ray 3D / VoD

### Le Crocodile du Botswana

Date de sortie : 19 juin 2014  
 Editeur : TF1 Vidéo  
 Distributeur : Paramount HE  
 Entrées salles : 1,25 million  
 Supports : DVD / Blu-ray / VoD  
 Prix : 14,99 euros (DVD),  
 19,99 euros (Blu-ray et bipack DVD)  
 et 24,99 euros (bipack Blu-ray)

## Thomas N'Gijol et Fabrice Eboué en pleine dictature

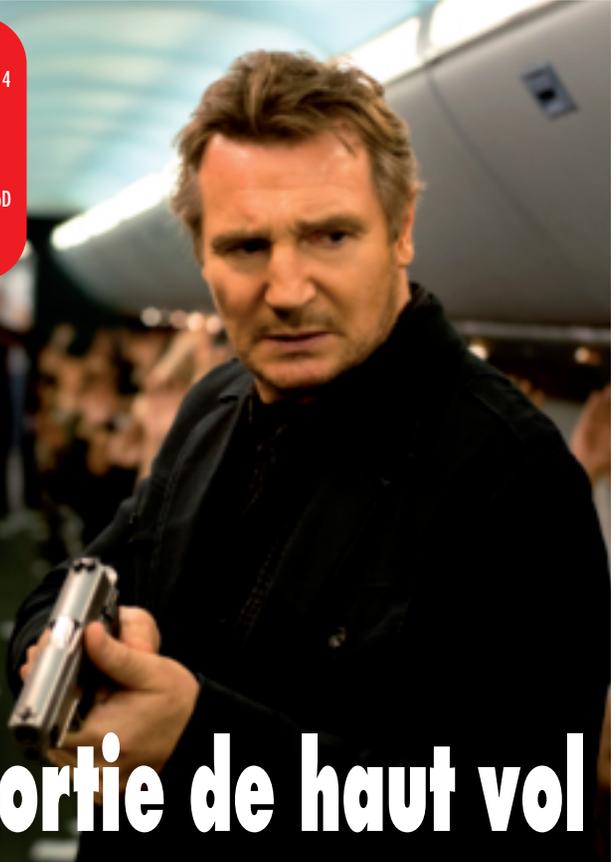


Trois ans après le succès surprise de Case Départ (1,8 million d'entrées en salles), le tandem Thomas N'Gijol et Fabrice Eboué a fait un retour remarqué au cinéma le 19 février dernier avec Le Crocodile du Botswana. Une comédie satirique et corrosive des dictatures africaines et du néo-colonialisme façon Afrique, avec pour toile de fond le football. Sans atteindre le score de son prédécesseur, le film a réalisé une belle carrière en salles, terminant à près de 1,25 million d'entrées. « Pour sa sortie en DVD, Blu-ray et VoD, le 19 juin, nous allons surfer sur le succès de Case Départ (plus de 120 000 DVD et Blu-ray vendus à date dont 70 000 en 1<sup>er</sup> vie), mais également sur la Coupe du Monde de football, au vu du sujet du film, explique Emilie Peronne, chef de produits marketing de TF1 Vidéo. Plus d'un million d'euros brut seront ainsi investis dans une vaste campagne pluri-médias, dont 500 000 euros brut rien qu'en télévision sur TF1 autour des écrans de retransmission des matchs de la Coupe du Monde, avec un complément sur Bein Sports. Partenariat radio avec NRJ et plan web (Melly.fr, L'équipe.fr et la plateforme musicale Vevo) ont également été prévus. Du côté du trade, plus de 300 box seront mis à disposition des enseignes. » Au niveau éditorial, DVD et Blu-ray seront respectivement positionnés à 14,99 et 19,99 euros. « S'y ajouteront pour une plus grande visibilité des bipacks DVD et Blu-ray réunissant Le Crocodile du Botswana et Case Départ, annonce Emilie Peronne. Le tout pour une mise en place globale de 50 000 pièces au lancement. Nous nous attendons également à un beau succès sur le réseau digital, avec un plus de 200 000 séances VoD estimées. »

