N°285 - Novembre 2021 - 7 euros

# MultiMédia

À LA UNE

ISSN 1267-7663

## The Walt Disney Company France

## VOUS PRÉSENTE SES PROCHAINES ÉDITIONS

## EN 4K ULTRA HD™

© 2021 Disney © 2021 Marvel © 2021 20th Century Studios © 2021 Buena Vista Home Entertainment, Inc.

SÉCURITÉ MATÉRIELLE ET PRODUCTIVITÉ POUR RÉPONDRE AUX EXIGENCES IT,
intel vPRO PLATFORM
CONÇUE POUR VOTRE ENTREPRISE
ET AUX BESOINS DES UTILISATEURS.
intel evo POWERED BY CORE vPRO i7
SCAN ME
SCANNEZ MOI

# SOMMAIRE

**MM1** N°285 / NOVEMBRE 2021


*14*

## BLU-RAY UHD 4K : CROISSANCE SOUTENUE DE L'OFFRE

L'Ultra HD 4K gagne du terrain en France. La courbe des ventes de Blu-ray 4K est en effet en forte progression sur un marché du physique en retrait. Passage en revue des principaux Blu-ray Ultra HD 4K à venir.l'écosystème gaming.

ULTRA HD

LU-RAY UHD 4K : ROISSANCE SOUTENUE DE OFFRE

METROPOLITAN FILM & VIDÉO

WALT DISNEY COMPANY FRANCE

LE CHAT QUI FUME

STUDIOCANAL

POTEMKINE FILMS

*18*

## L'UHD, ENJEU MAJEUR POUR LES TV

Avec l'arrivée des nouvelles consoles de jeu et la montée en puissance des contenus en UHD, la thématique de l'Ultra haute définition est un argument incontournable à mettre en avant pour les constructeurs TV. Pour y répondre les constructeurs disposent d'une offre élargie. MultiMédia à la Une vous propose un tour d'horizon du secteur.

*34*

## 2022 : UNE ANNÉE EXCEPTIONNELLE EN PERSPECTIVE POUR ESC DISTRIBUTION

ESC Distribution renforce une nouvelle fois sa distribution avec la signature d'un nouvel accord de distribution exclusive avec Sony Pictures Home Entertainment. Interview de Dominique Masseran et Stéphane André.

*36*

## LG LANCE SA MARQUE DE PC PORTABLE ULTRA LÉGER EN FRANCE

Les PC LG gram viennent d'arriver dans les linéaires des grandes enseignes françaises. Mais LG est aussi une marque mondiale, reconnue comme la marque de référence de la technologie Oled sur la TV. Retour sur la stratégie de LG avec Romain Gras.

# NEWS REPÈRES

# DOSSIER

## ULTRA HD / 10

Laurent Villaume - UHD Partners France
Victor Matsuda - Blu-ray Disc Association
Blu-ray UHD 4K : croissance soutenue de l'offre
Laurent Darrieutort - Fnac Darty
Maureen Henry et Marie Legrand - Samsung
TCL, partenaire du gaming en 4K
Jérémy Barreau - LG
Sharp passe à la vitesse supérieure sur l'Ultra HD
TV : le gaming en Ultra HD
Moniteurs, alternative très crédible aux TV
Vidéoprojecteurs, un superbe choix pour l'UHD

# INTERVIEWS ET FOCUS

### GAMING / 30

Samy Ouerfelli - Freaks 4U
Victrix, l'arme premium de PDP

### DVD/BLU-RAY / 34

Dominique Masseran
et Stéphane André - ESC Distribution

### HARDWARE / 36

Romain Gras - LG

### DISTRIBUTION / 38

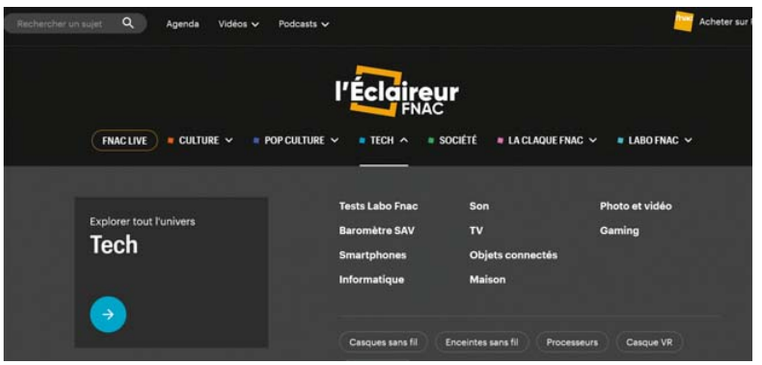
Sébastien Masson - Trax Distribution
Acadia poursuit sa marche en avant

# NOUVEAUTES

### DVD/BLU-RAY / 42

Actualités

# L'ECLAIREUR, NOUVEAU MEDIA DE LA FNAC




**La Fnac a dévoilé l'Éclaireur Fnac, son nouveau site internet de prescription, qui décrypte les actualités culturelles et technologiques** pour guider les internautes vers un choix qui se veut plus éclairé. L'Éclaireur Fnac s'articule autour de six rubriques de l'univers Fnac : **la culture (livres, BD, cinéma, musique...), la Pop Culture (jeux vidéo, mangas, comics, séries, jeux de société...), la tech (smartphones, informatique, TV, son...), les enjeux sociétaux du numérique, la Claque Fnac,** déclinaison digitale de l'action culturelle réalisée par l'enseigne et le Labo Fnac. Le site présente des tests et critiques, entretiens et reportages, des brèves d'actualité en format éditorialisé, ainsi que des vidéos et des podcasts. Ce dernier permettra également à l'enseigne de diffuser tous ses grands événements culturels comme le festival de musique Fnac Live, qui se tiendra le 6 et 7 décembre prochain, ainsi que des « livestreams » tech et gaming, pour proposer une expérience digitale, en live ou en replay, dans la continuité de ses événements en magasin.

# VOTE AU SÉNAT DE LA REDEVANCE SUR LE RECONDITIONNÉ

**Le Sénat a voté le 2 novembre dernier l'application de la redevance pour la copie privée aux supports reconditionnés,** comme les smartphones. Collectée par Copie France, cette redevance va entraîner une hausse significative du prix des smartphones, tablettes - et demain des ordinateurs – reconditionnés. Un surcoût d'une dizaine d'euros pour les smartphones actuels mais qui en fait représente une bonne partie de la marge des reconditionneurs français de l'ordre de 15 euros en moyenne. A l'arrivée, l'offre de ces d'acteurs sera nettement moins concurrentielle sur les plus grandes marketplaces. A terme, cela risque de déstabiliser toute la filière française des reconditionneurs face à la concurrence étrangère.

## EN BREF

**CHRONOLOGIE DES MÉDIAS,**
la ministre de la Culture Roselyne Bachelot a rappelé la date butoir du 10 février 2022, date d'expiration de l'arrêté d'extension de la chronologie.

**LE GROUPE CANAL+,**
via sa filiale Canal+ International, a annoncé acquérir une participation majoritaire de 70% dans SPI International, groupe audiovisuel international exploitant 42 chaînes de télévision (dont le portefeuille de chaînes FilmBox) et différentes plateformes digitales dans plus de 60 pays. Acteur majeur de la distribution et de la diffusion de contenus dans le monde entier, la société a à son actif un catalogue de plus de 10 000 films et séries internationaux.

**JOUÉCLUB**
a ouvert deux nouveaux magasins : à Vaux-sur-Mer (17) et Brive La Gaillarde (19) reprenant le nouveau concept de magasin (cf. MM283) L'aménagement a pour but de créer une ambiance sereine, ludique, interactive et propice à la découverte. Le magasin de St André de Cubzac (33) a également adopté ce nouveau concept.

**LE 100ÈME FRANCHISÉ FNAC**
a ouvert à Dax au cœur des nouvelles halles de la ville.

**BUT**
a noué un partenariat avec Rue du Commerce. L'ensemble de la gamme BUT est disponible sur le site du pionnier du e-commerce français.

**LA GRANDE RÉCRÉ**
a ouvert un nouveau corner dans le magasin des Galeries Lafayette de La Roche sur Yon. D'une surface de vente de 120 $m^2$, il propose près de 1 500 références de jouets et jeux pour enfants mais aussi pour adultes.

**TAMASA DISTRIBUTION**
annonce avoir signé un accord de distribution avec Cargo Films portant sur la distribution internationale tous droits (cinéma, vidéo et VoD ainsi que les ventes TV et d'extrait pour la France) de plus d'une vingtaine de films produits par la structure fondée par Jean-Jacques Beineix, dont la quasi-intégralité des films du réalisateur à l'exception de Diva.

**SUPER MARIO BROS :**
La nouvelle adaptation cinématographique de la célèbre licence vidéoludique de Nintendo sortira en décembre 2022. Le film d'animation, produit par Chris Meledandri, fondateur du studio Illumination avec l'aide de Shigeru Miyamoto, le créateur de Mario, sera réalisé Aaron Horvath et Michael Jelenic (Teen Titans Go! Le film). Le scénario a quand lui été confié à Matthew Fogel (La Grande aventure Lego 2, Les Minions 2).

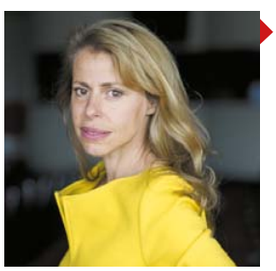
# NOMINATION

### Sarah Drouhaud

est nommée **Directrice de la Communication du CNC**. Elle succède à Evelyne Lequit, nommée Déléguée à l'Information et la Communication au ministère de la Culture.

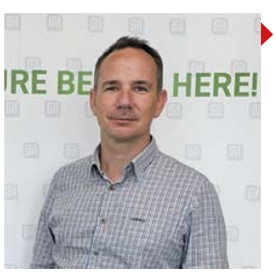
### Mathias Hautefort

(PDG de Netgem) est nommé **Président du Syndicat des Editeurs de Vidéo à la Demande** (SEVAD).



### Cécile Rap-Veber

a été nommée par la **Sacem au poste de directrice-générale gérante**. Jusqu'à maintenant directrice du développement, de l'international et des opérations et membre du Comité Exécutif de la Sacem, elle succède ainsi à Jean-Noël Tronc. En parallèle, **David El Sayegh** a été nommé **directeur général adjoint.**



### Alexandre Bréas

est nommé **Directeur Général de Microids Distribution France**, la nouvelle structure de distribution de Microids. Il conserve par ailleurs ses fonctions actuelles au sein de Microids en tant que Vice-Président Trade Marketing & Opérations. il a notamment occupé différents postes chez Infogrames/Atari, Bandai Namco Games Europe puis Koch Media France, où il exerçait la fonction de Directeur Marketing avant de rejoindre Microids.

# MOLOTOV REJOINT LE GROUPE AMÉRICAIN FUBOTV

**Molotov, le leader du streaming TV en France** en 2016, **vient de passer dans le giron de FuboTV** (spécialiste américain de streaming de télévision en direct et de programmes sportifs). Le but étant d'en faire **un groupe d'ampleur mondiale dans le domaine du streaming TV, dont Molotov serait la tête de pont sur le Vieux Continent.** Jean-David Blanc, reste PDG de Molotov et devient Chief Strategy Officer du groupe.

# CHIFFRES DU MOIS

## 11 milliards d'heures.

Selon son développeur, les joueurs ont passé sur Roblox 11 milliards d'heures... pour le seul 3e trimestre 2021.

## 74 milliards.

74 milliards d'euros ont été dépensés le 11/11 (la fameuse Journée des Célibataires en Chine) sur Alibaba.

## 20.

La première Xbox est sortie il y a 20 ans le 15 novembre 2001.

## 38,74.

Mario Kart 8 Deluxe devient le jeu Nintendo le plus vendu (Wii Sports avec 82 millions est devant mais était fourni avec la console) avec 38,74 millions d'exemplaires dans le monde et devance Mario Kart Wii et ses 37 millions.

## 355 millions.

Avec 5 millions supplémentaires de GTA V vendus au 3e trimestre 2021, cela porte les ventes de la franchise à 355 millions, dont 155 millions pour le dernier opus. Et ce alors que le jeu ne sortira sur PS5 et Xbox Series qu'en mars 2022. Red Dead Redemption II s'est lui désormais écoulé à 39 millions de pièces. Ce qui porte le total de la franchise à 62 millions dans le monde.

## 118 millions.

Disney+ compte désormais 118 millions d'abonnés (+2 millions en 1 trimestre). Si l'on cumule les plateformes de streaming vidéo de Disney (Disney+, Hulu et ESPN+), cela représente 179 millions d'abonnés.

## 4004.

Intel célèbre le 50e anniversaire du premier microprocesseur disponible dans le commerce : le 4004.

## 1 milliard.

TikTok a indiqué avoir dépassé le seuil symbolique du milliard d'utilisateurs actifs (c'est-à dire se connectant au moins une fois par mois) dans le monde. Et ce seulement 4 ans après son lancement par le groupe chinois ByteDance. Le réseau social a ainsi gagné plus de 300 millions d'utilisateurs depuis juillet 2020. La plateforme vidéo reste néanmoins encore à bonne distance de YouTube qui revendiquait 2,3 milliards d'utilisateurs actifs mensuels en 2020.

## 20 millions.

Selon l'Alliance des producteurs de cinéma et de télévision (IATSE), le service SVoD Apple TV+ comptait moins de 20 millions d'abonnés aux Etats-Unis et au Canada au 1er juillet.

# LE GROUPE BOULANGER MULTIPLIE LES OUVERTURES

**Boulanger a ouvert son 188e magasin** à Châteauroux dans la zone commerciale Cap Sud sur une surface de 1 600 m² ainsi qu'un Drive à Balma-Gramont à proximité de Toulouse. Plus qu'un simple point de retrait de produits, il s'agit d'un véritable point de contact « serviciel » offrant la possibilité d'acheter des accessoires sur place, ou de bénéficier d'une pose de protection d'écran sur-mesure. Boulanger a également ouvert son 24e magasin franchisé à Montceau-les-Mines en Bourgogne-Franche-Comté (1 200 m²). En parallèle, **l'enseigne vient de se hisser à la 10e place des marques préférées des Français en 2021 et à la 8e place sur le segment de la confiance** d'après l'étude menée par le cabinet OC&C Strategy Consultants. De son côté, Electro Dépôt, l'autre enseigne du groupe Boulanger (holding United b.), a franchi en octobre le cap des 100 points de vente en Europe avec de nouveaux magasins en Belgique et en France. Le 102e vient d'ouvrir à Alicante en Espagne.

# MCAFEE ACQUIS POUR 14 MILLIARDS DE DOLLARS

**McAfee vient d'être acquis par un ensemble de fonds d'investissements** (Advent, Crosspoint Capital, CPP Investment, GIC, ADia et Permira). **Et ce pour 12 milliards de dollars plus la reprise de dettes de 2 milliards. Une transaction record dans le domaine de la sécurité informatique.** C'est la 3e fois que McAfee change de main en une décennie (par Intel en 2010 puis par le fond d'investissement TPG en 2016) et cela fait suite à la vente récente de la branche entreprise de McAfee.

# LA SWITCH ET LA PS5 CARTONNENT TOUJOURS

**Nintendo avait vendu 92,87 millions de Switch** à fin septembre 2021 (dont 3,83 millions entre juillet et septembre dernier). Nintendo compte vendre 24 millions de Switch d'ici mars 2022. Côté Playstation, **on compte 13,4 millions de PS5 dans le monde** (juste en dessous du record pour 4 premiers trimestres d'une console Playstation) dont 3,3 au dernier trimestre et 116,6 millions de PS4. Sony espère toujours distribuer au moins 14,8 millions de PS5 au cours de l'année fiscale. Ce qui implique d'écouler 9,2 millions de machines supplémentaires entre octobre 2021 et mars 2022. A noter que la PS4 ne se vend presque plus (200 000 consoles distribuées au dernier trimestre).

# EN BREF

**MEDIAWAN :**
Dans un entretien accordé au Journal du Dimanche, Pierre-Antoine Capton, cofondateur de Mediawan avec Xavier Niel et Matthieu Pigasse, a annoncé le développement en cours d'une plateforme SVoD centrée sur le cinéma de genre, et plus particulièrement sur l'horreur. Baptisé Insomnia, le service devrait être lancé d'ici la fin de l'année. Pour rappel, en mars dernier, le groupe a lancé une plateforme dédiée aux documentaires sur Apple TV+.

**LES ANIMAUX FANTASTIQUE 3,**
intitulé Les Secrets de Dumbledore, sortira plus tôt que prévu en salles. Le film qui mettra au prise Jude Law, de retour sous les traits de Dumbledore, et Mads Mikkelson, qui succède à Johnny Depp dans le rôle de Grindelwald, a en effet été avancé au 13 avril 2022, alors qu'il était jusqu'ici attendu en juillet.

**AMAZON STUDIOS**
a annoncé la signature avec Eddie Murphy d'un contrat pour 3 nouveaux films. L'acteur aura également un droit de premier regard sur les prochaines productions du studio auxquelles il souhaiterait participer.

**DEADPOOL 3**
est actuellement en écriture pour un tournage probable en 2022, a annoncé l'acteur et producteur Ryan Reynolds en pleine promotion de Free Guy.

**LES TORTUES NINJA :**
Un nouveau film produit par Michael Bay est en préparation, après les 2 films sortis en 2014 et 2016.

**HUNGER GAMES :**
Le préquel de la saga à succès (près de 3 milliards de dollars de recettes au box-office mondial), tiré du nouveau roman de Suzanne Collins, La Balade du Serpent et de l'Oiseau Chanteur, paru en 2020, devrait entrer en production début 2022, pour une sortie fin 2023 ou début 2024. Derrière la caméra on retrouvera une nouvelle fois Francis Lawrence.

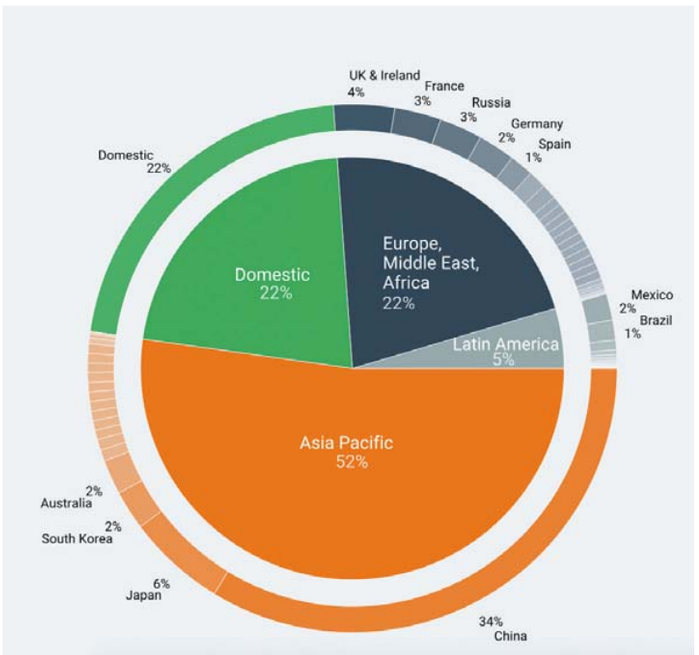
**APPLE**
a signé un chèque de 200 millions de dollars pour s'offrir les droits du film d'espionnage Argylle, réalisé par Matthew Vaughn (Kingsman, Kick Ass) et doté d'un casting 5 étoiles (Henry Cavill, Sam Rockwell, Bryce Dallas Howard, John Cena, Dua Lipa, Samuel L. Jackson...). Premier opus d'une potentielle nouvelle franchise, le film est adapté du roman éponyme d'Ellie Conway à paraître en 2022 et s'attaque directement à James Bond.

**INNELEC**
a annoncé un chiffre d'affaires au Q1 21/22 de 52,3 millions d'euros (+18%). Et ce grâce aux activités Gaming (+16,1%), Accessoires Gaming (+23,1%) et Produits dérivés (+27,2%).

# LE CINÉMA REDÉMARRE MIEUX QUE PRÉVU DANS LE MONDE

Selon l'analyste Gower Street, **les recettes du box office mondial pourrait atteindre en 2021 entre 21,5 et 22 milliards de dollars. Ce qui représenterait une hausse de 80% par rapport à 2020,** mais assez logiquement une baisse de 49% par rapport à l'année record de 2019. Le marché est toujours tiré par la puissance du marché chinois (34% du total contre 28 % en 2020) et plus globalement de l'Asie (52,2% contre 50%). Les marchés occidentaux restent pénalisé par la crise sanitaire. La zone EMEA passe ainsi de 23,1% à 21,6%, la France de 4,4% à 2,8% et l'Amérique du Nord de 21,8% à 21,6%. Signe des temps, **les deux premiers films du box office mondial (à mi novembre) sont chinois**. The Battle at Lake Changin (882 millions de dollars de recettes) Hi, Mom (822 millions de dollars de recettes) devançant Fast & Furious 9 (721 millions de dollars de recettes) et Mourir Peut Attendre (709 millions de dollars de recettes). Et ce alors que Shang-Chi et la Légende des 10 Anneaux, Dune ou Venom: Let There Be Carnage réalisent de jolis scores. Autre signe de cette santé retrouvée, selon le CNC, **la fréquentation cinématographique en France a atteint 14 millions d'entrées en octobre 2021, soit 61% de plus qu'en octobre 2020** (-30% par rapport à octobre 2019).