En 2011, la rencontre entre Liam Neeson et le réalisateur Jaume Collet-Serra avait donné Sans identité, un thriller à l'efficacité redoutable (1 million d'entrées en salles). Le duo a décidé de remettre le couvert en début d'année avec Non-Stop, un nouveau film explosif où la promesse de départ est tenue : du suspense « Non-Stop ». Ici, l'acteur spécialisé dans le registre de l'action depuis Taken interprète un agent de la police de l'air, chargé de mettre la main sur un inconnu qui menace d'assassiner un passager toutes les 20 minutes s'il ne reçoit pas 150 millions de dollars. Le tout se déroulant dans un avion en plein vol. « Le film a extrêmement bien fonctionné en salles, note Guillaume Espie-Segal, chef de produits marketing de StudioCanal Vidéo. Il va finir à près de 1,3 million d'entrées en France. Le succès du film est également au rendez-vous à l'international, où nous venons de dépasser les 200 millions de dollars au box-office. Pour sa sortie en vidéo le 1er juillet prochain, nous proposerons deux éditions : un DVD et une édition Blu-ray limitée dans un boîtier métal, avec la copie numérique du film. Editions toutes deux agrémentées de 2 modules « making-of » : l'un intitulé De l'action Non-Stop, centré sur le tournage des scènes d'action en avion, et l'autre, Suspense à 10 000 m d'Altitude sur les coulisses du film à travers les commentaires des acteurs, du réalisateur et du producteur. Il s'agit pour StudioCanal de la plus grosse sortie DVD/Blu-Ray de l'année 2014. Nous espérons mettre 120 000 unités en places dont 45 000 Blu-Ray « Steelbook ». La campagne marketing sera d'ailleurs à la hauteur de nos ambitions. » StudioCanal capitalisera ainsi sur le Coupe du Monde de football, via une importante campagne TV et la diffusion de nombreux spots à la mi-temps des matchs, sur les plateformes « replay » des chaînes qui diffuseront le mondial ainsi que sur toutes les chaînes d'informations sportives. « Nous compléterons ce dispositif par des pleines pages de publicité dans L'Equipe et France Football, mais également par la signature d'un partenariat avec voyages-sncf.com. Un budget conséquent a par ailleurs été débloqué afin de créer des outils de communication sur les lieux de vente », indique Guillaume Espie-Segal.

#### Non-stop

Date de sortie : 1er juillet 2014  
 Genres : Thriller / Action  
 Editeur : StudioCanal Vidéo  
 Distributeur : UPV  
 Entrées salles : 1,3 million  
 Supports : DVD / Blu-ray / VoD  
 Prix : 19,99 euros (DVD) et 21,99 euros (Blu-ray)



## Une sortie de haut vol

## Lego casse encore des briques !



#### La Grande Aventure Lego

Date de sortie : 25 juin 2014  
 Genre : Animation  
 Editeur : Warner Bros.  
 Distributeur : Warner Bros. Entertainment  
 Entrées salles : 1,5 million  
 Supports : DVD / Blu-ray / Blu-ray 3D / VoD  
 Prix : 19,99 euros (éd. DVD + UV), 24,99 euros (éd. Blu-ray + UV) et 29,99 euros (Ultimate édition 3D Blu-ray 3D + Blu-ray + DVD + UV).



Deuxième fabricant mondial de jouets derrière Mattel, le groupe danois Lego et ses petites figurines jaunes remportent un succès croissant, porté notamment par l'essor des jeux vidéo dérivés dont les ventes explosent. Lego Marvel Super Heroes a ainsi été l'une des franchises vedettes de fin 2013 avec près de 4 millions d'exemplaires vendus dans le monde dont plus de 180 000 en France. Dernière brique à l'édifice, le film La Grande Aventure Lego, sorti en début d'année en salles, suit la même veine. Le long-métrage à la gloire des petits personnages jaunes, tourné à la manière des fameux « brickfilms » réalisés par les fans (plusieurs millions de pièces réelles ont été utilisées), a en effet engrangé près de 460 millions de dollars de recettes au box-office mondial, totalisant pas moins de 1,5 million d'entrées en France. Un succès qui présage d'excellents résultats quant à sa sortie en vidéo le 25 juin prochain chez Warner. Pour l'occasion, trois éditions seront disponibles : un DVD, un Blu-ray et une édition Ultimate 3D regroupant Blu-ray 3D, Blu-ray 2D et DVD, toutes trois agrémentées de la version Ultraviolet du film.