**Répartition par pays/territoire du Box Office mondial en 2021**




*Source : Gower Street*

# NETFLIX S'EMPARE DE LA ROALD DAHL STORY COMPANY

**Netflix a annoncé l'acquisition de la Roald Dahl Story Company qui gère les droits du géant de la littérature Roald Dahl,** auteur notamment de Charlie et la Chocolaterie, Le Bon Gros Géant ou encore Sacrées Sorcières. Ce rachat, dont le montant n'a pas été dévoilé, s'appuie sur un partenariat initié il y a trois ans entre la plateforme américaine de streaming et les héritiers de l'écrivain, qui a vendu plus de 300 millions de livres dans le monde. Une première série inspirée de Charlie et la Chocolaterie est déjà en préparation.

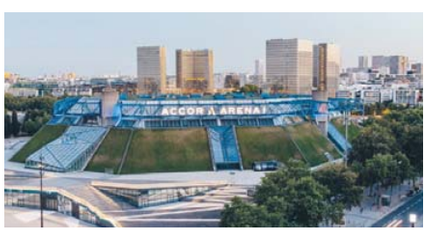
# LA FOLIE DES RACHATS SE POURSUIT DANS LE JEU VIDÉO

**Unity Software (qui détient le moteur de jeu vidéo Unity) vient d'acquérir Weta Digital, le studio d'effets spéciaux de Peter Jackson** (qui a travaillé sur Le Seigneur De Anneaux, Avatar ou Games Of Thrones). Et ce pour 1,6 milliard de dollars. L'équipe VFX de Weta Digital sera scindée en une nouvelle entité baptisée WetaFX (dans laquelle Peter Jackson conservera une participation majoritaire). Cela lui permet de diversifier son offre vers l'Entertainment mais aussi d'intégrer de nouveaux outils dans ses solutions. Cela fait suite au rachat de Parsec, spécialiste des solutions cloud pour les créatifs, par Unity Software en août pour 320 millions de dollars. Tencent a lui investi 43,8 millions de dollars, pour prendre 90% des parts de Wake Up Interactive (maison mère des studios Valhalla Games Studios et Soleil). **Netflix étoffe lui ses équipes dédiées aux vidéo en rachetant son premier développeur : Night School Studio**. NetEase s'empare lui du développeur de No More Heroes : Grasshopper Manufacture, Enfin, Devolver Digital acquiert les studios Dodge Roll, Nerial and Firefly Studios, les développeurs de Enter the Gungeon, Reigns et Stronghold.

# REBOND DES VENTES DE DISQUES AUX ETATS-UNIS

**Les revenus de la musique enregistrée aux Etats-Unis ont augmenté de 27% au 1er semestre 2021 pour atteindre 7,1 milliards de dollars contre 5,6 milliards au 1er semestre 2020** (+5,6%), selon les chiffres publiés par la Recording Industry Association of America (RIAA). Sans surprise la croissance du marché a été une nouvelle fois principalement tirée par le streaming qui représente 84% du chiffre d'affaires de la musique enregistrée sur la période. Sous l'impulsion du streaming par abonnement (+26% à 4,6 milliards de dollars ; 78% des revenus du streaming et 2/3 des revenus totaux), le chiffre d'affaires généré par le streaming a en effet augmenté de 26% à 5,9 milliards de dollars. De leur côté, **les supports physiques (CD, vinyles, DVD audio…), durement impactés par la fermeture des magasins en 2020, ont vu leur chiffre d'affaires rebondir de près de 76% au 1er semestre 2021 par rapport à la même période en 2020.** Alors que les ventes de vinyle ont fait mieux que résister l'an dernier (+3,6% à 232 millions de dollars au 1er semestre 2020), dépassant pour la première fois depuis 34 ans les ventes de CD, le vinyle a poursuivi son retour en force en début d'année. Les revenus des albums vinyles ont en effet augmenté de 94% au 1er semestre 2021 à 497 millions de dollars, bien que la comparaison avec 2020 soit difficile. **Sur la première moitié de l'année, 19,2 millions de vinyles se sont ainsi écoulés aux Etats-Unis, contre 9,2 millions un an plus tôt.** Concernant les ventes de CD, leur chiffre d'affaires a augmenté de 44% pour atteindre 205 millions de dollars mais reste toujours inférieur de 19% à ce qu'il était en 2019 avant la pandémie.

# PHANTOM : UNE NOUVELLE SALLE DE CONCERT DANS L'ACCOR ARENA




Alors que la salle parisienne a rouvert ses portes mi-septembre, après 18 mois de fermeture, Nicolas Dupeux, le directeur de l'Accor Arena, a confié au Parisien s'attendre à avoir *« 30% de shows en plus, en 2022 et début 2023 »* citant, les concerts de PNL, Orelsan, The Weeknd ou Billie Eilish prévus courant 2022. *« L'an prochain, on devrait doubler notre activité et arriver à 300 événements, y compris sportifs, dont la moitié dans la grande salle »*. Pour faire face à cette profusion d'évènements, **Nicolas Dupeux a annoncé, fin septembre, l'ouverture d'une nouvelle salle de spectacle dans l'enceinte même de l'Accor Arena de Bercy, en lieu et place de l'ancienne salle Marcel Cerdan. Cette dernière, nommée Phantom, verra le jour au printemps prochain et sera doté d'une capacité de 3 500 personnes sur une surface de 1 500 m².** *« 120 à 130 évènements par an »* sont prévus dans le lieu, a rapporté le directeur de l'Accor Arena. A noter que la construction d'une autre salle, la Paris Arena II, d'une capacité de 8 000 places assises, a débuté Porte de la Chapelle. Le chantier doit être terminé d'ici l'été 2023, en vue des Jeux Olympiques de Paris 2024.

# CHIFFRES CLÉS

## 800 000.

Alors que leur tournée des Zénith s'achèvera par un ultime concert à Paris la défense Arena le 17 décembre, Vitaa et Slimane ont vu leur album VerSus dépasser le cap des 800 000 ventes, streaming inclus, dont 600 000 en physique. A noter qu'une nouvelle réédition de l'album est sortie le 26 novembre, intégrant un 3e disques de 11 titres en version live enregistrés durant la tournée en cours.

## 381 millions.

Spotify a vu, pour le compte de son 3e trimestre, son nombre d'utilisateurs mensuels actifs progresser de 19% par rapport au 3e trimestre 2020 à 381 millions, dont 172 millions d'abonnés payants (+19%) et 220 millions utilisant la formule gratuite avec publicités (+19% également). Par rapport au 2e trimestre, la plateforme musicale compte 4% d'utilisateurs en plus. A noter également la progression de 4% du revenu moyen par utilisateur (4,43 euros contre 4,29 euros au trimestre précédent). D'ici fin 2021, Spotify ambitionne d'atteindre 400 millions d'utilisateurs et plus de 177 millions d'abonnés payants.

## 300 000.

Un an après sa sortie, QALF, le 4e album de Damso a passé le cap des 300 000 ventes (streaming inclus), décrochant au passage un triple disque de platine, tout comme Rien 100 Rien de Jul (sorti le 14/06/2019). De leurs côtés, PLK et SCH ont vu leur album Enna (sorti le 28/08/2020) et JVLIVS II (sorti le 19/03/2021) être certifiés double disque de platine pour plus de 200 000 équivalents ventes.

## 100 000.

Sorti dans les bacs le 19 juin 2020, Frenchy, l'album de reprises de standards de la chanson française en version jazzy de Thomas Dutronc, est certifié disque de Platine par le SNEP pour plus de 100 000 équivalents ventes (streaming inclus), dont la grande majorité en physique. Un cap que vient également de passer A-One de Landy (sorti le 13/11/2020), mais aussi Cœur de Clara Luciani (11/06/2021), J.O. $ de Josman (14/09/2018), Survie de Zola (13/11/2020) et Astroworld de Travis Scott (28/09/2018).

## 50 000.

A Tous les Batards, deuxième album studio d'Eddy de Pretto sorti le 26 mars 2021, a franchi fin septembre le cap des 50 000 ventes, décrochant un disque d'Or, tout comme les albums Ocho de SDM (sorti le 9/04/2021), En Passant Pécho de Kore (12/03/2021), Johnny Acte II (10/09/2021), Happier Than Ever de Billie Eilish (30/07/2020), Split Josman (06/03/2020), Sour d'Olivia Rodrigo (21/05/2021), Ocho de SDM (09/04/2021) et Justice de Justin Bieber (19/03/2021).

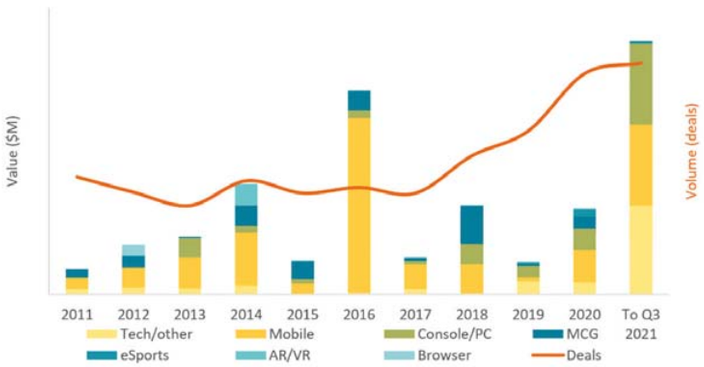
## 19.

Xandrie SA, société mère de Qobuz, la plateforme française de streaming et de téléchargement en haute résolution, accélère sa stratégie de croissance en Asie et annonce l'acquisition de e-onkyo music, site de vente de musique en téléchargement haute résolution, au fabricant japonais de matériel électronique haut de gamme Onkyo Corporation. Qobuz étend ainsi son activité au Japon, portant à 19 le nombre de pays où le service est accessible. D'autres projets d'ouverture sont à l'étude qui devraient se concrétiser dans les mois prochains.

par Vladimir Lelouvier

# 2021, UNE ANNÉE RECORD EN TERMES D'ACTIVITÉS CAPITALISTIQUES DANS LE JEU VIDÉO

## Evolution des fusions/acquisitions dans le jeu vidéo dans le monde




*Source : DDM*

**2021 a connu un énorme niveau d'activités capitalistiques dans le jeu vidéo avec des investissements dont les montants ont doublé et des fusions/acquisitions qui ont triplé par rapport à 2020** (année qui était déjà excellente), explique l'analyste DDM. Pour les seules fusions acquisition à fin octobre 2021). Le total se monterait à 35,5 milliards de dollars (11,6 pour tout 2020)

**Rien que sur le 3e trimestre calendaire, DDM a recensé 150 opérations pour un total de 9 milliards de dollars** (dont 85 opérations représentant 6,5 milliards de dollars pour les fusions/acquisitions) avec en point d'orgue le rachat de SpinX par Netmarble (2,2 milliards de dollars) et de Playdemic par Electronic Arts (pour 1,4 milliard) mais aussi l'entrée en bourse de Krafton (PUBG) qui a généré 4,4 milliards de dollars. Et ce après un superbe premier semestre 2021 qui avait vu 28,5 milliards de dollars en fusion/acquisitions et 24,5 milliards en investissements.

## Evolution des entrées en bourse dans le jeu vidéo dans le monde

*Source : DDM*

# JAMES BOND, PERMIS DE RÉUSSIR AU BOX-OFFICE

## Box office de la saga James Bond

| Titre | Date de sortie | Box Office Monde* | Entrée en France |
|---|---|---|---|
| James Bond contre Dr. No | 1962 | 511 338 397 | 4 772 547 |
| Bons Baisers de Russie | 1963 | 668 074 147 | 5 623 391 |
| Goldfinger | 1964 | 1 043 926 287 | 6 675 099 |
| Opération Tonnerre | 1965 | 1 161 430 514 | 5 734 842 |
| On ne vit que deux fois | 1967 | 865 738 670 | 4 489 249 |
| Au service secret de Sa Majesté | 1969 | 617 041 618 | 1 958 172 |
| Les diamants sont éternels | 1971 | 742 116 444 | 2 493 739 |
| Vivre et laisser mourir | 1973 | 944 201 391 | 3 053 913 |
| L'Homme au pistolet d'or | 1974 | 512 946 401 | 2 873 898 |
| L'Espion qui m'aimait | 1977 | 792 695 138 | 3 500 993 |
| Moonraker | 1979 | 750 536 367 | 3 171 274 |
| Rien que pour vos yeux | 1981 | 556 682 346 | 3 181 840 |
| Octopussy | 1983 | 487 765 436 | 2 944 481 |
| Dangereusement vôtre | 1985 | 366 979 483 | 2 423 306 |
| Tuer n'est pas jouer | 1987 | 436 092 528 | 1 978 347 |
| Permis de tuer | 1989 | 326 383 679 | 2 110 402 |
| GoldenEye | 1995 | 600 828 696 | 3 493 610 |
| Demain ne meurt jamais | 1997 | 559 529 013 | 3 435 210 |
| Le monde ne suffit pas | 1999 | 606 538 955 | 3 599 609 |
| Meurs un autre jour | 2002 | 656 754 063 | 4 015 654 |
| Casino Royale | 2006 | 763 799 295 | 3 179 519 |
| Quantum of Solace | 2008 | 705 316 078 | 3 715 301 |
| Skyfall | 2012 | 1 108 561 013 | 7 003 902 |
| 007 Spectre | 2015 | 962 730 772 | 4 978 710 |
| Mourir peut attendre | 2021 | 709 226 208** | 3 808 410** |
| **Total** | | **1 817 787 221**** | **94 215 418**** |

** Totaux ajustés selon l'indice des prix à la consommation.*
*** Chiffres au 17/11/2021*

*Source : Box Office Mojo / Wikipedia / The Numbers*

**Mourir peut attendre, le nouveau James Bond est digne de ses prédécesseurs.** Le dernier volet des aventures de James Bond avec Daniel Craig a réalisé un excellent démarrage partout dans le monde. Il s'agit globalement du quatrième meilleur démarrage pour un James Bond.

Il s'inscrit dans les dignes pas de ces héritiers qui ont été le plus souvent des blockbusters et notamment des derniers opus (Quantum of Solace et Spectre) qui avaient **atteint des niveaux comparables à ceux des épisodes cultes avec Sean Connery.**

par Érik Fontet

# « TOUT CONVERGE VERS L'ULTRA HAUTE DÉFINITION »

**Croissance soutenue du parc installé de téléviseurs Ultra HD 4K, augmentation du nombre de titres disponibles en Blu-ray 4K, déploiement de la haute résolution dans la musique… l'Ultra HD continue de tracer son sillon en France. Afin de faire le point sur les avancées et le déploiement de l'Ultra HD en France, nous avons interviewé Laurent Villaume, président de l'UHD Partners France.**

*L'UHD Partners France sur le salon Paris Audio Video Show 2021*

***Comment se porte le marché de l'Ultra HD 4K en France ?***

Le marché continue d'évoluer très positivement. Le parc installé de téléviseurs Ultra HD poursuit en effet sa croissance à un rythme soutenu pour ne pas dire explose, avec des ventes qui se concentrent sur les grandes tailles. On a ainsi aujourd'hui allégrement dépassé les 65% de foyers français équipés en TV Ultra HD. A noter côté lecteurs Blu-ray 4K, l'arrivée du fabricant français HDLand qui se lance dans l'UHD avec 2 lecteurs haut de gamme sous leur marque REAVON et rejoint l'association UHD Partners France. Autre bonne nouvelle, coté contenu cette fois-ci, l'offre de Blu-ray 4K disponible, bien qu'impactée par la crise sanitaire et la fermeture des salles de cinéma qui a privé le marché de nouveautés, ne cesse de s'étoffer avec l'arrivée de nouveaux acteurs, notamment des indépendants français comme Carlotta Films, Le Chat qui Fume, L'Atelier d'Images, The Jokers ou encore Potemkine. Des éditeurs qui investissent sur la 4K et réalisent un travail remarquable en remasterisant et rééditant de grands classiques du cinéma. Ils n'hésitent pas à prendre des risques. Le message est extrêmement fort. Une chose est sûre, cet accroissement constant de l'offre favorise clairement l'adoption du format. Le Blu-ray 4K est ainsi le seul support à s'être maintenu en 2020 avec une croissance de 2% en valeur, quand le marché de la vidéo physique affichait un recul de 27% (source : GfK Market Intelligence). Fin 2020, il représentait 5,5% des ventes en valeur du marché physique. Un chiffre qui a nettement augmenté début 2021. A fin septembre, les ventes de Blu-ray 4K représentaient en effet 7% du marché en valeur, avec un chiffre d'affaires en hausse de 19%. Incontestablement le physique n'est pas mort.

***Comment voyez-vous aujourd'hui l'avenir de l'Ultra HD ?***

L'Ultra HD est sur une dynamique très positive. Tous ces résultats ne font que retranscrire la forte appétence des consommateurs. Et sont le reflet de ce que j'ai pu constater lors du dernier salon Paris Audio Video Show, au cours duquel les fans de Hifi et de Home-cinéma sont venus en nombre. Un public extrêmement pointu qui possède un niveau de connaissance très élevé sur l'Ultra HD. Toutes les améliorations apportées par l'Ultra HD, tant au niveau de la résolution de l'image que de l'étendue des contrastes et du son haute résolution (24 bits et 96 KHz) digne de nos meilleures salles de cinéma, place le Blu-ray UHD 4K comme la meilleure source accessible pour le grand public dans les foyers qu'aucun fournisseur d'accès internet n'est capable d'égaler. C'est une vraie révolution technologique et nos consommateurs l'ont bien compris. En parlant du son, il y aujourd'hui une vraie opportunité à saisir pour l'industrie musicale, avec le regain d'intérêt des consommateurs pour un son de qualité. Et de nombreux acteurs, notamment les plateformes digitales, y sont particulièrement sensibles. Il y a également une prise de conscience du côté des fabricants. Preuve en est, la société française Audio XD vient de nous rejoindre au sein de l'UHD Partners France. Plus globalement, il y a une quête de qualité que ce soit dans le cinéma, la vidéo, le jeu vidéo, la musique…Tout converge vers l'Ultra Haute Définition, je ne peux que m'en réjouir.

***Comment l'UHD Partners entend poursuivre la promotion de l'Ultra HD 4K ?***

Nous sommes plus que jamais engagé aux côtés des éditeurs et des fabricants, pour accompagner le développement de l'écosystème Ultra HD, et soutenir son déploiement en France. Nous allons ainsi encore une fois poursuivre nos actions de communication en magasins, en collaboration avec les retailers, comme E.Leclerc et la Fnac, qui de fait jouent un rôle stratégique et essentiel que soit dans la mise en avant de l'offre en magasins mais également dans l'éducation des consommateurs. Nous n'entendons pas nous arrêter. C'est fondamental si l'on veut sensibiliser le grand public. Nous continuerons bien évidemment également à prendre la parole lors de manifestations importantes comme ce fut le cas fin octobre lors du salon Paris Audio Vidéo Show 2021 où nous avons distribué plus de 5 000 Blu-ray 4K. Sans oublier, la tenue de notre 8e grande conférence annuelle dédiée à l'Ultra HD et ses enjeux, en présence de nombreuses personnalités et intervenants. ■

4K ULTRA HD™

# L' UHD : plus qu'une passion, une explosion !

## IMAGE
= 20 FOIS LA QUALITÉ DVD

## COULEURS
20 MILLIONS DE COULEURS

## SON
DOLBY ATMOS®

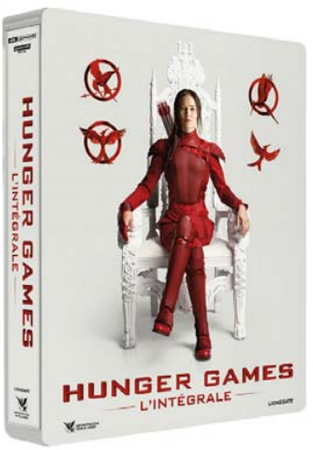
4K with HDR
TV 4K
(FILM MAKER MODE)
+
CÂBLE HDMI 2.0
(TRÈS HAUT DÉBIT)
+
LECTEUR BLU-RAY UHD
(COMPATIBLE CD/DVD/BLU-RAY)
+

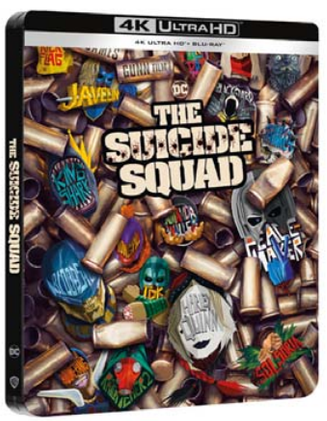
© DC COMICS Tous droits réservés. WONDER WOMAN et tous les personnages, noms et lieux cités sont des marques déposées de et © DC. © 2020 Warner Bros. Entertainment Inc.
Tous droits réservés. HARRY POTTER et tous les personnages, noms et lieux cités sont des marques déposées de © Warner Bros. Entertainment Inc.
et Harry Potter Publishing Rights © J.K.R. LE MONDE DES SORCIERS TM & © Warner Bros. Entertainment Inc. Tous droits réservés.
© 2020 WBEI. Tous droits réservés. Games of Thrones © 2020 Home Box Office. Tous droits réservés.007 and related James Bond trademarks © 1962-2016 Danjaq, LLC and United Artists Corporation. All rights reserved.
LE HOBBIT, les noms des personnages, des objets, des événements et des lieux sont des marques déposées de The Saul Zaentz Company d/b/a Middle-earth Enterprises under license to New Line Productions, Inc.

DOLBY
ECLAIR DIGITAL SERVICES
EUROPACORP HOME ENTERTAINMENT
GAUMONT VIDEO
LCJ
LG ELECTRONICS
MEDIA INDUSTRY
METROPOLITAN FILMEXPORT
MICROSOFT
MPO
PANASONIC
PARAMOUNT
PATHE FILMS
PHILIPS
PLAYSTATION
REAVON
SAMSUNG
SILVER WAY MEDIA
SND
SONOPRESS
SONY ELECTRONICS
SONY INTERACTIVE ENTERTAINMENT
SONY PICTURES HOME ENTERTAINMENT
STUDIOCANAL
TCL
TF1 STUDIO
THE WALT DISNEY COMPANY FRANCE
TP VISION
UNIVERSAL
WARNER BROS
WILD SIDE VIDEO
XBOX

UHD Partners™ Ultra Haute Définition FRANCE

# LA BLU-RAY DISC ASSOCIATION : UN SOUTIEN RÉAFFIRMÉ À L'ULTRA HD




**Engagée de longue date dans la promotion et le développement de l'Ultra HD 4K et du Blu-ray, la Blu-ray Disc Association entend continuer à soutenir activement le développement et la promotion du format. Et ce, pendant encore longtemps. Entretien avec Victor Matsuda, Président de la Blu-ray Disc Association.**

***Comment la crise du Covid-19 a-t-elle affecté le marché des Blu-ray 4K et Blu-ray, et les activités de la Blu-ray Disc Association ?***

La crise sanitaire du Covid-19 a eu un impact énorme sur les ventes de Blu-ray UHD et Blu-ray. Beaucoup de consommateurs espéraient pouvoir regarder les dernières sorties sur nos formats, mais malheureusement les nouvelles sorties de titres ont été très rares durant cette période, en raison de la fermeture des cinémas. Les ventes de nouveautés sont aussi proportionnellement plus importantes chez les grandes surfaces spécialisées, et l'impact du Covid sur les retailers a donc également été un vrai défi. Cela étant dit, nous avons vu les habitudes des consommateurs changer bien avant l'arrivée du Covid avec la prolifération des nouveaux services, nouveaux médias etc....et la Blu-ray Disc Association (BDA) avait déjà anticipé cette transition bien avant le Covid.

***Quels changements avez-vous mis en œuvre et en quoi ont-ils modifiés les activités de la BDA et le soutien des formats ?***

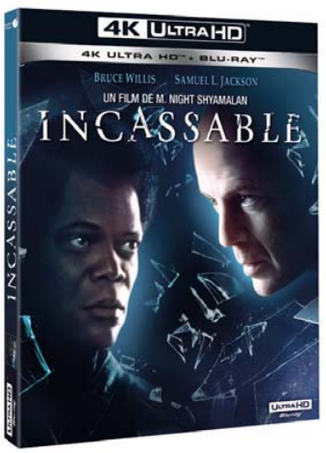
Par exemple, après avoir achevé les travaux sur le Blu-ray Ultra HD, nous sommes toujours à l'affut des nouvelles technologies, même si nos équipes techniques n'étudient actuellement aucune autre technologie. Ceci dit, nous travaillons sur les licences, sur la conformité et la mise en application de la loi et continuons d'être très actifs. Actuellement, la BDA est solidement composée d'environ 50 sociétés membres, incluant les principaux constructeurs d'électronique grand public et studios. En ce qui concerne les récentes tendances des licences Blu-ray, comme nous pouvons le voir sur le marché, il y a une consolidation du côté du hardware, mais nous connaissons actuellement une augmentation de 5% du nombre de licenciés du côté des propriétaires de contenus. Il est d'ailleurs intéressant de voir qu'il existe un équilibre entre les nouveaux titulaires de licences dans les pays où les services directs aux consommateurs n'ont pas proliféré aussi vite que dans d'autres pays, et les nouveaux licenciés des pays avec des offres directes aux consommateurs très dynamiques. Durant cette période de Covid, nous avons par ailleurs continué à gérer la sortie des nouveaux modèles et sommes restés très actifs pour nous assurer que tous les produits utilisant nos logos étaient conformes.

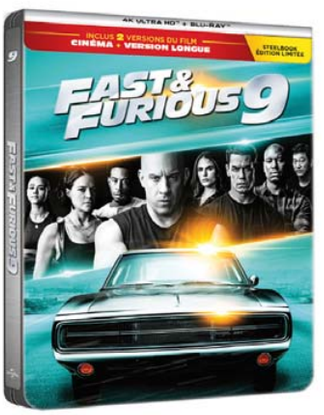
Aujourd'hui, le comité de promotion des formats continue de soutenir activement les efforts marketing et de ventes des sociétés membres. Nous avons ainsi notamment soutenu les récents efforts de l'UHD Partners France lors du salon Paris Audio Video Show, et évidemment à l'occasion de la Conférence annuelle de l'association à l'Elysées Biarritz, qui est devenue au fil des années le rendez-vous incontournable de la profession.

***Prévoyez-vous de poursuivre ces activités et de prendre en charge les formats ?***

Bien sûr ! Nous ajusterons nos activités si nécessaires, mais notre plan fondamental est de soutenir le format pendant encore longtemps. A vrai dire, nos plans sont parfaitement en phase avec certaines annonces de l'industrie que j'ai vues récemment. Par exemple, la création de la

par Érik Fontet



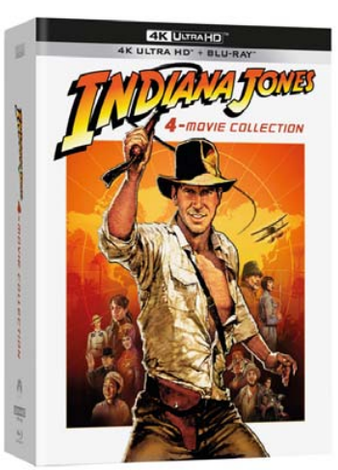


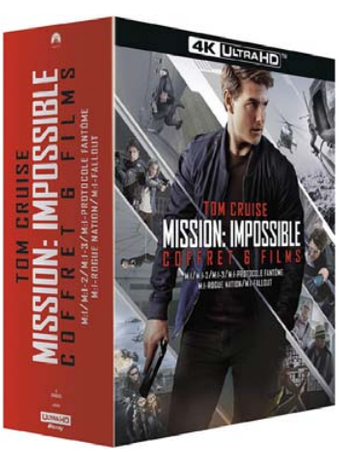
joint-venture entre Universal Pictures et Warner Bros pour leur activité de distribution de supports physiques, annoncée en janvier 2020, porte sur une durée de 10 ans. Je pense que cette annonce d'Universal-Warner est un autre exemple d'entreprises qui s'adaptent aux avancées technologiques et à l'évolution des habitudes de consommations des médias, mais prévoient de prendre en charge les Blu-ray UHD et Blu-ray pendant encore de nombreuses années.

***Face aux progrès constants de la technologie et le nombre croissant d'options de ventes directes aux consommateurs, quels sont les avantages du Blu-ray UHD ?***

Les films proposés en Blu-ray 4K et Blu-ray continuent d'avoir de nombreux atouts par rapport aux autres formes de produits. Ils offrent une qualité d'image et de son incomparable, tout en répondant à un besoin de possession et de collection réelle des œuvres (contrairement aux produits basés sur le cloud). La vente de livres ne s'est pas arrêtée face aux tablettes et autres liseuses, au contraire. Les studios réalisent par ailleurs un travail éditorial remarquable, tant au niveau des films en eux-mêmes, que des suppléments ou des éditions proposées avec des éditions Steelbook et autres collectors. Je pense qu'il est également important de noter que même dans les pays où les studios lancent des plateformes de streaming et d'autres services directs aux consommateurs, ils continuent aussi de commercialiser des Blu-ray Ultra HD. Ces nombreux avantages et particularités continuent également d'être mis en avant par les studios. Dans un récent article de Stephanie Prange pour MediaPlayNews, Kathleen, Gallagher, Executive Vice President of Global Physical Home Entertainment d'Universal Pictures Home Entertainment, a ainsi noté qu'*« Il y a une croissance substantielle de l'offre de disques premium telles que les Blu-ray 4K, les Steelbook et les éditions collector, que ce soit pour les nouveautés ou les titres de catalogue. Il existe de fait un noyau dur de fans qui continue d'accorder une grande importance au fait de posséder son Blu-ray dans sa vidéothèque. Ils sont à la recherche d'éditions collector, de films du patrimoine qui se démarquent par l'image et le son incroyable offerts »*. D'autant plus en France quand on connait l'importance du cinéma francais, ce que vous appelez « l'exception culturelle française ». De son côté Bob Buchi, Président monde de Paramount Home Entertainment a déclaré : *« Chaque année, de plus en plus consommateurs reconnaissent que l'Ultra HD 4K offre la meilleure expérience de spectacle à domicile, à la fois pour les nouveautés films et pour les classiques en tout genre. Nous avons continué de voir les ventes de Blu-ray 4K grimper pour chacune de nous nouvelles sorties, le succès le plus récent étant Sans un Bruit 2, pour lequel le Blu-ray 4K a représenté près de 20% des ventes totales »*. ■

> *« Le nombre de licenciés du côté des propriétaires de contenus a augmenté de 5% »*



# BLU-RAY UHD 4K : CROISSANCE SOUTENUE DE L'OFFRE

L'Ultra HD 4K gagne du terrain en France. La courbe des ventes de Blu-ray 4K est en effet en forte progression (+19% à fin septembre, source : GfK) sur un marché du physique en retrait, avec une part du Blu-ray 4K dans les ventes de certains titres en forte hausse. Si les ventes restent "drivées" par la nouveauté et en particulier par les films dont le genre se prête parfaitement à la 4K, les films de patrimoine affichent également de très belles performances. Ce qui pousse aujourd'hui l'ensemble des grands studios mais également bon nombre d'éditeurs indépendants à investir pour accélérer son développement. A fin septembre, un peu plus de 900 références actives étaient ainsi comptabilisées dans la base GfK Market Intelligence. Passage en revue des principaux Blu-ray Ultra HD 4K à venir.

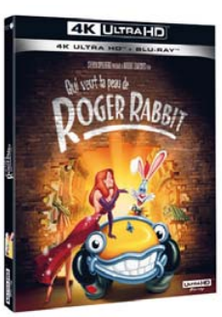
## THE WALT DISNEY COMPANY FRANCE

*« Notre objectif sur le format est de proposer un maximum de titre, en nous concentrant sur les films à fort potentiel où la valeur ajoutée de la 4K est indéniable. Nous avons ainsi donné la priorité depuis le lancement aux films d'actions (Marvel et Star Wars en tête) et aux films live-action produits par les studios Disney,* explique David Lamoine, directeur Home Entertainment France & Benelux de The Walt Disney Company. *Des titres pour lesquels la part des ventes de Blu-ray 4K est en forte augmentation. Les ventes de Blu-ray 4K représentent en effet désormais plus de 30% des ventes Blu-ray sur certains films porteurs. Il y a une réelle montée en puissance du format ».* De fait, l'éditeur va poursuivre sur sa lancée dans les prochains mois avec la sortie d'une grande majorité de ses nouveautés live-action en 4K. *« A noter que courant décembre, nous allons également éditer pour la première en Blu-ray 4K deux films iconiques des studios : Qui veut la Peau de Roger Rabbit ? de Robert Zemeckis et Incassable de M. Nigth Shyamalan. L'idée étant de sortir petit à petit ce type de films,* fait savoir David Lamoine. *En revanche, pour ce qui de l'animation, sur laquelle la demande reste encore faible, aucune sortie n'est pour l'instant prévue. »*

■ **Nombre de titres sortis en Blu-ray 4K :** 93 titres à fin octobre

■ **Meilleure vente :** Avengers : Endgame (42 000 unités écoulées au cumule des éditions)

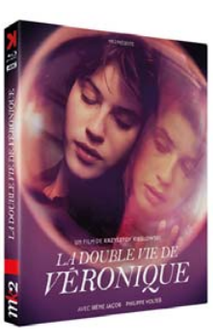
■ **Line-up Blu-ray 4K déjà programmé :**
- Black Widow – 12 novembre 2021
- Ant-Man – 3 décembre 2021
- Avengers : L'Ere d'Ultron – 3 décembre 2021
- Avengers : Infinity Wars – 3 décembre 2021
- Avengers : Endgame – 3 décembre 2021
- Iran Man 2 – 3 décembre 2021
- Captain America 2 : Le Soldat de l'Hiver – 3 décembre 2021
- Les Gardiens de la Galaxie vol. 2 – 3 décembre 2021
- Thor : Le Monde des Ténèbres – 3 décembre 2021
- Jungle Cruise – 3 décembre 2021
- Free Guy – 10 décembre 2021
- Incassable – 10 décembre 2021
- Qui Veut la Peau de Roger Rabbit ? – 10 décembre 2021
- Shang-Chi et la Légende des Dix Anneaux – 14 février 2022
- Le Dernier Duel – Février 2022
- La Proie d'une Ombre – Courant 2022
- Les Eternels – Courant 2022
- West Side Story – Courant 2022
- The King's Man : Première Mission – Courant 2022




## POTEMKINE FILMS

Potemkine franchit le pas de la 4K avec la sortie le 7 décembre de ses deux premiers Blu-ray 4K : La trilogie Trois Couleurs Bleu, Blanc, Rouge (sortie en 1993-1994) et La Double Vie de Véronique (1991) de Krzysztof Kieślowski, dans des éditions avec Dolby Vision, HDR10 et Dolby Atmos.

■ **Line-up Blu-ray UHD 4K déjà programmé :**
- La Double Vie de Véronique - 7 décembre 2021 (34,99 euros)
- Trois Couleurs : Bleu, Blanc, Rouge - 7 décembre (79,99 euros)



par Érik Fontet

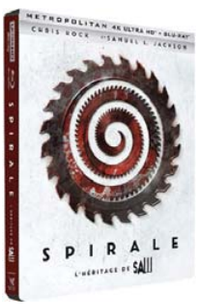
# METROPOLITAN FILM & VIDÉO

Metropolitan a une double approche sur le Blu-ray UHD 4K : d'un côté proposer le maximum de nouveautés sur le format et de l'autre rééditer les titres phares de son catalogue et notamment ses grandes franchises. Ainsi après avoir sorti avec succès en décembre 2020 la trilogie du Seigneur des Anneaux et la trilogie John Wick ou plus récemment le premier volet de la saga Saw (juin) et Blade (septembre), l'éditeur sortira dans les prochains mois une intégrale 6 films Resident Evil (décembre) et une intégrale 4 films Hunger Games (2022).

■ **Nombre de titres sortis en Blu-ray 4K :** 30 dont 18 nouveautés cinéma et 12 films de catalogues.

■ **Meilleures ventes :** La trilogie du Seigneur des Anneaux et John Wick 3 (coffret + éd. Simple) avec 10 000 exemplaires vendus pour chacun (source : GfK)

■ **Line-up Blu-ray 4K déjà programmé :**
- Hitman & Bodyguard 2 – 2 novembre 2021 (29,99 euros)
- Désigné Coupable – 22 novembre 2021 (29,99 euros)
- Spirale : l'Héritage de Saw – 22 novembre 2021 (29,99 euros)
- Intégrale Resident Evil 6 films – 8 décembre 2021 (99,99 euros)
- Intégrale Hunger Games 4 films – Mars 2022




# LE CHAT QUI FUME

Le Chat qui Fume, qui a pris le parti, l'an dernier, d'abandonner le DVD pour se concentrer sur la haute définition et l'ultra haute définition, a déjà édité 6 films en UHD 4K, parmi lesquels La Rose Écorchée de Claude Mulot (juin 2019), Gwendoline de Just Jaeckin (juin 2020) ou encore Les Trois Visages de la Peur de Mario Bava (mars 2021). Et il ne compte pas s'arrêter en si bon chemin. Viennent ainsi de sortir fin novembre, dans des éditions Blu-ray 4K limitées (1 000 ex.), Link de Richard Franklin et Blue Sunshine de Jeff Lieberman, mais également Bayan Ko de Lino Brocka, entièrement restauré en 4K par l'éditeur à partir des négatifs image et son originaux. *« Sur 2022, nous prévoyons d'éditer entre 6 et 7 nouveaux UHD dont bientôt La Balance de Bob Swaim et Les Fauves de Jean-Louis Daniel »*, annonce Stéphane Bouyer, co-fondateur du Chat qui Fume.

■ **Nombre de titres sortis en Blu-ray 4K :** 6

■ **Meilleure vente :** Possession d'Andrzej Zulawski (2 000 ex. vendus en 12 jours)

■ **Line-up Blu-ray 4K déjà programmé :**
- Link – Fin novembre 2021
- Blue Sunshine – Fin novembre 2021
- Bayan Ko – Fin novembre 2021
- Les Fauves – Fin janvier 2022
- La Balance – Fin janvier 2022

# STUDIOCANAL

Depuis fin 2017 et la sortie de son premier Blu-ray 4K (Terminator 2), Studiocanal s'est évertué à accompagner et à soutenir le développement du marché Ultra HD, en rééditant sur le format une large sélection de films culte de son catalogue, entièrement restaurés en 4K, parmi lesquels Voyage au Bout de l'Enfer, La Haine, Basic Instinct ou plus récemment Hurlements de Joe Dante (sorti le 27 octobre 2021). *« Jusqu'à présent, nous avons principalement travaillé sur la restauration avec 28 films de catalogue déjà sorti en Blu-ray 4K, pour seulement 3 nouveautés cinéma (Paddington 2, The Passenger et Sang Froid),* confie François Leclerc, responsable commercial de l'éditeur. *Nous avons aujourd'hui décidé de passer un nouveau cap en sortant sur le format nos deux premiers films français, Bac Nord et Boîte Noire, deux très beaux succès en salles. C'est une grande première pour nous qui marque notre volonté d'aller sur la nouveauté, dès qu'il y a une réelle appétence »*. En parallèle, Studiocanal entend poursuivre le travail déjà engagé sur son catalogue. *« Le 8 décembre est ainsi notamment prévue une magnifique édition collector limitée Blu-ray 4K + Blu-ray de Mulholland Drive, célébrant le 20e anniversaire du film,* annonce François Leclerc. *Le film y est présenté dans une toute nouvelle restauration 4K, supervisée par David Lynch en personne, et accompagné d'un nouveau visuel exclusif créé par l'artiste Krzysztof Domaradzi. Nous préparons également pour le 2e trimestre 2022, la sortie dans notre collection Make My Day, d'un hors-série en UHD 4K ».*

■ **Nombre de titres sortis en Blu-ray 4K** : 31

■ **Meilleure vente :** Basic Instinct (4 000 éditions Steelbook Blu-ray 4K + Blu-ray vendues à 8 semaines)

■ **Line-up Blu-ray 4K déjà programmé :**
- Le Journal de Bridget Jones – 17 novembre 2021 (24,99 euros)
- Mulholland Drive – 8 décembre 2021 (39,99 euros)
- Terminator 2 (édition Steelbook)– 8 décembre 2021 (29,99 euros)
- Terminator 2 (édition collector vinyle) – 8 décembre 2021 (59,99 euros)
- Bac Nord – 18 décembre 2021 (24,99 euros)
- Boîte Noire – 12 janvier 2022 (24,99 euros)

# UNIVERSAL PICTURES VIDÉO

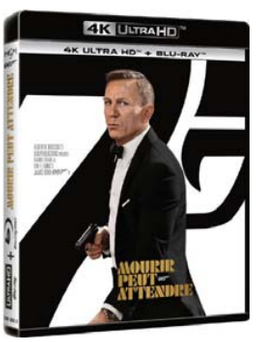
Très prolifique en matière de Blu-ray Ultra HD 4K, et ce depuis le lancement, Universal Pictures vidéo continue de soutenir activement le format. *« Il y a une vraie volonté du studio de pousser le support,* fait savoir Eric Legay, directeur marketing et commercial de l'éditeur. *Nous continuons ainsi à appliquer la même stratégie qu'au lancement, en sortant d'un côté tous nos blockbusters en Blu-ray 4K ainsi qu'un grand nombre de titres intermédiaires sur lesquels la 4K fait sens, et en rééditant les grands classiques du studio. Nous sortons ainsi régulièrement de nouveaux films culte en Blu-ray 4K au rythme des restaurations du studio. Titres pour lesquels nous essayons de proposer à chaque fois le meilleur de l'image et du son (HDR10, Dolby Vision, Dolby Atmos…) et de les accompagner dès que possible d'éditions Steelbook à l'image de The Thing de John Carpenter, Inglourious Basterds ou encore L'impasse de Brian de Palma sortis récemment. De fait, il y a une vraie attente des consommateurs. On est sur un marché de fans connaisseurs très équipés. Et les résultats sont plus que convaincants. Sur la nouveauté on dépasse régulièrement les 10 000 pièces vendues, quand sur les films de catalogue on est entre 3 000 et 5 000 pièces ».* De nombreuses sorties en Blu-ray 4k sont ainsi d'ores et déjà programmées sur 2022, parmi lesquels de nouveaux classiques d'Alfred Hitchcock et Universal Monsters. *« A noter également, la réédition le 1er décembre chez TF1 Studio de Cinema Paradiso de Giuseppe Tornatore dans une édition Blu-ray 4K collector. Nous travaillons sur d'autres long-métrages de leur catalogue »*, fait savoir Eric Legay.