## Duo de comédiens au sommet

### Diplomatie

Date de sortie : 9 juillet 2014  
 Genres : Historique / Drame  
 Editeur : Gaumont Vidéo  
 Distributeur : Paramount HE  
 Entrées salles : 417 000  
 Supports : DVD / Blu-ray / VoD  
 Prix : 14,99 euros DVD et Blu-ray



Adapté de la pièce de théâtre éponyme de Cyril Gély, *Diplomatie* de Volker Schlöndorff (Palme d'or pour *Le Tambour*, Festival de Cannes 1979) a réuni 417 000 spectateurs en salles. Un joli succès porté par le duo d'acteurs André Dussollier et Niels Arestrup. « Pour sa sortie en vidéo le 9 juillet prochain, DVD et Blu-ray seront proposés au prix attractif de 14,99 euros, indique Stéphanie Benguigui, chef de produits nouveautés de Gaumont Vidéo. Coté bonus, on retrouvera un making of de 26 min. 15 000 unités seront mises en place dans le réseau traditionnel et le plan de lancement sera, quant à lui, quasiment exclusivement orienté en presse (partenariat avec *Le Nouvel Obs* et page de pub dans *Positif*) avec un renfort en radio grâce à un partenariat avec *France Info*. S'y ajoutera également un plan de soutien dans la presse et sur les radios locales et régionales pour ouvrir la cible du film, plutôt CSP+ et urbain. »



### Jack et la Mécanique du Cœur

Date de sortie : 2 juillet 2014  
 Genre : Animation  
 Editeur : EuropaCorp  
 Distributeur : FPE  
 Entrées salles : 520 000  
 Supports : DVD / Blu-ray / VoD  
 Prix : 19,99 euros (DVD)  
 et 24,99 euros  
 (combo Blu-ray + DVD)

## Dans la boîte à malice de Mathias Malzieu

Mathias Malzieu, leader du groupe Dionysos, possède de nombreuses cordes à son arc. A la fois chanteur, compositeur et guitariste mais également écrivain, il est passé derrière la caméra pour adapter, avec l'aide de son acolyte Stéphane Berla, son troisième roman, *Jack et la Mécanique du Cœur* (plus de 400 000 exemplaires vendus dans le monde) qui avait déjà inspiré le 6e album éponyme du groupe. Résultat : un conte musical où se mêlent univers poétique et rock'n roll. « Sorti en salles le 5 février dernier, le film devrait terminer sa carrière aux alentours des 520 000 entrées, fait savoir Julien Brossat, chef de produits nouveautés de FPE. De notre côté, nous le sortirons en édition simple DVD et combo Blu-ray + DVD, le 2 juillet prochain, soit juste avant les vacances scolaires. Viendra également s'y ajouter une édition combo Blu-ray + DVD spéciale Fnac agrémentée en bonus d'un concert exclusif de Dionysos. Le tout pour une mise en place au lancement comprise entre 40 et 45 000 pièces. » Pour atteindre cet objectif, FPE s'appuiera sur une vaste campagne télévisée ciblant les familles et les enfants via notamment la signature d'un partenariat avec Gulli. « Des box sont également prévus pour aller chercher la grande distribution et les moyennes surfaces », indique Julien Brossat.