■ **Nombre de titres sortis en Blu-ray 4K :** Entre 60 et 80

■ **Meilleure vente :** 1917 de Sam Mendes (12 500 unités vendues)

■ **Line-up Blu-ray 4K déjà programmé :**

- Les Croods 2 – Une Nouvelle Ere – 7 novembre 2021 (24,99 euros)
- Fast & Furious 9 – 17 novembre 2021 (29,99 euros)
- Old – 24 novembre 2021 (24,99 euros)
- Cinema Paradiso – 1er décembre 2021 (24,99 euros)
- American Nightmare 5 : Sans Limites – 8 décembre 2021 (24,99 euros)
- Halloween – 15 décembre 2021 (34,99 euros)
- Baby Boss 2 : Une Affaire de Famille – 18 décembre 2021 (24,99 euros)
- Stillwater – 26 janvier 2022
- Mourir Peut Attendre – Février 2022 (29,99 euros)
- La Famille Adams 2 : Une Virée d'Enfer – Courant 2022
- Halloween Kills – Courant 2022
- Last Night In Soho – Courant 2022
- House of Gucci – Courant 2022
- Tous en Scène 2 – Courant 2022
- Duel – Courant 2022
- 8 Mile – Courant 2022
- La Fille de Frankenstein – Courant 2022
- L'Etrange Créature du Lac Noir – Courant 2022
- Le Fantôme de l'Opéra – Courant 2022
- La Momie de 1932 – Courant 2022
- La Corde d'Alfred Hitchcock – Courant 2022
- Cinquième Colonne (Saboteur) d'Alfred Hitchcock – Courant 2022
- L'Ombre d'un Doute d'Alfred Hitchcock – Courant 2022
- E.T., L'Extra-Terrestre (édition 40e anniversaire) – Courant 2022
- Monty Python : Le Sens de la Vie – Courant 2022
- Downton Abbey – le film – Courant 2022
- Du Silence et des Ombres – Courant 2022




*visuel non contractel*

# WARNER BROS. ENTERTAINMENT

Avec environ 90 titres (et non références) sortis en Blu-ray 4K depuis le lancement du format, Warner Bros. Entertainment est sans conteste l'un des éditeurs les plus prolifiques sur la 4K. De fait, l'éditeur sort aujourd'hui la majorité de ses nouveautés sur le format ainsi qu'un grand nombre de rééditions de grands classiques et films culte de son catalogue qui ont marqué l'histoire de la Warner au fil du temps, en les travaillant la plupart du temps en éditions ultra collector ou dans des éditions Steelbook premium. A cela s'ajoute une large offre de coffrets Blu-ray 4K, notamment sur ses grandes franchises (Harry Potter, Le Seigneur des Anneaux, Le Hobbit, Game of Thrones …). Sur cette fin d'année, on retrouvera ainsi notamment une édition Steelbook de The Suicide Squad mais également une édition collector limitée de Citizen Kane d'Orson Wells, regroupant les versions Blu-ray 4K et Blu-ray du film ainsi que 3 livrets (dont l'un avec le programme souvenir de la première du film et un autre avec les reproductions d'articles de presse sur le film), une affiche du film recto/verso et un jeu de photos. Suivra le 26 janvier 2022 Dune de Denis Villeneuve qui sera notamment disponible dans un coffret collector spécial Fnac ainsi que dans 3 éditions Steelbook spécifiques enseignes.

■ **Nombre de titres sortis en Blu-ray 4K :** Environ 90 titres sortis depuis le lancement du format

■ **Meilleure vente :** Dunkerque de Christopher Nolan (40 000 unités vendues au cumule de toutes les éditions singles et coffrets)

■ **Line-up Blu-ray 4K déjà programmé :**

- Space Jam – Nouvelle Ère – 24 novembre 2021 (29,99 euros)
- The Suicide Squad – 1er décembre 2021 (29,99 euros)
- Citizen Kane – 15 décembre 2021 (39,99 euros)
- Reminiscene – 23 décembre 2021 (24,99 euros)
- Dune – 26 janvier 2022 (29,99 euros)

par Érik Fontet

# ESC DISTRIBUTION

ESC Distribution accélère sur la 4K. *« Sur 2022, nous prévoyons de sortir entre 50 à 70 titres en Blu-ray 4K, tous éditeurs distribués confondus,* annonce Stéphane André, directeur commercial et opérations d'ESC Distribution. *Il y a de fait une vraie volonté des studios, que ce soit Paramount Pictures ou Sony Pictures, de pousser le format. Entre nouveautés et rééditions, 3 à 4 sorties sont ainsi prévues chaque mois ».* Côté nouveautés, sont ainsi d'ores et déjà annoncés en Blu-ray 4K en février, Eiffel de Martin Bourboulon (chez Pathé) et Venom : Let There Be Carnage d'Andy Serkis (chez SPHE). Pour ce qui est du catalogue, le distributeur prévoit notamment de réactiver le catalogue de Miramax avec tous ses pépites (Kill Bill 1 & 2, Pulp Fiction, Jackie Brown, Aviator…) qui vont ressortir progressivement tout le long de l'année.

■ **Nombre de titres sortis en Blu-ray 4K :** 180 références 4K au catalogue

■ **Meilleure vente :** coffret intégrale Indiana Jones

■ **Line-up Blu-ray 4K déjà programmé :**

- Scream – 1er décembre 2021 (24,99 euros)
- Les Dix Commandements – 1er décembre 2021 (39,99 euros)
- Eiffel – 16 février 2022
- Venom : Let There Be Carnage – 23 février 2022
- La maison Près du Cimetière – Avril 2022 (39,99 euros)
- Das Boot (édition 40e anniversaire) – Courant 2022
- Kill Bill 1 & 2 – Courant 2022
- Jackie Brown – Courant 2022
- Pulp Fiction – Courant 2022
- Monthy Python, Sacré Graal – Courant 2022
- Monthy Python, La Vie de Brian – Courant 2022
- Aviator – Courant 2022
- Taxi Driver (édition 45e anniversaire) – Courant 2022
- Métal Hurlant (édition 40e anniversaire) – Courant 2022
- Lawrence d'Arabie (édition 60e anniversaire) – Courant 2022

# ESC EDITIONS

Premier éditeur indépendant à s'être lancé sur le format en France avec la sortie en Blu-ray 4K du documentaire MTB Heroes – Gobi Desert en mai 2016, ESC Editions entend passer un nouveau cap en 2022. Après avoir sorti sur le format en 2019 Zombie de George A. Romero (avant de le réactivé fin septembre dernier) et Halloween – La Nuit des Masques de John Carpenter, l'éditeur prépare ainsi la sortie en avril 2022 de La Maison Près du Cimetière de Lucio Fulci dans une édition limitée Blu-ray 4K + Blu-ray + livret rédigé par Marc Toullec. *« D'autres films, encore en cours de négociation, sont prévus sur l'année,* indique Emmanuel Grésèque, directeur marketing d'ESC Editions. *Nous allons de fait engagé une vraie politique de développement sur le format pour 2022 ».*

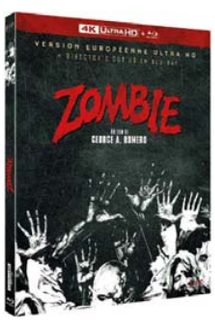
■ **Nombre de titres sortis en Blu-ray 4K :** 3

■ **Meilleure vente :** Zombie de George A. Romero (1 500 unités vendues)

■ **Line-up Blu-ray UHD 4K déjà programmé :**

- La maison Près du Cimetière (édition limitée Blu-ray 4K + Blu-ray + Livret)
- Avril 2022 (39,99 euros).

*visuel non contractel*




# L'ATELIER D'IMAGES

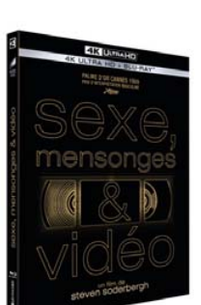
Après Evil Dead de Sam Raimi (janvier 2020), L'Anglais de Steven Soderbergh (janvier 2021) et Le Loup-garou de Londres de John Landis (août 2021), L'Atelier d'Images accélèrera en 2022 avec les sorties d'ores et déjà programmées de 5 nouveaux titres en Blu-ray 4K. On retrouvera ainsi notamment sur le début d'année Sexe, Mensonges et Vidéo de Steven Soderbergh, Mort ou Vif de Sam Raimi et Pitch Black de David Twohy.

■ **Nombre de titres sortis en Blu-ray 4K :** 3

■ **Meilleure vente :** Evil Dead (2 500 unités vendues éditions prestige et unitaire confondues)

■ **Line-up Blu-ray 4K déjà programmé** :

- Sexe, Mensonges et Vidéo – Février 2022 (24,99 euros)
- Mort ou Vif - Mars 2022 (24,99 euros)
- Pitch Black - Courant 2022 (24,99 euros)
- First Reformed (Sur le Chemin de la Rédemption) - Courant 2022
- C'est Arrivé Près de Chez Vous - Courant 2022




*visuels non contractels*

# FNAC DARTY : UN LEADER QUI VOIT LA TV EN GRAND

La TV est un secteur stratégique pour un groupe leader du marché comme Fnac Darty. La période cruciale de fin d'année est l'occasion pour ses deux enseignes de mettre l'accent sur les grandes tailles de TV et les nouvelles technologies en magasin. **Laurent Darrieutort, directeur électronique grand public et téléphonie de Fnac Darty** revient pour Multimédia à la Une sur la façon d'aborder cette période clé.

***Comment un groupe comme Fnac Darty se prépare-t-il à cette période stratégique de fin d'année ?***

Précisons d'abord que le secteur de la TV demeure particulièrement important pour un groupe leader comme Fnac Darty et de loin. Depuis deux ans, nous avons connu une activité très soutenue puisque la crise du Covid a redonné un fort intérêt aux produits de divertissement à la maison, la TV étant l'une des catégories majeures du secteur. Nous avons donc connu une dynamique très forte sur la TV. Il y a eu des tensions sur les stocks. Aujourd'hui, tout cela est derrière nous grâce à une gestion bien régulée via à un plan d'action mis en place avec nos partenaires constructeurs. Et aujourd'hui sur nos 250 références, notre taux de disponibilité est proche de 100% (le taux de disponibilité fluctue entre 96 et 98 %).

***Quelle est votre priorité sur cette fin d'année sur la TV ?***

Cette année, nous avons a un plan d'action centré sur les TV de grandes tailles et les nouvelles technologies Oled et Qled. Le 65 pouces et plus ne cesse de progresser sur le marché dans son ensemble, mais plus encore chez Fnac Darty. Au global, on s'attend à une progression du marché en valeur de 15%, et plus encore au sein de la catégorie des grandes tailles (chiffre à compléter). Cette progression est donc le fruit de la croissance sur les grandes tailles et les nouvelles technologies, deux segments premiums en pleine croissance. On assiste à une baisse des volumes mais à une croissance en valeur. Les produits premiums sont en effet devenus plus accessible en prix. L'Oled est ainsi en pleine croissance. La technologie est devenue beaucoup plus accessible puisqu'on retrouve des modèles 65 pouces à moins de 1 500 euros. De même les très grande tailles vont également baisser en prix puisqu'on retrouvera pour le Black Friday et à Noël des TV Led en 86 pouces à moins de 1 600 euros. Tout cela entraine une évolution en profondeur du marché qui modifie notre approche en général, et en particulier en magasin. On a accentué la priorité mise sur ces deux segments en croissance et notamment en magasin. En effet si on retrouve plus de 250 à 300 références de TV sur nos sites internet, sur le point de vente, nous ne pouvons exposer qu'une cinquantaine de références triées sur le volet (55 à la Fnac, 90 chez Darty). C'est un assortiment premium et stratégique que nous élaborons en étroite collaboration avec les constructeurs pour proposer la meilleure offre possible.

***Avez-vous un exemple de cette priorité mise en magasin sur les grandes tailles ?***

On retrouvera en exclusivité chez Fnac Darty, le TV Neo Qled 8K Samsung dans son format 98 pouces. Commercialisé à 13 000 euros, il s'agit d'un produit exceptionnel. Mais ce n'est pas seulement un produit d'image, nous pensons vendre sans difficulté l'intégralité des produits qui nous seront livrés. Et au-delà, il s'agit bien de créer une part additionnelle d'activité avec ce modèle qui colle aux tendances du marchés. C'est avec ce type d'offre que nous arrivons à consolider nos positions d'année en année. Nous travaillons à une différenciation par l'innovation. Pour cela, nous travaillons en collaboration avec les marques à l'image des constructeurs coréens qui souhaitent consolider leur position sur le marché face aux concurrents chinois en se positionnant sur le haut de gamme, au détriment de marques plus anciennes de la TV.

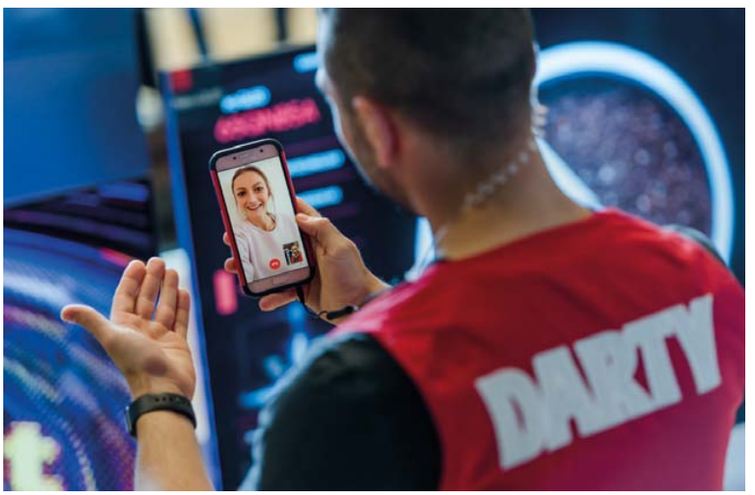
***Quel est l'état de la concurrence actuelle sur le marché de la TV ?***

Les marques historiques de la TV doivent être promotionnelles pour espérer garder leur position sur un marché de la TV ultra-concurrentiel. En téléphonie, on constate que les marques chinoises, déjà bien installées, sont en train de prendre les premières places du marché. Sur la TV, on a toujours deux acteurs coréens très forts qui ne veulent pas céder du terrain, et qui vont faire beaucoup d'efforts en terme de promotions pour capter des positions sur le très haut de gamme, sans doute au détriment des marques historiques.

***Quelles sont vos prévisions pour cette fin d'année ?***

Cette année 2021 est spéciale car on va certainement assister à un 1er semestre et un 2e semestre à égalité en valeur, alors qu'habituellement le second semestre pèse plus. On s'attend en effet à une très bonne fin d'année (NDLR : entretien réalisé le 12 novembre). Et cela alors que nous avons connu une fin d'année particulière en décembre dernier avec le décalage du black Friday et la réouverture de nos magasins en décembre. Néanmoins, la dynamique est bonne et nous pensons maintenir la croissance. Dans tous les cas, novembre devrait être un très bon mois pour la TV. Pour décembre, ce sera plus compliqué puisqu'on repasse sur l'historique du déconfinement de l'année dernière. Mais nous restons très confiants pour notre activité sur la fin d'année.

par Yoan Langlais




***Comment allez-vous procéder ?***

Pour atteindre cet objectif ambitieux de fin d'année, Fnac Darty n'entend rien laisser passer. Il y aura évidemment de l'agressivité sur ce marché. Pour y répondre, nous avons de belles offres élaborées depuis 4 mois. Ce qui nous permet d'avoir un plan d'action très complet de mise en avant autour des offres de Black Friday et de Noël. De plus, nous sommes en veille au quotidien sur le marché. On se donne la possibilité de réagir à l'instant T si nécessaire face aux offres concurrentes. Enfin, pour le mois de décembre, nous aurons un plan d'animation complémentaire qui ira au-delà du Black Friday avec un plan spécifique d'opérations de Noël avec un nombre de références beaucoup plus important (près du double comparé aux offres du Black Friday). Ce sera une première. Au Black Friday, on anime fort mais sur un nombre de référence limitée. Car historiquement, Fnac Darty est un lieu de visite en magasin très fort en décembre qui fait de nous une destination cadeaux privilégiée.

> *« On retrouvera en exclusivité chez Fnac Darty, le TV Neo Qled 8K Samsung dans son format 98 pouces »*

***Comment voyez-vous l'évolution du marché de la TV ?***

Parmi les évolutions importantes du marché de la TV, la 8K reste aujourd'hui un marché de niche. Comme toujours, la question du manque de contenu disponible en 8K natif est un frein. Il faut attendre l'arrivée des premières offres conséquentes autour notamment des chaînes de sports pour espérer un décollage. Si aujourd'hui le contenu est tourné en 8K, il n'est pas encore disponible pour le grand public. On le sait, la clé sera la diffusion en broadcast en 8K. Mais déjà l'offre TV est là et bon nombre d'acheteurs ont déjà intégré ce futur format. Et pour aider à dynamiser le secteur sur cette fin d'année, nous aurons de nombreuses promotions très importantes qui encourageront les consommateurs à passer le pas sur cette fin d'année.

Autre évolution, le gaming est devenu un critère qui compte dans l'achat d'une TV 4K. Les deux technologies Qled et Oled se sont emparées du thème car les constructeurs ont bien compris l'intérêt stratégique du gaming. C'est devenu une spécification technique obligatoire pour un téléviseur haut de gamme avec l'arrivée des nouvelles consoles, l'adoption du HDMI 2.1 et l'intégration du mode jeu dans la majorité des téléviseurs haut de gamme (VRR, ALLM). Le consommateur a des exigences que nous avons intégré dans notre sélection. Et au-delà pour 2022, on peut s'attendre à de nombreuses nouveautés dans le domaine avec de nouveaux services online. Ce sera un axe stratégique dans le domaine de la Smart TV.

***Quelle est la place de l'audio-vidéo ?***

On a pu constater un regain d'intérêt pour le lecteur physique (DVD, Blu-ray et Blu-ray 4K) avec le Covid, comme 2e équipement pour une chambre ou une résidence secondaire. C'est une solution facile pour donner un accès à un large contenu de qualité sur des téléviseurs souvent non connectés. Plus généralement, on retrouve également chez Fnac Darty une clientèle qui recherche le meilleur en termes d'expérience Home Cinéma sur des produits très haut de gamme. Celle-ci s'équipe avec ce qui se fait de mieux, avec des lecteurs vendus autour de 1 000 euros en moyenne. Toutes les grandes marques sont présentes et dans un magasin Fnac parisien, on compte en moyenne une douzaine de références. Il existe une véritable demande pour du contenu de très grande qualité qu'offre le support physique et notamment le Blu-ray 4K. Et c'est le rôle d'un spécialiste comme Fnac Darty d'y répondre.

***Quelles sont les nouveautés en termes de service ?***

Nous avons créé notre nouveau service de visio vendeur (cf encadré) accessible depuis une plateforme web. On doit être désormais capable de conseiller nos clients en ligne comme nous le faisons en magasin. Cela mobilise beaucoup de nos ressources pour relever ce challenge. Enfin, comme je vous l'indiquais précédemment (cf. interview MM279), nous poursuivons dans notre stratégie d'événements online avec des « Livestreams » réguliers à l'image de celui qui aura lieu prochainement avec Philips sur la TV. Un nouvel outil qui nous permet de toucher une nouvelle clientèle et qui demeure un outil stratégique pour le groupe. ■

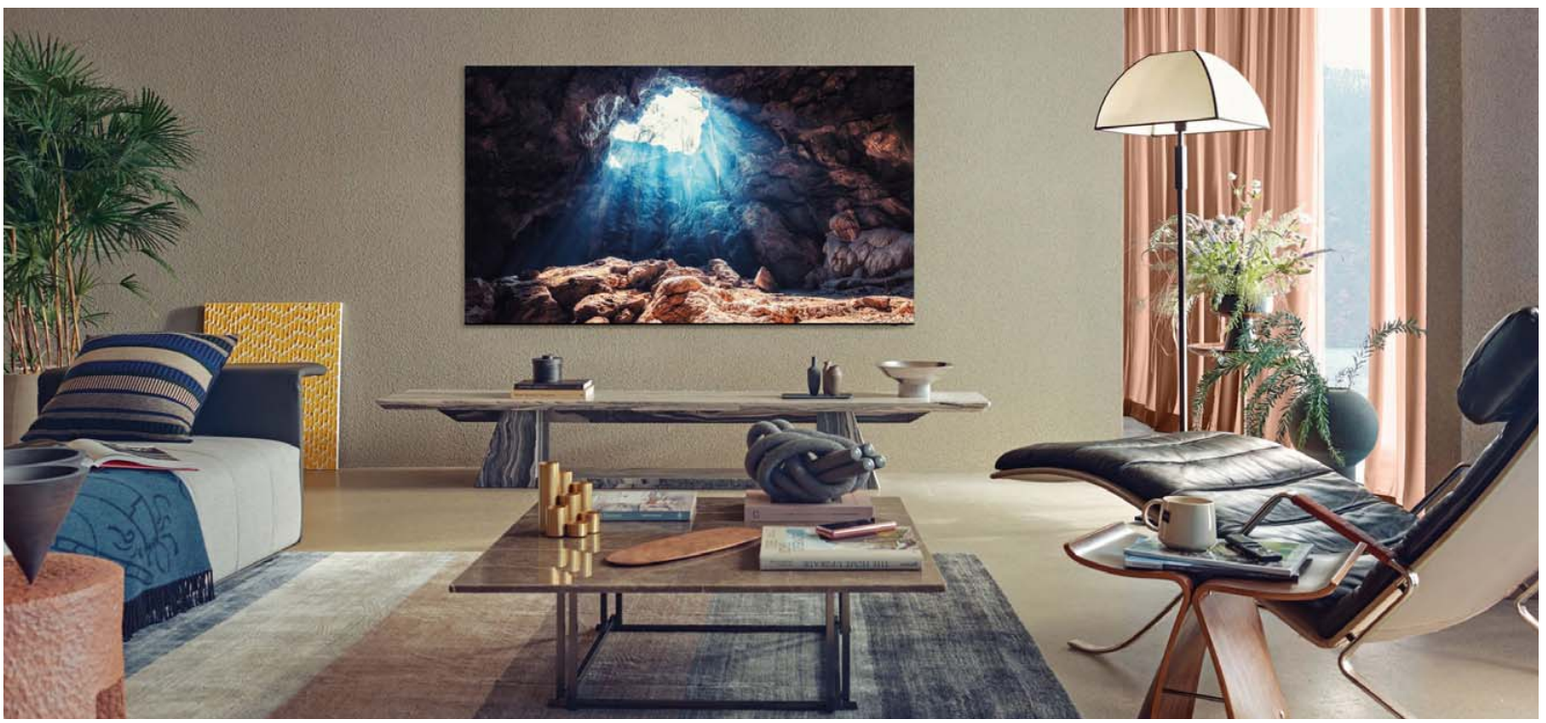
**RETROUVEZ UN VENDEUR À DISTANCE**

Fnac Darty déploie un nouveau service de visio vendeur destiné à accompagner ses clients web dans leur parcours d'achat. Grâce à ce service gratuit et accessible à tous, les clients peuvent bénéficier des conseils avisés des experts des magasins Fnac et Darty en visio, et ainsi réaliser leurs achats depuis Fnac.com et Darty.com, au travers d'un parcours client sur-mesure Directement accessible depuis les sites e-commerce Fnac et Darty depuis une fenêtre de conversation, ce service gratuit permet aux clients d'identifier le meilleur produit en fonction de leurs usages et leurs besoins, grâce à un vendeur présent en magasin qui aura la possibilité de montrer à distance les produits en apportant toutes les informations sur les aspects et fonctionnalités des produits. L'objectif pour Fnac et Darty est de proposer une expérience d'achat digitale plus humaine et personnalisée, et de reproduire la qualité d'expérience d'un vendeur en magasin à distance.

*Maureen Henry*

# SAMSUNG : DE LA 4K A LA 8K

*Marie Legrand*



**Avec sa gamme phare NeoQled, Samsung, leader du marché de la TV, propose la meilleure expérience que ce soit en 4K ou en 8K. Chez Samsung pas de compromis, sur l'ensemble des gammes proposées, tant en termes de qualité d'image que d'expérience. Explications avec Maureen Henry, responsable marketing et Marie Legrand, responsable contenu chez Samsung France.**

***Comment se porte le marché de la TV en France ?***

**Maureen Henry :** A fin septembre, le marché connait une progression significative en valeur de 14%, avec un recul en volume de 6%. Samsung est leader du marché de la TV avec 32,4% de part de marché. Quand on observe les différents segments, on constate sur l'UHD une baisse en volume de 2% et une progression en valeur de 14%. Et sur les deux technologies phares du marché Qled/Oled, on assiste à une croissance importante (+36% en volume, +39% en valeur). C'est le résultat en partie de la pénurie et notamment sur les petites tailles, il y a donc eu un report sur les écrans plus grands et sur les produits premiums. Le segment des 60-70 pouces progresse en volume de 7% et 17% en valeur, et les plus de 75 pouces on atteint des croissances records de +43% en volume et +52% en valeur. Ce dernier segment représentant désormais 10% du marché en valeur avec une progression de 2,4 points. Ce sont des segments particulièrement porteurs pour le marché et pour Samsung en particulier qui est très présent sur les très grandes tailles avec notamment sa gamme phare NeoQled.

***Quelles sont les perspectives pour 2022 ?***

**M.H. :** On s'attend à nouveau pour 2022 à des croissances à deux chiffres sur ces segments de marché premium. En 2022, on prévoit que le 65 pouces pèse 12% des volumes pour 22% de la valeur contre 22% et 30% pour le 55 pouces. La tendance vers les grandes tailles se confirme d'année en année. Et au global, on prévoit une année 2021 en croissance de 4% en valeur, avec une baisse des volumes de 12% grâce à un prix moyen en hausse. Sur décembre, en raison de l'historique très élevé (réouverture des magasins suite au confinement), on s'attend ponctuellement à une baisse importante en raison de l'historique (décalage du Black Friday, pas de semaine 53 cette année).

***Quelles sont les priorités de Samsung sur la TV ?***

**M.H. :** L'écran TV est plus que jamais un pivot au sein des foyers français. On passe désormais plus de temps à la maison. Pour y répondre, Samsung propose de nouveaux services autour du télétravail et du gaming. Samsung a en effet pour objectif de proposer l'expérience la plus riche possible et ce quelque soit la catégorie des produits. Le jeu vidéo est l'une de nos forces. Nous avions déjà un mode gaming que nous avons encore perfectionné

par Yoan Langlais

en ajoutant cette année notre barre de jeu qui se lance automatiquement en allumant sa console. C'est un vrai plus qui simplifie l'usage. A noter également que le Motion Accelerator Turbo nous permet d'améliorer l'image sur nos modèles avec des dalles de 50 Hz. Plus généralement, le mode jeu automatique gère l'ensemble des critères (taux de rafraîchissement, temps de réponse) pour optimiser l'image et le son et offre ainsi la meilleure expérience possible de gaming. Ce mode jeu est disponible dès la série AU7, nos premiers téléviseurs UHD dit d' « entrée de gamme ». Le consommateur a l'assurance de bénéficier d'une expérience optimisée sur l'ensemble de nos gammes de téléviseurs. A partir de la série QLED Q60A, la technologie Freesync optimise encore les taux de rafraichissement. Ensuite on opère une montée en gamme sur le Freesync Premium Pro sur les Qled Q70A.

***Quels sont les produits phares de cette fin d'année pour Samsung sur la TV ?***

**M.H. :** Parmi les gros faiseurs, on peut citer dans la gamme QLED, la série Qled Q80A qui grâce à son écran Full Led bénéficie d'une qualité d'image remarquable. Mais la série phare 2021, pour cette fin d'année reste le Neo QLED QN95A en 4K , qui bénéficie d'un filtre anti-reflet et du nouveau boitier déporté ultra fin. Techniquement, ce produit a été très bien accueilli par la presse spécialisée, mais également par les consommateurs. C'est un produit qui fait référence en termes de design et de technologie : des mini LED pour plus de luminosité et de gestion des contrastes, dalle anti-reflet, son 70 Watts OTS, fonction Q symphony de synchronisation avec nos barres de son, etc. L'ajout du boitier déporté lui confère définitivement une dimension 4K premium. Il est disponible en 55, 65, 75 et 85 pouces afin de couvrir toutes les demandes des consommateurs. Sur la 8K, dont Samsung est le précurseur, on possède un portefeuille avec 3 références (QN750A, QN800A et le QN900A). Le gros faiseur de la catégorie est le QN800A qui propose tous les éléments techniques de pointe avec sa dalle 100 Hz. Son image bluffante, l'expérience connectée et la qualité du son sont autant d'arguments qui le place au-dessus de la concurrence. Ce modèle sera fortement présent en magasin en fin d'année afin de diffuser du contenu 8K natif de l'émission de TF1 The Voice. Le consommateur pourra ainsi se rendre compte du bond qualitatif que représente la 8K.

***Quelles sont les nouveautés dans le domaine de la Smart TV ?***

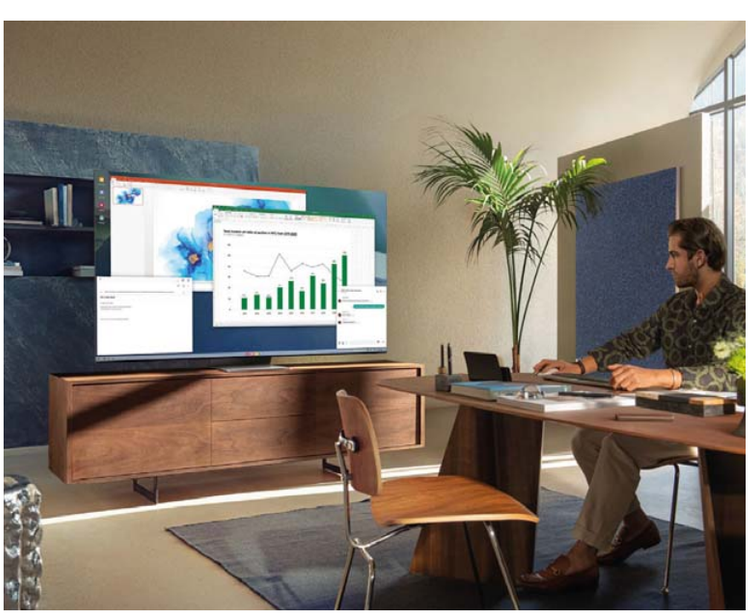
**Marie Legrand :** Avec Samsung, le consommateur a l'assurance de bénéficier d'une expérience connectée pleine et entière, et ce quel que soit le modèle de téléviseur choisi. 100% de notre gamme de TV est en effet connectée. L'arrivée de la nouvelle application Canal+ 100% OTT améliore cette expérience. C'est une vraie révolution sur les TV Samsung. On peut désormais créer des profils pour chaque utilisateur, se connecter simplement par un login et un mot de passe pour bénéficier de Canal+ sur plusieurs écrans. De nouvelles fonctionnalités comme le start-over à la demande sont disponibles. Elle permet de bénéficier pleinement de la qualité de captation en live en UHD et notamment sur le sport. Cette nouvelle expérience est désormais disponible pour tous les possesseurs de smart TV des gammes 2018 à 2021. Pour rappel, la Smart TV de Samsung (Tizen OS) touche désormais plus de 190 millions de foyers dans 197 pays du monde entier.

***Quelles sont les autres nouveautés ?***

**M.L. :** L'application TV d'Orange est désormais disponible sur les Smart TV Samsung. Grâce à elle, les abonnés à la TV Orange peuvent bénéficier de l'expérience de la Box sur un second téléviseur de la maison, ou dans sa résidence secondaire. Samsung a aussi intégré de nouveaux partenaires comme Tik Tok (un milliard et demi d'utilisateurs dans le monde), Salto, France Télévisions et Qobuz, le service français de streaming de musique en ligne haute résolution. Autre nouveauté, l'application OQEE de Free permet de bénéficier de la Box virtuelle de l'opérateur sur le second téléviseur en se connectant simplement au réseau Wifi domestique. Bouygues Telecom est également intégré directement via l'application B.tv+. En résumé, l'expérience Smart des TV Samsung est simple, facile et rapide pour le consommateur, et toujours à la pointe des nouveautés contenus et fonctionnalités.

***Vous avez également développé une solution de télétravail sur vos téléviseurs.***

**M.L. :** Le télétravail à la maison est désormais possible sur nos téléviseurs grâce à la fonction PC on TV qui permet de travailler à la maison de son PC, de sa tablette ou même de son smartphone sur l'écran de la TV en se connectant à distance. Tout est rendu accessible sur le téléviseur de façon simple sans aucune barrière technique. Grâce à Samsung DEX, on peut également utiliser son écran TV pour afficher son écran de smartphone. La fonction multiview permet facilement de répondre à des nouveaux usages à la maison : regarder un match de foot en affichant un appel de son portable, analyser un fichier Excel en attendant le début du film... En résumé cela s'inscrit dans les nouveaux usages qui sont dans l'air du temps. ■



par Yoan Langlais

# TCL, PARTENAIRE DU GAMING EN 4K

En devenant le partenaire TV du jeu vidéo Call Of Duty : Vanguard d'Activision, TCL marque sa volonté de s'inscrire dans le monde du gaming. **Car désormais, le jeu vidéo s'affiche en Ultra HD sur les téléviseurs** grâce à la puissance des nouvelles consoles, ou autres PC surpuissants. Ce nouvel opus de Call of Duty intègre désormais le Dolby Atmos et Dolby Vision dans le dernier opus Vanguard. Et pour répondre à cette demande toujours plus forte du gaming en 4K, TCL possède une arme de conquête avec la série C82, emblématique de la marque en 2021. Très apprécié des consommateurs avec une note moyenne de 4,5/5 et véritable best-of en magasin avec Paul Pogba en ambassadeur pendant le dernier Euro de football, le C82 a su tirer son épingle du jeu. Et rien de mieux pour faire passer ce message en fin d'année que de s'associer avec un grand jeu comme Call Of Duty Vanguard, traditionnel best-seller dans les linéaires de fin d'année. En effet, la série Mini Led C82 positionné autour de 1 000 euros au format 55 pouces (Il existe également en 65 pouces autour de 1 600 euros – Prix hors promotions), constitue un parfait compromis technologique pour conquérir une très large cible de consommateurs à la recherche d'un téléviseur puissant capable de répondre à tous les besoins en Ultra HD. Techniquement, la série C82 bénéficie des technologies d'affichage Qled et Mini Led pour une image particulièrement lumineuse. Dans ce domaine, TCL propose l'ensemble des solutions de pointe: HDR, HDR 10+, Dolby Vision, etc. **Côté gaming, la série C82 est équipé d'un port HDMI 2.1, , d'une dalle 100Hz et des fonctions de rafraîchissement (VRR), de faible latence (ALLM) et de l'eARC qui permettent de diffuser une image en 120 Hz parfaite, même en plein mouvement.** Le tout étant géré au sein du mode jeu Game Master Pro. L'expérience est encore perfectionnée. Enfin ce téléviseur bénéficie également d'une barre de son Onkyo intégrée pour un rendu sonore capable magnifier l'expérience intense du jeu vidéo. Et si cela ne suffit pas, TCL propose de l'associer au meilleur produit son de la marque : la barre de son Ray Danz.

Pour les utilisateurs les plus exigeants, les joueurs pourront même jouer dans une résolution en 8K sur grand écran avec les nouvelles série Mini Led X92 et X92 Pro, disponibles en 65 et 75 pouces pour la première et en 85 pouces pour la seconde. Cette dernière bénéficiant de la nouvelle technologie OD Zero qui pour la première fois réduit totalement la distance entre les Leds et le filtre de l'écran, une première technologique qui en fait le téléviseur Mini Led le plus fin du monde et qui démontre une nouvelle fois le temps d'avance sur cette technologie dont TCL a été précurseur dès 2019 avec la série X10.

# SHARP PASSE A LA VITESSE SUPERIEURE SUR L'ULTRA HD

Sharp termine l'année 2021 en trombe avec de nouveaux téléviseurs 70 pouces encore plus attrayants et plus compétitifs que jamais. Côté audio, les gammes s'étoffent avec toujours des produits qualitatifs, à l'image de ses mini-chaînes en finition bois mais également des barres de son puissante pour accompagner ces téléviseurs. **Avec sa série de TV Android UHD DL et CL, Sharp propose des produits avec un excellent rapport qualité / prix afin de toucher un large public sur cette fin d'année**. Lancée en juillet dernier cette nouvelle gamme Frameless (sans bord) DL constitue une montée en gamme pertinente pour le marché français. **Concrètement la série DL Android UHD, déjà disponible en 42, 50 et 65 pouces, s'agrandit pour adopter le format 70 pouces.** Ce modèle qui intègre les caractéristiques techniques de pointe (Android 11, Dolby Vision, etc) est proposé à un tarif réellement compétitif (899 euros hors promotions). Sharp proposera également un modèle plus abordable pour le Black Friday avec le 70 pouces de la série CL, proposé à 799 euros afin de répondre à la forte concurrence du secteur. Côté audio, Sharp propose un modèle particulièrement compétitif avec une nouvelle barre de son 2.1 Dolby Atmos (Réf. HT-SBW202), accompagnée de son caisson de basse sans fil, à 159 euros. Elle vient compléter la gamme déjà existante qui

compte une douzaine de références. Associée avec le nouveau téléviseur de 70 pouces, l'offre se positionne sous la barre des 1 000 euros avec une proposition particulièrement compétitive. ■

EDITION SPECIALE

# MultiMédia

À LA UNE

ISSN 1267-7663

## LE RETOUR DES JEUX CULTES

Pokémon Diamant Étincelant

Pokémon Perle Scintillante

# LE RETOUR DES JEUX CULTES !

## La génération Pokémon qui a marqué l'histoire de la Nintendo DS s'offre une refonte totale sur Nintendo Switch le 19 novembre !

Apprenti Dresseur dans la région de Sinnoh, vous devez choisir votre premier allié parmi Tortipouss, Ouisticram et Tiplouf, constituer la meilleure équipe de Pokémon et essayer de triompher de la redoutable Ligue. Votre chemin pour devenir le meilleur Dresseur vous emmènera découvrir des villes inspirées de celles de l'île d'Hokkaido au Japon, vous fera affronter la Team Galaxie et son chef mégalo et, bien sûr, plonger dans la mythologie entourant les Pokémon Légendaires Dialga et Palkia, maîtres du Temps et de l'Espace. Sa direction artistique modernisée et son scenario inchangé raviront les fans et les nouveaux venus qui pourront revivre l'expérience d'épisodes cultes dès le 19 novembre, exclusivement sur les consoles de la gamme Nintendo Switch.

## Votre Pokémon de départ

**Avant de partir sur les routes, vous devez faire le choix de votre premier Pokémon entre Ouisticram, Tiplouf, et Tortipouss.**

### Tortipouss TYPE : PLANTE

Ce Pokémon est doté d'une carapace en terre qui se durcit lorsqu'il s'abreuve. Il vit sur les rives des lacs.

### Ouisticram TYPE : FEU

La flamme de sa queue est alimentée par un gaz de son estomac. Même la pluie ne saurait l'éteindre.

### Tiplouf TYPE : EAU

Il vit sur les côtes des régions nordiques. C'est un nageur doué, capable de plonger plus de dix minutes pour trouver à manger.

**Organisée autour du Mont Couronné, la région de Sinnoh abrite des environnements enchanteurs :**

le trio de Lacs, la cité luxuriante de Floraville ou encore les mines de Charboug ! Il y a huit arènes et donc huit Champions que vous devez affronter pour pouvoir prétendre au redoutable défi de La Ligue Pokémon, et devenir le meilleur dresseur !

## Votre personnage

Jeune Dresseur / Dresseuse, le Professeur Sorbier vous attend. Près de 400 Pokémon se cachent dans la région, à vous de les attraper !

# Affrontez de puissants adversaires

**Au fil de votre aventure dans la région de Sinnoh et à mesure que vous compléterez le Pokédex, vous défierez l'adversaire suprême de chaque localité, aussi appelé Championne ou Champion d'Arène.**

- Vous recevrez un Badge contre chaque victoire. Récupérez les huit Badges pour affronter la Ligue Pokémon, où les plus grands Dresseurs et Dresseuses (le Conseil 4 ainsi que le Maître de la Ligue) vous attendent de pied ferme.
- Gagnez tous les combats de la Ligue Pokémon pour décrocher le titre que seules les personnes les plus talentueuses méritent : Maître de la Ligue !

# Les Pokémon légendaires

**Au cours de votre voyage, vous aurez la chance de croiser les Pokémon légendaires Dialga dans Pokémon Diamant Étincelant, ou Palkia dans Pokémon Perle Scintillante.**

**Dialga et Palkia sont des Pokémon légendaires figurant dans les mythes de la région de Sinnoh. Dialga serait le maître du temps, et Palkia celui de l'espace. Ils sont tous deux vénérés par les habitants et habitantes de Sinnoh.**

## Dialga

TYPE : **ACIER/DRAGON**

- Ce Pokémon peut contrôler le temps. Il est considéré comme une divinité à Sinnoh et apparaît dans les mythes de cette région.
- Selon une légende, le temps se serait mis en mouvement à la naissance de Dialga.