## ET AUSSI



### Tempête de Boulettes Géantes 2 : L'Île des Miami-Niaux

Date de sortie : 11 juin 2014  
 (le 5 en EST)  
 Genre : Animation  
 Editeur : Sony Pictures  
 Distributeur : SPHE  
 Entrées salles : 600 000  
 Supports : DVD / Blu-ray / Blu-ray 3D / VoD  
 Prix : 14,99 euros (DVD + UV),  
 19,99 euros (Blu-ray + UV et  
 bipack DVD 1+2) et 24,99 euros  
 (combo Blu-ray 3D + 2D +  
 DVD + UV et bipack Blu-ray 1+2)



### American Bluff

Date de sortie : 5 juin 2014  
 Genre : Thriller  
 Editeur : Metropolitan Films  
 Distributeur : Seven 7  
 Entrées salles : 650 000  
 Supports : DVD / Blu-ray / VoD  
 Prix : 19,99 euros (DVD),  
 24,99 euros (Blu-ray) et 34,99  
 euros (combo Blu-ray + DVD)



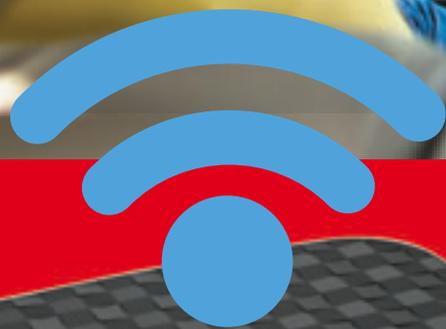
### Metal Hurlant Chronicles - Intégrale saison 2

Date de sortie : 18 juin 2014  
 Genre : Série TV  
 Editeur : Condor Entertainment  
 Distributeur : Seven 7  
 Supports : DVD / Blu-ray / VoD  
 Prix : 29,99 euros (Coffret 3  
 DVD) et 39,99 euros (coffret 2  
 Blu-ray)



### Le Couronnement d'Elisabeth II

Date de sortie : 1er juillet 2014  
 Genre : Documentaire  
 Editeur : Elephant Films  
 Distributeur : Arcadés  
 Supports : DVD / Blu-ray / VoD  
 Prix : 16,99 euros (DVD) et  
 19,99 euros (combo Blu-ray  
 +DVD)



Profitez de vos vidéos HD, vos photos et votre musique en streaming, quand vous le souhaitez, sans connexion Internet

## SanDisk Connect™ Wireless Media Drive

[www.SanDisk.fr/Connect](http://www.SanDisk.fr/Connect)

**SanDisk®**

© 2014 SanDisk Corporation. Tous droits réservés. SanDisk est une marque déposée de SanDisk Corporation, enregistrée aux Etats-Unis et dans d'autres pays. SanDisk Connect est une marque déposée de SanDisk Corporation. Toutes les autres marques sont des marques déposées de leurs propriétaires respectifs.

## L'Extreme Sport Camera de Konix



La marque Konix, distribuée par le groupe Innelec Multimédia, continue d'étoffer son catalogue de produits multimédias et d'accessoires. Dernier exemple en date, la caméra vidéo tout-terrain baptisée « Extreme Sport Cam » qui s'avère extrêmement concurrentielle sur le marché actuel. En effet, elle permet de filmer en haute définition en 30 images par secondes avec une autonomie de 1h30, mais à la différence de bon nombre de ses concurrentes, elle offre l'ensemble des accessoires nécessaires à son bon fonctionnement : coque étanche, systèmes d'accroche pour voiture, vélo, casque, surf, soit au total plus de 7 accessoires pour un prix de vente de 69,90 euros. En outre, elle bénéficie d'une étanchéité de la coque, certifiée IPX8, qui permet d'aller jusqu'à 2 mètres de profondeur. Celle-ci est rechargeable via USB, sur un allume-cigare ou encore grâce à la batterie nomade Lipstick, de la taille d'un tube de rouge à lèvres, également distribuée par Innelec Multimédia (commercialisée à 24,90 euros). En résumé, l'Extreme Sport Camera de Konix est le produit sport, fun et accessible par excellence. Le produit a été référencé chez Système U, Leclerc et Jeux Video and Co.