## Palkia

TYPE :**EAU/DRAGON**

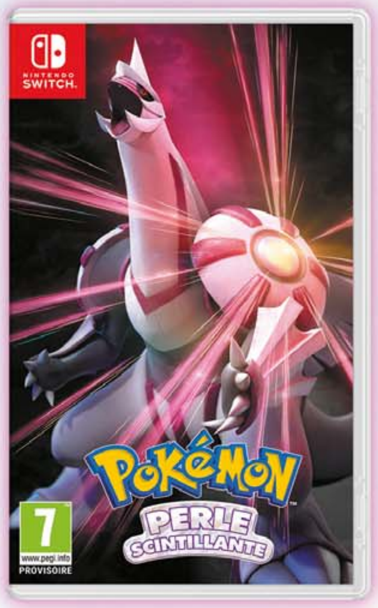
- Ce Pokémon est capable de modeler l'espace. Les mythes de Sinnoh en parlent comme d'une divinité ancienne.
- On raconte qu'il vit dans l'interstice entre deux dimensions parallèles.

NINTENDO SWITCH

# LE RETOUR DES JEUX CULTES

## DISPONIBLES
## DÈS MAINTENANT !

**Pokémon**
**Diamant Étincelant**




**Pokémon**
**Perle Scintillante**

**Pack Duo**
Pokémon Diamant Étincelant
et Pokémon Perle Scintillante

**Nintendo Switch Lite**
**Édition Pokémon**
**Dialga & Palkia**
*jeu non inclus*

©2021 Pokémon. ©1995–2021 Nintendo / Creatures Inc. / GAME FREAK inc. Pokémon and Nintendo Switch are trademarks of Nintendo.
Nintendo Switch (HAC-001(-01)) - DAS tête*/tronc/membres : 1,80 W/kg • Nintendo Switch Lite (HDH-001) - DAS tronc/membres : 0,991 W/kg • Nintendo Switch (modèle OLED) (HEG-001) - DAS tête*/tronc/membres : 0,5 W/kg *Valeur applicable uniquement en cas d'utilisation du produit nintendo Labo : kit VR sur l'avant de la tête.


7
www.pegi.info

The Pokémon Company Nintendo

par Yoan Langlais

# TV : LE GAMING EN ULTRA HD

Le gaming en Ultra HD est devenu un passage obligé sur le marché de la TV avec l'arrivée des nouvelles consoles. Le port HDMI 2.1, et son débit de transfert allant jusqu'à 40 Gbps, garantit désormais une expérience de qualité aux joueurs. Chaque constructeur propose désormais sa solution pour répondre aux attentes des gamers.

## LG, L'OLED AU FORMAT 48 POUCES

LG, marque de référence de l'OLED, a été la première à introduire le format 48 pouces avec pour cible privilégiée les gamers. Compatible G-Sync et FreeSync, la série C1 est la solution ultra complète pour le jeu en 4K avec une image parfaite en 120 Hz (VRR, ALLM, Dolby Vision), un temps de réponse inférieure à 1 ms et une luminosité encore améliorée.

**LG C1**

■ **Technologie :** Qled ■ **Taille d'écran :** 48 pouces UHD
■ **Fréquence :** 100 Hz ■ **Prix :** 1 499 euros*

## SAMSUNG, L'EXCELLENCE DU NEOQLED

Série phare de Samsung, la gamme NeoQled constitue le summum de la technologie avec l'intégration du Mini-Led. Son processeur Neo Quantum Processor 4K et l'intégration du FreeSync Premium Pro garantissent un gameplay fluide et stable et une qualité d'image parfaite. Grâce à sa barre de jeu unique, le joueur peut ajuster très rapidement tous les paramètres : format, input lag)

**NEOLED 65QN95A**

■ **Technologie :** Qled Mini-Led ■ **Taille d'écran :** 65 pouces UHD
■ **Fréquence :** 100 Hz ■ **Prix :** 2 790 euros*

## SHARP : DU GAMING EN GRAND ECRAN

Sharp continue d'étoffer son offre de TV de grande taille avec la série design sans bord DL disponible en 55, 65 et 70 pouces. Sa technologie LED Local Dimming s'adresse au joueur occasionnel. Intégrant Android 11, Dolby Vision Android TV, ce téléviseur au design sobre répond aux attentes de connectivités et de qualité d'image.

**SHARP 65DL**

■ **Technologie :** Led ■ **Taille d'écran :** 65 pouces UHD
■ **Fréquence :** 50 Hz ■ **Prix :** 899 euros*

## SERIE C82, LE CHAMPION DE TCL

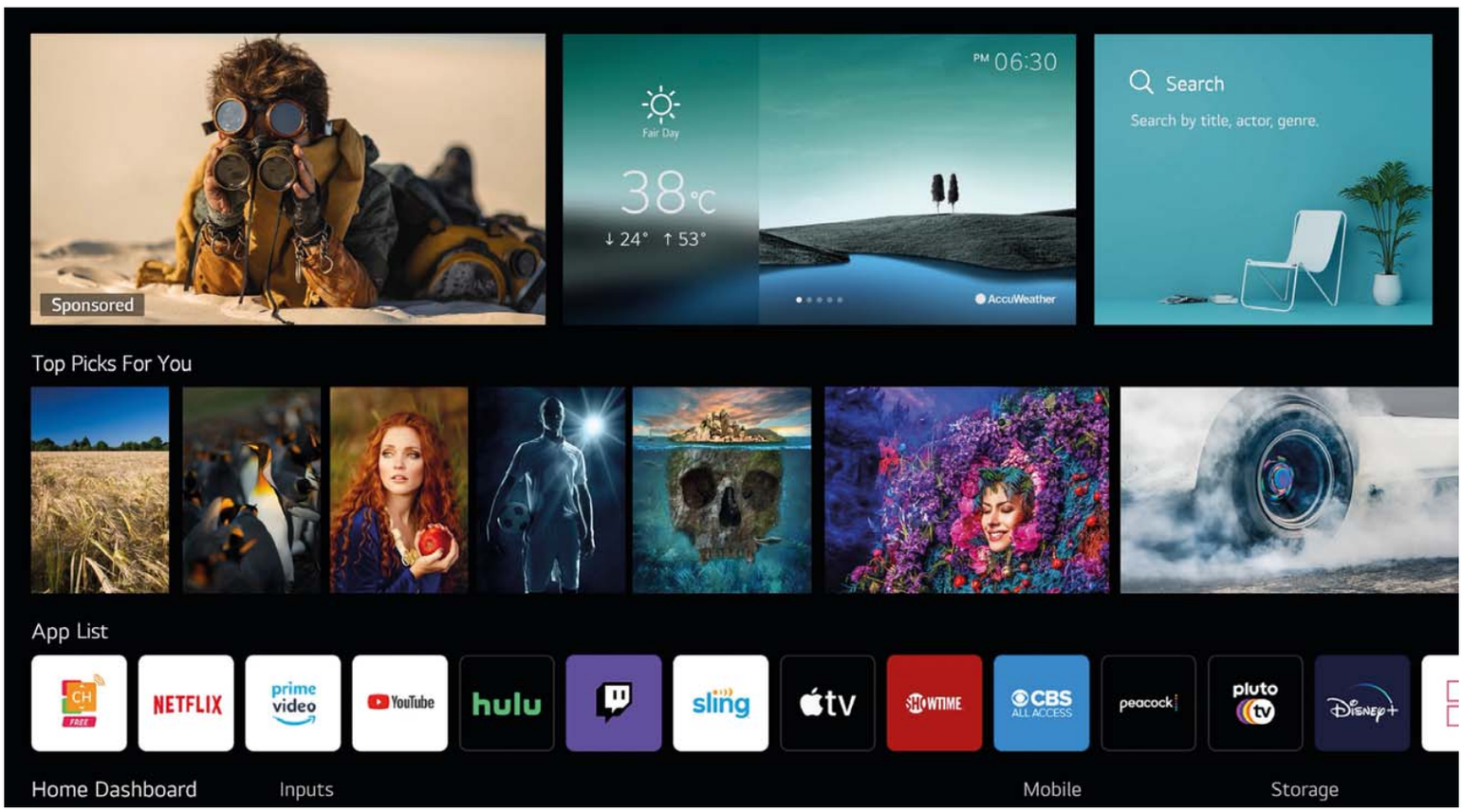
La série C82 offre l'un des meilleurs rapport qualité / prix du marché avec des spécifications techniques de pointe (HDMI 2.1, Mini-Led, HDR multi-format). Côté gaming, elle garantit une expérience de jeu fluide et de qualité en 120 Hz grâce à son mode jeu Game Master Pro (VRR, ALLM, e-Arc). Elle dispose d'un son Dolby Atmos diffusée par sa barre de son

**TCL 55C825**

■ **Technologie :** Qled Mini-Led ■ **Taille d'écran :** 50 pouces 4K UHD
■ **Fréquence :** 100 Hz ■ **Prix :** 1 000 euros*

*** Prix hors promotions et Black Friday**

# LG, LA RÉFÉRENCE DE LA TECHNOLOGIE OLED




LG, connue comme la marque de référence sur les TV Oled, innove également avec une nouvelle gamme de TV LCD Mini-Led qui répond aux exigences des consommateurs. Entretien avec **Jérémy Barreau, chef produit TV de LG** qui revient sur la stratégie globale du constructeur dans le domaine de la TV.

***La technologie Oled présente sur vos téléviseurs est un thème fort de communication pour LG. Quelles ont vos actions dans ce domaine ?***

Nous avons mené de grandes campagnes de communications sur nos téléviseurs Oled pour appuyer la marque LG en tant que référence sur cette technologie Oled. Notre but est de continuer à démontrer tout le potentiel et l'expérience TV qu'apporte cette technologie. Nous avons privilégié deux thématiques cette année : le design et le gaming. En effet, nos dalles Oled permettent des designs extrêmement fins, et même de créer un téléviseur (Série G1) designé pour une intégration avec accroche murale. Les TV LG Oled sont également devenues la référence pour le gaming. Pour le cinéma, l'expérience Oled reste idéale, offrant un noir absolu et des couleurs intenses pour une immersion totale dans les films. On constate que la demande Oled sur le marché est en constante expansion.

***LG, inventeur de la technologie Oled, s'inscrit comme la référence du secteur de la TV. Pourquoi le gaming est-il un thème prioritaire pour LG ?***

En plus du cinéma et du design, le gaming se situe au cœur de notre ADN. Par le passé, nous avions déjà été les premiers à introduire les technologies G-Sync de Nvidia sur un téléviseur pour une image sans déchirures, ni saccades. Tout récemment, nous sommes les premiers à introduire le Dolby Vision en 4K / 120 Hz pour une expérience de jeu ultime et fluide. De plus, les TV LG Oled s'avèrent avantageuses pour le gaming : réactivité extrême (faible input lag), temps de réponse <1 ms, compatibilité HDMI 2.1, VRR G-Sync et FreeSync... Aujourd'hui, avec la récente arrivée des consoles de nouvelle génération (Xbox Series X et PS5), l'expérience gaming franchi un nouveau cap sur nos téléviseurs Oled. C'est donc devenu logiquement un axe stratégique de communication pour LG TV.

par Yoan Langlais

***Vous avez signé un partenariat avec l'équipe de Esport Solary. Dans quel but ?***

Notre engagement sur le gaming se concrétise à travers ce partenariat avec Solary, la Web TV et équipe d'esport qui fait référence dans le domaine. Il s'agit de montrer dans des conditions réelles et extrêmes que nos TV LG Oled, à l'image de la série C constituent la meilleure solution pour le gaming. Cette dernière a été notre porte drapeau en 2020, et continue à l'être en 2021 avec la nouvelle série C1. Solary, c'est l'exemple concret que sur du esport, l'Oled est à privilégier en raison de la réactivité de la dalle. Et rien de tel que des joueurs pro pour mettre en valeur les qualités techniques auprès de leur communauté. Et au-delà du partenariat, il faut noter que nos téléviseurs font réellement partie de leur quotidien. Dans leurs locaux, ils disposaient de plusieurs TV LG Oled de la série C sur lesquels ils jouaient avant le lancement de notre partenariat. Cela nous a d'autant plus confortés dans notre démarche de nous inscrire dans le domaine. Chaque mois, l'équipe Solary créera du contenu avec par exemple des tutoriels pour bien performer en jeu : les personnages à privilégier, comment tenir sa manette, comment configurer son téléviseur LG... Tout cela pour jouer dans les meilleures conditions et révéler tout son potentiel de joueur.

***LG étoffe son offre sur l'Oled. De quelle façon ?***

En 2021, nous avons lancé la toute nouvelle série A1, permettant de rendre la technologie Oled accessible au plus grand nombre, avec un positionnement aux alentours des 1 000 euros en 55 pouces. Nous avons désormais 2 séries proposant le 48 pouces Oled, segment où nous avons été le premier constructeur à introduire ce format sur le marché en 2020. Ce dernier correspond à une cible de personnes qui veulent profiter de la qualité cinéma Oled sur un plus petit format ou d'un très grand moniteur gaming. A l'autre bout du spectre, l'Oled est disponible en 77 pouces, et même désormais en 83 pouces (sur la série C1), ce qui est assez impressionnant. Ces grandes tailles Oled nous permettent de répondre à une réelle demande sur un segment en pleine croissance.

***Quelles sont les autres nouveautés dans le domaine de la TV ?***

Cette année est marqué par une petite révolution sur le LCD avec l'arrivée du QNED Mini-led, une technologie équipée d'un tout nouveau système de rétro-éclairage avec des Led beaucoup plus petites, plus nombreuses, permettant d'avoir une image encore plus lumineuse et détaillée. Cependant chez LG, la technologie Oled reste la plus performante, grâce à ses pixels auto-émissifs (environ 8 millions de diodes sur un TV 4K), et le QNED Mini-Led constitue le haut de gamme du LCD. Cela s'inscrit dans notre stratégie globale, qui est aujourd'hui très centrée sur le haut de gamme.

***Comment se structure votre gamme TV 4K ?***

Nous débutons par la gamme LCD UHD, permettant de profiter d'une bonne expérience TV, avec notamment la toute dernière version de notre interface TV, WebOS 6.0 (disponibles du 43 au 86 pouces). Suit la gamme LCD NanoCell avec des TV équipées d'un filtre de nano particules pour purifier les couleurs, et d'angles de vision élargi (disponibles du 43 au 86 pouces en résolution 4K et 8K). Puis arrive le QNED Mini-led, notre TV LCD ultime avec l'alliance des Mini-LEDs et de notre technologie Quantom Dot Nanocell (disponible du 65 au 86 pouces en résolution 4K et 8K). Enfin on retrouve nos fameuses gammes Oled en résolution 4K et 8K (disponibles du 48 au 88 pouces).

***Quelle est le rôle de la gamme NanoCell ?***

Celle-ci complète intelligemment notre gamme LCD. Elle propose des téléviseurs avec 1 milliards de couleurs équipés d'un filtre de nanoparticules permettant d'obtenir des couleurs plus pures ainsi qu'un large angle de vision. Elle s'étend du 43 au 86 pouces en dalle 50 et 100 Hz. Accompagnés du processeur alpha 7 à partir du Nano86, nos TV NanoCell offrent du Dolby Vision IQ, du Dolby Atmos, la fonction VRR pour le gaming. Enfin, nous avons une série Nano91/92 avec rétroéclairage Full LED, 4K / 120 Hz pour proposer une superbe expérience en cinéma et gaming. Et côté design, nos TV ont fortement évolués sur le côté premium avec des produits toujours plus fins.

***Pour concrétiser toutes cette démarche sur le design, vous avez initié un partenariat avec l'Artiste Jisbar. Comment cela se concrétise-t-il ?***

Ce partenariat avec l'artiste Neo Pop Art Jisbar a pour but de lier l'art et la technologie. Démontrer tout le potentiel d'intégration de nos TV dans un intérieur, et mettre en avant la qualité d'image LG Oled. Nous voulions qu'un TV de la série Gallery (G1), soit plus qu'un simple téléviseur, il devient alors un élément décoratif à part entière, qui peut également retranscrire toute la force d'une œuvre, grâce à une image fidèle et ultra-réaliste. Nous avons également été partenaire de l'exposition Guerlain « Quand la matière devient art », un parcours privé de la FIAC situé dans la boutique des Champs Elysées de Guerlain. Avec 5 œuvres numériques exposées sur nos téléviseurs de la série Gallery. Tout cela raconte l'histoire du lien entre l'art et la technologie, mettant parfaitement en valeur l'approche premium de LG TV. A cela s'ajoute notre discours technologique sur nos nouvelles générations de dalles Oled. Celles-ci plus lumineuses, apportent encore plus de netteté dans l'image, pour s'adresser aux consommateurs les plus exigeants. L'alliance parfaite du design et de la technologie.

***Quelles sont les nouveautés sur WebOS, votre interface de TV connectée ?***

Concernant le magasin d'applications, nous avons intégré énormément de nouveautés cette année : Canal+, Tidal, Pluto TV, France TV, Apple Music, TikTok et prochainement des applications de Cloud gaming vont compléter ce catalogue dont Google Stadia et GeForce Now. Sur la partie expérience TV, nous avons procédé cette année à une véritable refonte avec une toute nouvelle interface plus simple, plus puissante et qui rassemble tous ces contenus préférés pour s'adapter à tous les usages. En effet, ce nouvel écran d'accueil affiche des suggestions de contenus personnalisés et offre un accès plus pratique aux favoris. Le TV est évidemment compatible avec Amazon Alexa, Google Assistant et notre système de reconnaissance vocale maison ThinQ, où chaque reconnaissance vocale à son bouton dédié sur la Magic Remote. Notre avantage est de maitriser l'ensemble des éléments composant un TV : Nous fabriquons la dalle Oled, nos processeurs jusqu'à l'OS, pour proposer un véritable écosystème optimisé. ■

# MONITEURS, ALTERNATIVE TRÈS CRÉDIBLE AUX TV

Le moniteur est en passe de réussir un pari qui aurait paru assez fou il y a à peine 5 ans : être une alternative très, très crédible à l'écran de télévision pour jouer au jeu vidéo mais aussi de plus en plus pour regarder du contenu de l'Entertainment. Portés par la diffusion en streaming des films et des séries, l'excellente santé du jeu vidéo, le télétravail (qui a dopé la présence de l'écran de PC dans toutes les pièces des foyers), des innovations techniques (smartscreen, USB C, connexion sans fil...), des résolutions et des tailles qui explosent et un design devenu un argument important, les écrans PC misent de plus en plus sur l'Entertainment. Best of des écrans dédiés.

## PREDATOR CG437K S

■ **Constructeur :** Acer

■ **Points forts :** 42,5 pouces, 4K, compatible G-Sync, 144 Hz, 1 ms via Virtual Boost Response, fonction VRR, 2 ports HDMI, angle de vue de 178°, HDR, Delta E <2, haut-parleur 10 Watts, port USB type C, rétro-éclairage RGB Light Sense....

## AG274UXP

■ **Constructeur :** AOC

■ **Points forts :** 27 pouces, dalle Nano IPS, 4K, 144 Hz, 1 ms, DisplayHDR 600, 1,07 milliard de couleurs, châssis ultra-mince, bord à bord intégral, Red Dot Design Award, HDMI 2.1.....

## EW3880R

■ **Constructeur :** BenQ

■ **Points forts :** 37,5 pouces, 4K, IPS, format 21 :9, haut-parleurs treVolo avec caisson de graves, couverture à 95% de l'espace colorimétrique DCI P3, couleurs vives, HDRi (combinaison du HDR et et Brightness Intelligence), technologie Eye Care, USB C ...

## HC 284 UPB

■ **Constructeur :** Hannspree

■ **Points forts :** 28 pouces, rétroéclairage LED –Format 16 :9, 4K, angle de vue ultra large, Haut-parleurs stéréo intégrés, angle de vue ultra large de 178°...

par Vladimir Lelouvier

## MATEVIEW GT

■ **Constructeurs :** Huawei

■ **Points forts :** 34 pouces incurvé (1500 R), format 21 :9, LED, 165 Hz, résolution 3440 x 1440 pixels, contraste de 4000 :1, HDR10+, Delta E <2, barre de son intégrée, 2 ports HDMI 2.0, 1 DisplayPort 1.4, 1 USB-C...

## PROLITE XUB3493WQSU-B1

■ **Constructeur :** Iiyama

■ **Points fort :** 34 pouces, IPS, 4K, réglable en hauteur, conception bord à bord, résolution Ultra Wide QHD qui offre une surface visible ultra large (21 : 9), FreeSync...

## ULTRAGEAR 27GP950-B

■ **Constructeur :** LG

■ **Points fort :** 27 pouces, résolution UHD 4K, dalle Nano IPS, 144Hz (overclockable à 160 Hz), FreeSync Premium Pro et G-sync compatible, HDR, fonction LG Sphere Lighting 2.0, réglage ergonomique...

## 329M1RV

■ **Constructeur :** Philips

■ **Points fort :** 4K, IPS, 120 Hz sur console et 144 Hz sur PC, design et finition très réussis qui lui a valu un Red Dot Award, technologie Philips Ambiglow qui permet de créer à l'arrière de l'écran un halo lumineux, certifié Designed for Xbox...

## M7

■ **Constructeur :** Samsung

■ **Points forts :** Moniteur intelligent, 32 pouces, 4K, Smart TV Apps (Netflix, YouTube...), Samsung Wireless DeX, Internet sans PC, 60 Hz, Wifi, Airplay & Bluetooth, USB-C...

## ELITE XG320U

■ **Constructeur :** Viewsonic

■ **Points fort :** Moniteur gaming, IPS, 32 pouces, 150Hz, DisplayHDR 600, HDMI 2.1, temps de réponse de 1ms, FreeSync Premium Pro, taux de rafraîchissement de 150 Hz...

par Vladimir Lelouvier

# VIDÉOPROJECTEURS, UN SUPERBE CHOIX POUR L'UHD

Qu'ils soient traditionnels, dédiés au gaming ou ultra courte focale, les vidéoprojecteurs sont de superbes alternatives pour diffuser du contenu de l'Entertainment. Sélection de quelques pépites.

## PREDATOR GM712

**Constructeur :** Acer

**Points forts :** Vidéoprojecteur « gaming », taux de rafraichissement très élevé, résolution facilement adaptable pour un meilleure expérience de jeu (4K en 60 Hz, 1080p en 120 Hz, Full HD, en 240 Hz sur PC...), mode jeu pour régler les images, HDR10, 3 600 lumens, Dynamic Black...

## HU810PW

**Constructeur :** LG

**Points forts :** Lampe laser, 4K native, longévité de 20 000 heures, 2 700 lumens, interface LG Smart webOS 5.0 (contents Store, navigateur Web), taille de l'écran projeté jusqu'à 150 pouces, HDR 10, HDMI 2.1...

## X100-4K

**Constructeur :** Viewsonic

**Points forts :** Projecteur LED de 2e génération Home Cinema, 4K, technologie Cinema SuperColor+, durée de vie de 30  000 heures, silencieux (20 dB), lenshift H/V de grande amplitude, HDR, 2 900 lumens, quatre ports HDMI 2.0...

## V7000I

**Constructeur :** BenQ

**Points forts :** Ultra courte focale, Home Cinéma, 4K, lampe laser, HDR-PRO, Android TV, CinematicColor pour des couleurs cinématiques précises avec une couverture à 98% DCI-P3, Mode « FilmMaker » 8,3 millions de pixels, son surround Home Cinéma...

## THE PREMIERE SP-LSP7TFA

**Constructeur :** Samsung

**Points forts :** Ultra courte focale, 4K, lampe laser, 2 200 Lumens, système Smart TV (Tizen) qui donne accès directement aux plateformes de streaming vidéo, démarrage instantané, son 2.2 puissant avec haut-parleur de 30W, image très lumineuse, silencieux...

## MI 4K LASER PROJECTOR 150

**Constructeur :** Xiaomi

**Points forts :** Ultra courte focale, 4K par traitement, taille compacte, Android 9, lampe laser, 1 600 Lumens, contraste, longévité de 25 000 heures, nombreuses entrées pour connectiques, haut-parleurs stéréos intégrés, facile à installer...

ViewSonic | ELITE

# XG270QG, XG270QG et XG270

Les moniteurs gaming 27'' 1ms de la gamme ViewSonic Elite

## Pensés pour le jeu.
## Conçus pour en faire plus.

Avec la technologie d'éclairage RVB qui se synchronise avec le reste de votre setup, les moniteurs gaming ViewSonic ELITE vous permettent de vous immerger pleinement dans le jeu. Rivalisez en couleur avec le XG270, offrez-vous des visuels ultra-fluides et des performances de niveau esport grâce à son taux de rafraîchissement de 144Hz et 1ms de temps de réponse. Aventurez-vous au-delà des frontières avec le XG270QG et sa résolution QHD, et son taux de rafraîchissement de 240Hz. Ou bien immergez-vous et tirez le meilleur parti de votre jeu avec l'écran incurvé 1500R du XG270QC.

**Découvrez notre sélection de moniteurs gaming 144Hz et plus**

www.viewsonic.com/fr

Suivez-nous sur @viewsonicfrance @ViewsonicFR

par Vladimir Lelouvier

# GRAND FESTIVAL GAMING, UNE 2E ÉDITION SOUS LE SIGNE DE L'AMBITION

Après une première édition très réussie, le Grand Festival Gaming veut passer un palier. **Samy Ouerfelli, responsable du département New Business de Freaks 4U**, organisateur de l'événement, nous explique ses ambitions.

***Quel bilan tirez-vous de la première édition du Grand Festival Gaming ?***

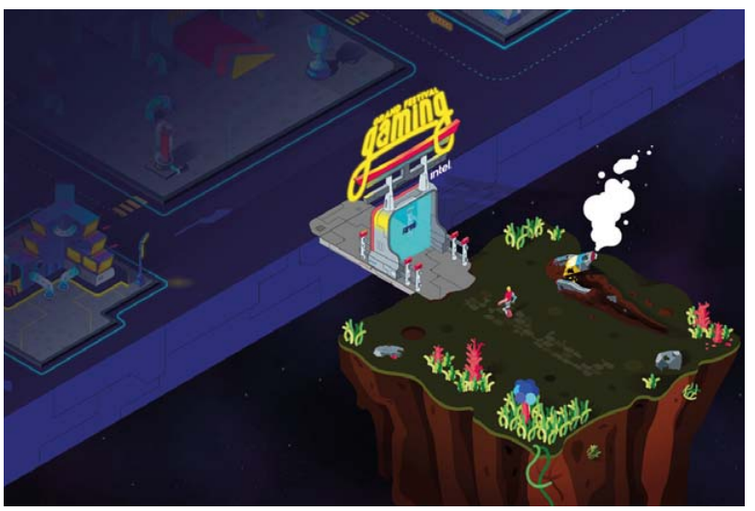
La première édition du Grand Festival Gaming a été une réussite totale. Son concept, vraiment original et créé dans une période de crise sanitaire où se rassembler était très complexe, a beaucoup séduit tant les fans que les partenaires comme le montrent l'audience (900 000 spectateurs), les célébrités présentes (une vingtaine) et les retombées média des partenaires de l'événement. Cet événement qui mêlait gaming, tech et esport a largement rempli les objectifs initiaux. Le Grand Festival Gaming devait contribuer à pallier l'absence d'événements en proposant un divertissement 100% digital qui répondait aux problématiques liées à la crise sanitaire. Nous souhaitons conserver ce concept et l'amplifier pour répondre à une autre demande, celle de la diversification digitale des événements physiques. L'objectif est de pouvoir proposer cette couche de gamification à tous les événements disposant d'une thématique autour du gaming et de l'esport, et permettre aux organisateurs d'interagir avec leur « visitorat » avant, pendant et après la manifestation. Ce sera aussi une opportunité unique pour toute marque de se positionner sur plusieurs salons de manière interactive et à moindre coût.

***Comment va se dérouler l'édition 2021 ?***

L'édition 2021 (qui se déroulera du 10 au 12 décembre) est organisée, comme l'année dernière, par Freaks 4U, partenaire de longue date d'ESL et qui dispose désormais, d'une délégation totale de la marque ESL sur les marchés français et allemand. Intel reste le partenaire principal et coproducteur de l'événement. Nous conservons pour l'édition 2021 un mélange de divertissement, de pédagogie autour de la technologie, d'esport ainsi que la présence importante de célébrités (comme Domingo et Newtiteuf). Ces derniers contribueront au contenu du Grand Festival Gaming avec des émissions autour de thématiques variées comme la Pokérace ou encore Pingpong avec Domingo qui seront quant à eux diffusés sur la chaîne divertissement. Côté esport, les Intel Extreme Masters Winter seront en duplex depuis l'Allemagne où les meilleures équipes du monde s'affronteront dans le cadre de l'ESL Pro Tour pour tenter de remporter les 250 000 dollars de « prize money ».

***Quelles sont les différences par rapport à l'année dernière ?***

Le Grand Festival Gaming ressemblera cette année beaucoup à une sorte de salon consumer digital avec un site entièrement en 3D où les




visiteurs choisiront leurs avatars et pourront se promener de stand en stand au sein d'une carte interactive. Ils pourront flâner entre les stands et découvrir les nouveautés des partenaires de l'événement, suivre le contenu des influenceurs présents sur site chaque jour mais aussi participer à une chasse au trésor durant laquelle il faudra réunir assez d'indices pour avoir une chance de remporter une expérience unique : un voyage aux prochains Intel Extreme Masters Katowice, l'un des plus beaux événements esport au monde. Côté contenu, nous avons souhaité conserver une approche ludique, que l'on soit sur une thématique technologique ou pédagogique. Ce changement se verra principalement lors des « émissions tech » avec des concepts comme « Que se passe-t-il dans mon PC quand je joue ? » ou « Comment optimiser mon installation de streamer par le biais du hardware ? ». Ces émissions seront animées à la fois par des professionnels de la tech et des streamers confirmés. Côté organisationnel, l'événement sera réparti sur deux lieux : à l'Espot, rue de Rivoli, et dans les studios de Freaks 4U à Ivry-sur-Seine, avec tous les participants sur place. Cela donnera une plus grande cohérence d'ensemble et une plus grande interactivité entre les différents acteurs.

***Quels seront les principaux partenaires de cette édition ?***

Le Grand Festival Gaming bénéficie du soutien naturel d'Intel, à l'origine du projet, et accueille cette année la Fnac avec ses partenaires Alienware et MSI, HP avec ses deux marques gaming Omen et Victus, et de nombreux partenaires média qui seront annoncés progressivement dans les jours à venir. L'objectif avec le Grand Festival Gaming est de faire interagir autant que possible tous ces acteurs pour le plus grand bonheur des visiteurs de l'événement. ■

# SUPERDRIVE

## PASSEZ LA VITESSE SUPÉRIEURE !

### GS 850-X

- Volant premium rotation 270°
- Levier de vitesse manuel
- Pédalier avec embrayage
- Multi-compatible

## STANDARD VERSION

PS4 PC XBOX SERIES X/S XBOX ONE SWITCH

SV 200

SV 450

SV 750

## GEARSHIFT

PS4 PC XBOX SERIES X/S XBOX ONE

GS 550

GS 750

**WWW.SUPERDRIVE-GAMING.COM**

contact commercial : Pierre de Laporte / 06.85.94.94.82 / pdelaporte@subsonic.fr

par Vladimir Lelouvier

# VICTRIX, L'ARME PREMIUM DE PDP

**Désireux de toucher une cible d'amateurs très éclairés, PDP déploie sa marque premium Victrix. Elle dispose de produits haut de gamme avec une vraie plus-value technologique.**

Marque orientée grand public, **PDP cherchait à développer depuis quelques années une gamme premium dédiée aux amateurs très éclairés de jeu vidéo, gros acquéreurs de produits hardware haut de gamme.** Une cible qui d'ultra niche il y a quelques années est devenue un des moteurs de l'écosystème vidéoludique. Son arme sera donc Victrix, une marque au positionnement haut de gamme, bénéficiant du meilleur de la R&D de PDP, dotée de ses propres codes esthétiques (noir et violet comme code couleur), de produits et de marketing dédiés... Annoncée à l'E3 2019, puis lancée aux Etats-Unis, elle arrive en Europe.

## UNE OFFRE PREMIUM

**Dans un premier temps, l'offre de Victrix se compose de 4 produits.** On retrouve ainsi l'arcade stick Pro FS (349,99 euros), conçu pour l'esport et la compétition et le casque premium Pro AF (179,99 euros) qui mise sur un son haut de gamme et un grand confort (avec notamment un système de ventilation pour libérer la chaleur et l'humidité). Victrix a aussi lancé récemment la gamme Gambit composée à l'heure actuelle de la manette (pour Xbox Series X / S et PC, 99,99 euros) Gambit Dual Core Tournament Controller et du casque Gambit Wireless Gaming Headset (129,99 euros). *« Grâce à sa technologie Dual Core, la manette Gambit est la manette pour Xbox la plus réactive au monde. On peut aussi complétement la configurer,* explique Christophe Goujon, Sales Manager Retail France de PDP. *Le Gambit Wireless Gaming Headset utilise l'acoustique de qualité et les composants légers et confortables du casque Victrix Pro AF, tout en étant utilisable sans fil jusqu'à 12 mètres ou en filaire »*. Symbole de leur qualité, ces deux produits comprennent également un abonnement à vie à Dolby Atmos. *« L'offre de Victrix va s'étoffer avec de nouveaux produits comme la casque Pro AFK (la version sans fil du Pro AF, 249,99 euros) prévu pour 2022 »*, souligne Olivier Voirin, VP Sales Europe de PDP.

## UNE MARQUE QUI SE DÉPLOIE EN EUROPE

Reconnue aux Etats-Unis, **Victrix doit se faire connaître comme une marque premium de référence en Europe.** Et ce tant au niveau du grand public que dans les rayons des magasins. *« Son déploiement qui commencent dans un certains nombre de points de vente partenaires s'accélérera en 2022 afin d'être présent dans toutes les enseignes à terme »*, conclut Olivier Voirin.

# DÉCOUVREZ NOS FAUTEUILS
## POUR TOUS LES GAMERS !

JUNIOR

Fauteuils Gaming
**DRAKKAR**

Fauteuils Gaming
**FFF**

JUNIOR

Fauteuils Gaming
**NARUTO**

JUNIOR

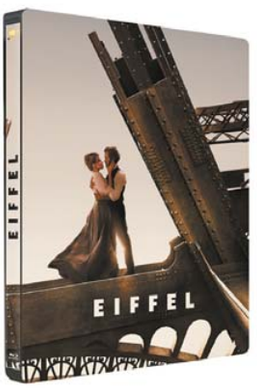
Fauteuils Gaming
**MY HERO ACADEMIA**

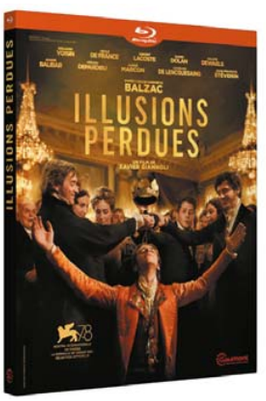
KONIX

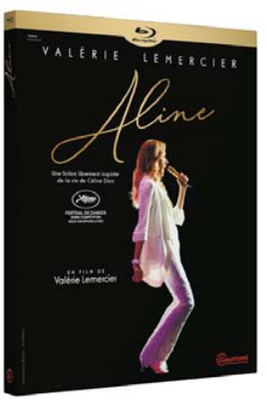
konixinteract | konixinteract | konixinteract | konix-interactive.com | Konix Interactive | contact@konix-interactive.com

# 2022 : UNE ANNÉEEXCEPTIONNELLE EN PERSPECTIVE POUR ESC DISTRIBUTION

*Stéphane André et Dominique Masseran*



**Lancée en 2020, ESC Distribution renforce une nouvelle fois sa distribution avec la signature d'un nouvel accord de distribution exclusive avec Sony Pictures Home Entertainment. Afin de faire le point sur la société, ses orientations et les sorties à venir, nous avons rencontré, Dominique Masseran et Stéphane André, respectivement directeur général et directeur commercial et opérations de la structure.**

***Quel regard portez-vous sur le marché ?***

**Dominique Masseran :** Touché de plein fouet par la crise sanitaire et le manque de nouveautés lié à la fermeture des salles, le marché de la vidéo est resté globalement en retrait sur le début d'année. Cela dit, et ce qui est une très bonne nouvelle, le fond de catalogue affiche une excellente résistance. Les titres de patrimoine, tout comme les rééditions évènementielles et les coffrets enregistrent en effet de bonnes performances. La 4K poursuit également sa percée. Il n'y a ainsi aucune fatalité. Le marché devrait finir l'année en beauté avec le retour des nouveautés et de vrais mois de novembre et décembre avec de très belles sorties. Nous prévoyons ainsi un atterrissage du marché en fin d'année à 272 millions d'euros, le catalogue (52 semaines et plus) se maintenant autour des 200 millions d'euros (211 millions en 2019), quand la nouveauté devrait être en repli à 35 millions d'euros. En ce qui nous concerne, nous enregistrons une belle progression. A fin septembre, notre part de marché s'établit à 12,2% (source : GfK), contre 3,6% fin septembre 2020, avec notamment d'excellents résultats sur le film et la série TV où nous détenons respectivement 14,6% et 14,3% de part de marché. Et nous devrions clôturer l'année autour des 13% de part de marché. Sans fanfaronner, nous avons d'excellents retours de nos clients.

***Vous renforcez aujourd'hui votre distribution avec la signature d'un important contrat de distribution avec Sony Pictures Home Entertainment. Pouvez-vous nous en parler ? Quels sont les modalités de l'accord ?***

**D.M. :** De la même manière que Paramount Home Entertainment nous a fait confiance l'an dernier, nous venons en effet de signer un contrat de distribution exclusive avec Sony Pictures Home Entertainment. Concrètement, à compter du 1er janvier 2022, ESC Distribution gérera la chaine d'approvisionnement et la commercialisation de l'ensemble des nouveautés et titres de catalogues du studio auprès des retailers en France. Seule la distribution des produits physiques est concernée. Avec cette arrivée, nous devrions tourner, en fonction des nouveautés, autour des 20% de part de marché.

***L'intégration de SPHE va-t-elle entrainer une réorganisation au niveau de vos équipes, notamment commerciales ?***

**Stéphane André :** Pour mener à bien cette intégration, nous avons renforcé nos équipes avec le recrutement de 5 personnes supplémentaires dans notre force commerciale et au pôle marketing. Les équipes sont aujourd'hui totalement opérationnelles et déjà au travail avec les équipes de transition chez SPHE. Au total, la cellule commerciale est aujourd'hui composée de 6 responsables comptes clés et 2 assistants compte clé.

***Quelles sont vos anticipations pour 2022 ?***

**D.M. :** Nous sommes plus que confiant, le marché est sur une bonne dynamique. Les films ont fait leur retour au cinéma, tout comme les spectateurs qui reprennent doucement mais sûrement le chemin des salles. Ce qui augure de belles perspectives avec un line-up de films à sortir impressionnant. 2022 sera ainsi marqué par un retour des nouveautés toute l'année. Et point capital, la vidéo physique va conserver sa fenêtre d'exclusivité dans la chronologie des médias

par Érik Fontet

face à toutes les autres formes de diffusion TV et SVoD en particulier. Ajoutons à cela que l'offre physique couvre tous les films et séries TV contrairement à l'offre digitale qui est morcelée entre de nombreuses plateformes. Un atout indéniable pour le marché qui est en train de devenir un marché de fans et de passionnés, attachés au support physique et à la qualité d'image et de son, donc plus résistant. Tous ces éléments mis bout à bout, nous laissent espérer un retour à la croissance en 2022, où la nouveauté cinéma retrouvera sa place centrale.

***De votre côté, quels sont vos axes de développement stratégiques ?***

**D.M. :** Plus que jamais nous nous positionnons en tant que défenseur du marché vidéo physique. Nous sommes ainsi notamment engagés à préserver la valeur du marché sur le fond de catalogue. Nous ne souhaitons pas en effet entrer dans une dynamique de baisse de prix. Au contraire, nous préférons chez ESC Distribution maintenir un niveau de prix élevé en redonnant de la valeur aux consommateurs, et ce en réalisant un travail éditorial de grande qualité. De la même manière, nous continuons de soutenir activement le développement de la 4K, avec la sortie programmée en 2022 de 50 à 70 titres en Blu-ray 4K, tous éditeurs confondus. Entre nouveautés et rééditions, 3 à 4 sorties sont ainsi prévues chaque mois. Nous essayons par ailleurs de travailler avec les enseignes pour privilégier les consommateurs fidèles à la catégorie, en les récompensant notamment via des offres marketing BtoC. Plus globalement, nous avons, dès le départ, développé ESC Distribution pour en faire une structure de distribution agile, réactive et efficace. Et surtout que nous voulons avant tout au service de nos clients distributeurs. Tout a été mis en œuvre pour fluidifier et simplifier les interactions avec nos clients que ce soit au niveau de la logistique ou des flux financiers.

***Quels seront vos grands rendez-vous sur le 1er trimestre 2022 en termes de sorties cinéma ?***

**S.A. :** L'année 2022 s'annonce exceptionnelle pour ESC Distribution. Notre line-up cinéma sera en effet particulièrement riche avec la sortie tous les mois de nouveautés très attendues. Nous débuterons ainsi l'année avec la sortie en janvier chez Gaumont de Serre Moi Fort, nouvelle réalisation bouleversante de Mathieu Amalric, mais également du thriller d'épouvante Don't Breathe 2 de Rodolfo Sayagues chez Sony Pictures, suite du film Don't Breathe – La Maison des Ténèbres qui avait été un gros succès en 2016 (320 000 entrées). On retrouvera également le film d'animation, Les Mitchell contre les Machines, comédie de science-fiction animée de Sony Pictures Animation. Suivra en février, Venom : Let There Be Carnage d'Andy Serkis avec Tom Hardy, le premier film Marvel d'une longue liste de l'ère ESC Distribution. Sorti en salles le 20 octobre dernier, le film est bien parti pour faire aussi bien que le premier avec déjà plus d'1,5 million d'entrées en 4 semaines. Toujours en février, nous distribuerons également Eiffel de Martin Bourboulon avec Romain Duris et Emma Mackey (près de 1,4 million d'entrées en 5 semaines) ainsi que Illusions Perdues, une ambitieuse fresque historique signée Xavier Giannoli portée par un casting 5 étoiles (Benjamin Voisin, Cécile de France, Vincent Lacoste, Xavier Dolan...). Sorti au cinéma le 20 octobre, le film devrait terminer sa carrière au-delà des 700 000 entrées. Nous enchainerons en mars avec la sortie de deux biopics : Aline, vrai-faux biopic, à la fois drôle et émouvant de Valérie Lemercier sur Céline Dion, pour lequel Gaumont s'attend à un énorme succès, et Suprême d'Audrey Estrougo, consacré à NTM. Enfin toujours en mars, nous sortirons également, Lui, thriller psychologique de et avec Guillaume Canet, emmené par Virginie Efira, Mathieu Kassovitz, Laetitia Casta ou encore Nathalie Baye.