## Lenovo en position Yoga

Annoncée lors du dernier Mobile World Congress, la nouvelle tablette Yoga HD+ de Lenovo sera disponible en juillet sur le marché français à 349 euros. Cette tablette de 10,1 pouces sous Android (4.3 avec une mise à jour 4.4), multimode, dispose de 3 modes d'utilisation qui permettent de lire, jouer et visionner tout son contenu comme l'ensemble de la gamme yoga du constructeur. Elle dispose notamment d'une batterie en forme de cylindre qui facilite la prise en main. La Yoga HD+ intègre un écran Full HD (1920x1200) dans un cadre en métal élégant, un processeur Qualcomm Snapdragon performant tout en conservant une autonomie de 18 heures. En outre, elle dispose d'un appareil photo performant de 8 mégapixels et d'un son Dolby audio performant. Enfin, elle bénéficie d'une offre logicielle pensée pour l'utilisateur. Elle est proposée avec la suite de cinq applications Lenovo DOit qui a été conçue pour le partage, la synchronisation, la protection des données et la gestion des photos avec le savoir-faire du constructeur.

### Tablette Yoga HD +

Ecran : 10,1 pouces (dalles IPS)  
Système Android (4.3, Maj 4.4)  
Stockage : 32 Go  
Poids : 615 grammes  
Caméra : 8 mégapixels  
Prix : 349 euros  
+ produit : 3 positions



## ET AUSSI

### Le nouveau smartphone Huawei

Réf : Ascend P7  
Ecran : 5 pouces (Full HD)  
Épaisseur : 6,5 mm  
Réseau : 4G (LTE)  
APN : 13 mégapixels  
Batterie : 2500 mAh  
Couleurs : noir, blanc et rose  
Prix : 449 euros  
+ produit : finition haut de gamme



Lenovo® recommande Windows 8.

# YOGA

## IL SE MET EN 4 POUR VOUS



TRAVAILLER



COMMUNIQUER



SE DIVERTIR



VISIONNER



COMMUNIQUER

Repliez votre Yoga en mode Tente et bénéficiez des meilleurs atouts d'un Ultrabook™ ultra stable pour communiquer en tchat vidéo ou partager des photos avec vos amis. Les images sont impressionnantes de finesse grâce à la résolution hors norme de la dalle tactile QHD+.

Parmi les 4 modes, quel est votre préféré ?

**Découvrez les 4 modes : [www.Lenovo.com/yoga](http://www.Lenovo.com/yoga)**



équipé du processeur Intel® Core™ i7

Intel, le Logo Intel, Intel Inside, Intel Core et Core Inside sont des marques de commerce d'Intel Corporation aux États-Unis et dans d'autres pays.  
Lenovo 2014. Tous droits réservés.

**lenovo**

## TV : Samsung élargit sa gamme ultra HD

Série H6900 (Ultra HD) :

40 pouces (1 299 euros)  
50 pouces (1 499 euros)  
55 pouces (1 999 euros)



Série H7500 (Ultra HD) :

48 pouces (2 000 euros)  
55 pouces (2 500 euros)  
65 pouces (4 500 euros)

Après l'annonce de ses téléviseurs incurvés séries, Samsung lance en France ses TV Ultra HD « classiques » : les séries HU7500 (du 48 au 65 pouces) et HU6900 (du 40 au 55 pouces) disponibles chacune en 3 tailles. En effet, le Coréen a choisi sur la collection 2014 de différencier chaque série en apportant une touche différente : forme du pied, finesse du cadre, matériaux utilisés et couleurs. Côté image, les modèles Ultra Haute Définition bénéficient de la technologie Color Brilliance pour un rendu 3 fois supérieur, ainsi que l'Upscaling UHD qui optimise la qualité d'image. Côté technique, Samsung offre aussi l'assurance aux acheteurs d'être prêts pour les futurs standards de l'Ultra HD 4K via une mise à jour matérielle et logicielle possible grâce à l'ajout du boîtier One Connect externe. Les téléviseurs UHD Samsung 2014 sont tous équipés de 4 ports HDMI 2.0 (Level A). Ils gèrent l'HEVC UHD, les normes MHL 3.0 (pour afficher les vidéos UHD enregistrées avec son appareil mobile) et HDCP 2.2 (pour garantir la compatibilité avec les futurs lecteurs UHD). A noter que du 6 mai au 28 juin, Samsung propose une offre de remboursement jusqu'à 500 euros (450 euros sur le 65 pouces H7500).



## Une belle Coupe du Monde pour dynamiser les ventes



La Coupe du Monde de football est traditionnellement le rendez-vous privilégié pour booster les ventes de TV. L'enseigne But a donné le coup d'envoi en jouant la carte Playstation, en offrant une PS3 et un jeu FIFA 2014 pour l'achat d'une TV Sony ou Felson (la marque But) à 799 euros ou 599 euros. Une offre agressive logiquement dans un contexte économique difficile sur le segment de la TV. Carrefour, sponsor officiel des Bleus, est également présent avec l'opération «Tous fans des Bleus», avec un concours de pronostics permettant de se faire rembourser sa TV à 100 %, du 6 au 24 mai sur les achats de TV de plus de 101 cm. Celui-ci porte sur les 3 matches de l'équipe de France. L'enseigne Connexion propose aussi le remboursement de 100 écrans plats, mais sur tirage au sort. De son côté, Panasonic rembourse 500 euros sur une sélection de TV Ultra HD sous les couleurs du PSG dans le même type de mécanique que Samsung. Le groupe Sony, sponsor officiel de la Coupe du Monde 2014, a également déployé les grands moyens pour notamment mettre en avant la 4K avec la captation de 3 matches (dont la finale). Un film issu de ces matches sera diffusé en 4K via les services de diffusion de la FIFA. Sony va évidemment mettre en avant ses écrans TV 4K à cette occasion en faisant gagner des places pour la finale de la Coupe du Monde.



# SAMSUNG

Du 2 mai au 30 juin 2014

## Be CréATIV!\*



Jusqu'à  
**100€**  
remboursés

pour l'achat d'un ATIV Book 9 Lite  
parmi les références concernées\*\*

Samsung  
**ATIV** Book 9 Lite

Travail, loisir. À vous de choisir.  Windows 8

**SAMSUNG**

\* Soyez créatif ! \*\* Voir modalités de l'offre en magasin ou sur  
[www.samsung.com/fr/promotions](http://www.samsung.com/fr/promotions)

©2014 Samsung Electronics France. Tous droits réservés. Samsung est une marque de Samsung Electronics Co., Ltd. Samsung et Windows 8 sont des marques de Samsung Electronics Co., Ltd. et Microsoft Corporation.

# SONY

## Filmez en 4K. Même sous l'eau.



Le nouveau Xperia™ Z2 vous permet de réaliser des vidéos en 4K et des ralentis parfaits. Il est étanche\* jusqu'à 1,5 m de profondeur et pendant 30 minutes. Vous pouvez l'utiliser partout en toute tranquillité. Xperia™ Z2, la passion de la perfection.

**BE MOVED\*\***

## XPERIA Z2



DAS \*\*\* : 0,707 W/kg

#xperiadetails

\*Le Xperia™ Z2 est un smartphone étanche (conformément à l'indice IP 55/58††) offrant des enregistrements vidéo 4K avec un appareil photo 20,7 Mpx. Caractéristiques vérifiées par le service SpectRAX de Strategy Analytics au 29 janvier 2014. Pour obtenir de plus amples informations sur les résultats de Strategy Analytics, rendez-vous sur : [www.sonymobile.com/testresults/](http://www.sonymobile.com/testresults/) \*\*Vivez l'émotion. \*\*\*Le DAS (débit d'absorption spécifique) des téléphones mobiles quantifie le niveau d'exposition maximal de l'utilisateur aux ondes électromagnétiques, pour une utilisation à l'oreille. La réglementation française impose que le DAS ne dépasse pas 2 W/kg. Les icônes sont à titre indicatif seulement. Sony est une marque commerciale ou une marque déposée de Sony Corporation. Android, Google Chrome et Google Play sont des marques commerciales de Google Inc. ©2014 Sony Mobile Communications International AB. 439 961 905 R.C.S. Nanterre.