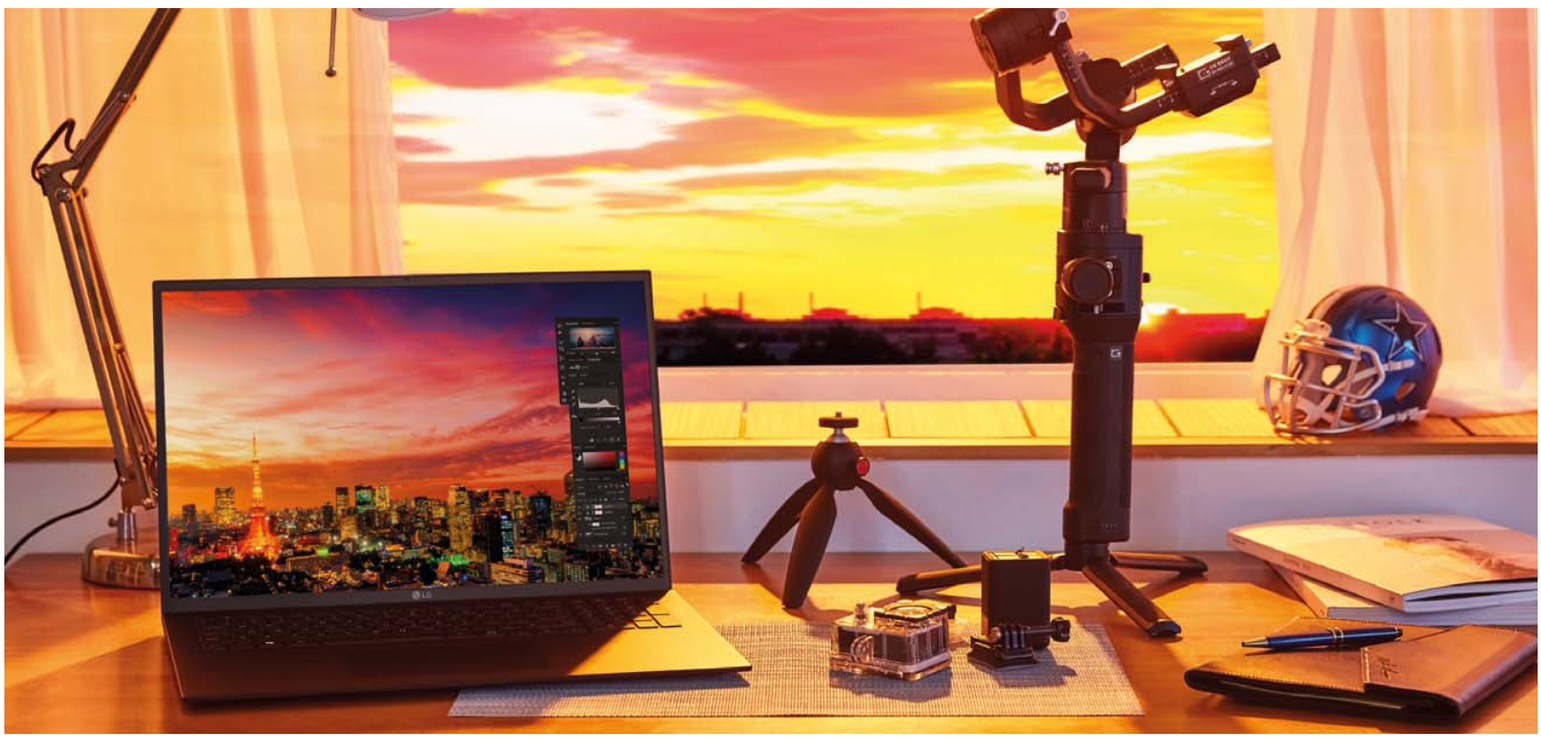
***Et sur le 2e trimestre ?***

**S.A. :** De gros morceaux nous attendent également sur le 2e trimestre. Sur avril, est ainsi programmée la sortie de Spider-Man : No Way Home de John Watts avec Tom Holland, Zendaya et Benedict Cumberbatch, dont la bande-annonce a explosé les records (355,5 millions de vues en 24h), mais également Les Tuche 4 d'Olivier Baroux et S.O.S. Fantômes : L'Héritage de Jason Reitman, suite directe de S.O.S. Fantômes 2 sorti en 1989, sans oublier le film d'aventure familiale Clifford. Pour ce qui est du mois de mai, nous distribuerons Scream, 5e volet de la franchise à succès signé Matt Bettinelli-Olpin et Tyler Gillett avec le casting d'origine, ainsi que Rumba la Vie, nouvelle comédie de Franck Dubosc, et Morbius, nouveau film Marvel lié à l'univers Spider-Man mis en scène par Daniel Espinosa et incarné par Jared Leto. Enfin, suivront en juin Uncharted, film d'action / aventure de Ruben Fleischer (Venom) avec Tom Holland et Mark Walberg, adapté du célèbre jeu vidéo éponyme, mais également King, magnifique drame de David Moreau dans la lignée de Mia et le Lion Blanc et Steve Bête de Combat, nouveau film d'animation des studios Paramount Pictures.

***En allant un petit peu plus loin, pouvez-vous nous parler de la programmation du second semestre ?***

**S.A. :** Sur le second semestre, nous sortirons notamment en juillet Les Vedettes, nouvelle comédie du Palmashow après La Folle Histoire de Max et Léon (1,2 million d'entrées en 2016), ainsi que Notre-Dame Brûle, long-métrage de Jean-Jacques Annaud dans lequel le réalisateur reconstitue heure par heure la catastrophe survenue le 15 avril 2019, et Le Temps des Secrets de Christophe Barratier, adaptation du troisième tome des Souvenirs d'Enfance de Marcel Pagnol. En août, on retrouvera Sonic 2 de Jeff Fowler, suit du succès de 2020 (2,1 millions d'entrées), Bullet Train, film d'action de David Leitch emmené par Brad Pitt et Lady Gaga, et La Petite Bande, comédie de Pierre Salvadori qui s'inscrit dans la veine de La Guerre des Boutons. Sur la fin d'année, de nombreuses franchises seront également à l'honneur avec notamment Top Gun : Maverick de Joseph Kosinski (en septembre), mais également de nombreuses séries TV comme Dexter avec la saison 9 (au 1er semestre et au second), The Blacklist saison 9, The Good Doctor saison 5 ou encore S.W.A.T. saison 4, Outlander Saison 6 et 7, et les nouvelles saisons de FBI et NCIS. ■

# LG LANCE SA MARQUE DE PC ULTRA LEGER EN FRANCE



**Les PC LG gram viennent d'arriver dans les linéaires des grandes enseignes françaises. Des PC premium capables de répondre aux consommateurs les plus exigeants. Mais LG est aussi une marque mondiale, bien connue en France comme la marque de référence de la technologie Oled sur la TV. Retour sur la stratégie de LG à la veille des fêtes de fin d'année avec Romain Gras, son directeur marketing et communication.**

***Quelles sont les nouveautés grand public chez LG sur cette rentrée ?***

Le lancement sur le marché français de notre marque de PC portable, baptisée LG gram, en rapport avec sa légèreté, a été l'évènement marquant pour LG sur cette rentrée. Véritable succès à l'échelle mondiale, la gamme LG gram a donc toute sa place en France. Elle s'inscrit dans notre volonté d'être au cœur de l'espace connecté et le PC est l'outil parfait pour cela. Grâce à son positionnement premium, les PC gram de LG, ultra légers et performants, répondent aux attentes des consommateurs exigeants aujourd'hui. Ils sont déjà présents chez les retaillers comme Fnac Darty, Boulanger, LDLC, Amazon, etc...Un lancement qu'on veut être marquant dans l'histoire de LG en France. Ce sont des ultrabooks en 14, 16 et 17 pouces, tous dotés d'écrans au format 16:10 conçus pour maximiser l'efficacité du travail (réf. 14Z90P, 16Z90P et 17Z90P). Très compacts, ils ont pour maitres mots : légèreté, efficacité et confort d'utilisation. Le modèle LG gram 16 ne pèse ainsi que 1 190 grammes. Nos 3 arguments principaux sont donc le poids, l'ergonomie avec un design épuré et simple, et enfin le caractère nomade grâce notamment à une batterie longue autonomie. Le format 17 pouces, très compact est particulièrement intéressant car il renouvelle ce segment qui compte sur le marché français. En outre, nos écrans couvrent jusqu'à 99% de l'espace colorimétrique DCI-P3 pour des images précises dans le cadre d'un usage professionnel et personnel au quotidien. Dans ce domaine, comme dans les autres, le positionnement premium de LG est la garantie pour le consommateur d'une offre de qualité, qui s'inscrit dans le quotidien, et donc sur des niveaux de prix qui restent cohérents. Les PC LG gram sont disponibles à partir 1 499 euros.

***LG a déjà une offre de moniteurs informatique importante en France. Comment se positionne votre offre ?***

LG est effectivement présent en France sur de nombreuses verticales / gammes de produits pour répondre aux différentes attentes du consommateur. Nos gammes de moniteurs sont très larges. Cela va des solutions pour le télétravail, d'autres pour la pure performance pour le gaming (Gamme UltraGear) avec des designs toujours plus sobres et élégants. Ils sont disponibles dans toutes les tailles. Et sur le gaming qui ne cesse de monter en puissance ces deux dernières

par Yoan Langlais

années, le LG 27GP950 rencontre un très fort succès. Dans cette logique de solutions complètes, nous avons lancé une enceinte UltraGear avec pour les gamers (réf. GP9) avec micro intégré qui vient parfaitement compléter nos moniteurs gaming. En complément, la gamme Ergo permet de répondre à la forte demande sur le télétravail. En résumé, nous avons désormais un très large portefeuille de produits dans le domaine de l'informatique mais au-delà dans de nombreux domaines comme celui de l'audio-vidéo, avec par exemple nos gammes d'enceintes Xboom qui s'étoffent et qui rencontrent un succès croissant, de même que nos écouteurs Bluetooth LG Tone Free avec la technologie UVnano.

***Au-delà du lancement des PC gram, la marque LG a une forte activité en termes de communication actuellement. Pour quelles raisons ?***

De manière globale, LG se porte bien et se trouve dans une très bonne dynamique et bénéficie d'un cercle vertueux. Les innovations se multiplient dans plusieurs domaines ; ce qui implique d'élargir également les campagnes de communication pour les mettre au premier plan. Nous avons en effet communiqué fortement en 2021 avec 5 campagnes TV, ce qui constitue un record historique. Cet été, nous avons lancé une grande campagne autour la marque, baptisée la Smart Good Life, ce qui n'avait jamais été fait. C'est la première fois que LG prenait la parole sur sa marque comme pivot de la campagne. Notre volonté était de faire passer un message central : des produits premium de haute qualité au service du quotidien et de tous. C'est d'ailleurs la mission de LG depuis ses débuts (Life is Good). D'où l'idée d'intégrer une chanson dans la campagne pour démocratiser cette belle idée. Le public ne connait pas en effet toutes nos familles de produits. Il y a un travail à faire sur la notoriété de la marque en tant que telle pour être mieux identifier par l'ensemble des consommateurs. Plus généralement, cela s'inscrit dans notre stratégie de montée en gamme premium et de croissance de notoriété. Dans cette transformation, il y a un volet digital qui s'opère avec les retailers (accélération du e-commerce, prise de parole digitale, transformation de l'organisation) pour être au plus près des consommateurs. Derrière, c'est un gros travail de l'ensemble des équipes de LG. Précisons que cette forte dynamique se retrouve au niveau monde et en Europe, mais elle est particulièrement forte en France. Il y a une véritable volonté d'accélération.

> *« LG gram : des PC qui ont pour maitre mot : légèreté, efficacité et confort d'utilisation »*

***La technologie Oled présente sur vos téléviseurs est également un thème fort de communication pour LG. Quelles sont vos actions dans ce domaine pour mieux faire connaitre cette technologie de pointe ?***

Nous avons effectivement mené deux grandes campagnes de communication sur nos téléviseurs Oled pour positionner LG comme le référant sur la technologie Oled avec pour objectif de le démocratiser au plus grand nombre. On souhaite que les gens comprennent la plus-value de cette technologie et notamment avec la dernière évolution de nos nouvelles dalles Evo et de leurs pixels auto-émissifs. Le design est également un de nos thèmes de prédiction puisque nos dalles Oled permettent des form-factor les plus fins du marché. Notre téléviseur Oled enroulable, désormais commercialisé en France, en est le plus bel exemple. Et désormais, on constate que le marché répond très positivement et que cette technologie de pointe se démocratise. Plus généralement, le secteur de la TV a toujours été un secteur stratégique pour LG puisqu'il s'inscrit au cœur de la maison. Nous avons également lancé une gamme de téléviseurs Qned Mini-Led en plus de nos gammes Nano Cell afin de répondre aux besoins des consommateurs. (cf. interview de Jérémy Barreau, chef produit TV de LG dans notre Dossier UHD).

***Le blanc est un autre secteur stratégique pour une grande marque mondiale comme LG. Quelles sont vos actions dans le domaine en termes de communication ?***

Nous avons réalisé une autre campagne sur le Blanc avec nos réfrigérateurs Instaview qui permettent de voir le contenu en toquant sur la porte sans l'ouvrir, ce qui permet une économie d'énergie significative. LG lance également des lave-linges avec dosage automatique de la lessive, grâce à la fonction Intelligence Artificielle Direct Drive, qui adapte les mouvements du tambour au type de textile détecté pour un plus grand soin du linge. Globalement, l'intelligence artificielle est présente dans beaucoup de nos appareils. Enfin dernière nouveauté, l'armoire vapeur séchante, baptisé le LG Styler, entièrement connectée, permet de sécher, rafraîchir et assainir le linge pour limiter les allers et retours au pressing. La smart technologie et le développement durable sont vraiment des valeurs dans lesquelles LG souhaite s'inscrit sur le long terme. Notre spot LG de cet été montre une famille qui vit dans une maison où tout est simple. On se situe dans un univers cohérent dans lequel on retrouve toutes les familles de produits de LG (EGP, Informatique, Blanc (Climatisation, pompe à chaleur, équipement solaire, etc.) Et avec un objectif global : rendre la maison et plus généralement la vie quotidienne plus simple. ■

par Vladimir Lelouvier

# TRAX AMBITIEUX AVEC ACER GAMING

**Trax est ambitieux dans le gaming. Il vient de signer un accord pour la distribution d'accessoires Acer Gaming qui va lui permettre de passer un cap dans le domaine. Sébastien Masson, Product Manager chez Trax Distribution,** nous explique les tenants et aboutissants de ce partenariat.

***Comment avez-vous signé l'accord avec Acer Gaming ?***

Le groupe Acer et un industriel chinois ont signé un accord pour l'utilisation de la marque Acer Gaming dans le domaine des accessoires gaming. Via notre expérience et notre réseau en Asie, nous avons pu ensuite conclure un accord de distribution exclusive pour la France sur cette gamme très intéressante d'accessoires Acer Gaming.

***Quelles sont vos ambitions dans le gaming ?***

Le gaming est un de nos principaux relais de croissance avec la mobilité urbaine. Nous voulons passer à moyen terme d'un chiffre d'affaires sur le gaming actuellement aux alentours de 3 millions d'euros à 10 millions d'euros. Nous distribuons actuellement dans le gaming la marque G-Lab ainsi que les sièges Arozzi et Leet. Notre ambition est d'être numéro 1 sur les accessoires gaming d'entrée de gamme d'ici à deux ans. Acer Gaming est en effet très complémentaires de G-Lab, un spécialiste du domaine au positionnement prix agressif. Nous ne prévoyons pas de multiplier les partenaires, même si l'efficacité de notre travail autour d'Acer Gaming devrait faciliter les accords avec de futurs partenaires, cela n'a jamais été dans notre ADN. Nous travaillons énormément avec nos partenaires pour leur fournir le meilleur service possible. Pour Acer Gaming, nous gérons aussi par exemple la partie marketing et réseaux sociaux.

***Quels sont les points forts des produits Acer Gaming ?***

Le principal point fort est clairement la puissance du nom Acer Gaming qui nous permet de distribuer une marque A très connue. Un enjeu important dans un secteur où il y a peu de marques réellement installées. Cela s'avère incontestablement un argument pour la confiance tant de nos partenaires distributeurs que des consommateurs. Les sièges gaming Acer Gaming ont ainsi tout de suite été référencés chez nos partenaires. Ce qui n'aurait pas été forcément possible aussi rapidement avec une marque moins forte. Acer Gaming, c'est aussi une large gamme de produits, avec un très bon rapport qualité / prix.

***Quelles typologies de produits proposent Acer Gaming ?***

Pour cette fin d'année, nous distribuons des sièges gaming et des bureaux gaming. Parmi les 7 sièges gaming (de 199 à 349 euros) que nous proposons, le plus original est sans doute le Sound (un siège ergonomique avec 2 enceintes et 4 subwoofers). Début 2022, nous proposerons une gamme d'accessoires PC (casques, souris...) ainsi que des combos mêlant plusieurs références. ■

acer | Business Partner

# COLOSSAL
## Gaming headphones

**Distribué en exclusivité par TRAX DISTRIBUTION**
18, Allée du Grand Totem, Bâtiment Cloudy City 38070
SAINT QUENTIN FALLAVIER France

Tel : +33 (0)4.37.56.80.80
Fax : +33 (0)4.72.11.59.17
Mail : info@trax-distribution.com

Nous suivre
sur Linkedin →

par Yoan Langlais

# ACADIA POURSUIT SA MARCHE EN AVANT

**L'entreprise qui fêtera ses 25 ans en 2022, accélère sa transformation digitale afin de mieux répondre aux besoins de ses clients. Résultat, une activité en pleine croissance pour un acteur qui ne cesse d'améliorer la qualité de ses services.**

Après la création de son nouveau site internet en 2021, Acadia poursuit la modernisation de son outil de travail initiée depuis 2019. Le grossiste qui fêtera ses 25 ans en 2022 distribue près de 30 marques de références dans le domaine du gaming et de l'informatique (MSI, Gigabyte, WD, AMD, XFX, Asus, Iiyama, Cooler Master, Benq, NZXT, Netgear, Intel, Kingston, Microsoft, TP Link...). **Et après avoir intégré en 2021, AsRock pour les cartes mères, PNY pour la partie composants et VGA, et Samsung sur l'activité SSD et moniteurs, c'est au tour d'AOC de venir étoffer son offre sur les écrans.** ***« La demande est très forte dans ce domaine, nous devons suivre l'évolution de marché. La gamme de périphérique gaming vient compléter intelligemment notre offre »***, explique Julien Chan, directeur du développement d'Acadia. *« Mais aujourd'hui, notre objectif est surtout de travailler la profondeur de gamme de chacune de nos marques, à l'image de ce que nous réalisons actuellement avec Gigabyte dont nous proposons désormais la gamme complète de produits ».*

## UNE ACTIVITÉ EN FORTE CROISSANCE

En plus des éléments qui ont fait son succès par le passé (disponibilité des stocks, marques de références, qualité de services ), le grossiste informatique avance sur tous les fronts afin de moderniser tous les aspects de son activité à l'image de sa solution de dropshippment (livraison directe au client final). **L'activité d'intégration PC (montage de PC sur mesure), lancée en 2019, porte ses fruits et assure désormais une partie de la croissance d'Acadia, une activité en hausse de 50% en 2021.** La force commerciale est également renforcée. Tous ces éléments contribuent à renforcer la crédibilité de l'entreprise auprès de ses partenaires et clients. Pour la première fois, celle-ci a lancé des campagnes digitales en s'appuyant sur une agence spécialisée. Cela permet au grossiste de gagner en visibilité et d'élargir considérablement son potentiel de clients.

Acadia a également lancé en mars dernier son nouveau site internet. Les points d'améliorations très nombreux ont permis de rendre l'interface plus fluide et plus efficace. Mais l'outil a également été modernisé en profondeur sur des aspects moins visibles. Il permet par exemple d'indiquer au client le prix net d'un produit. Les tarifs varient en effet selon les remises des différents fournisseurs. Désormais plus besoin de jongler pour le revendeur, tout s'affiche dès le bon de commande. C'est un gain de temps et une transparence particulièrement utile pour le revendeur.

*« Ce type d'amélioration résume notre façon de procéder. Nous analysons d'abord les besoins de nos clients et ensuite nous réfléchissons à la façon dont Acadia peut s'inscrire dans la chaine de valeur pour développer le business de ces revendeurs, et par conséquent le nôtre. Une démarche qui se résume dans notre slogan : avançons ensemble*, explique Julien Chan. *Nous cherchons à développer de nouvelles offres et services en nous appuyant sur nos nouveaux outils. Notre ERP est devenu la pierre angulaire de notre développement grâce au monitoring de l'activité en temps réel. Ce dernier nous apporte la réactivité nécessaire pour poursuivre notre marche en avant ».*

## UN NOUVEL OUTIL DE CRM EN 2022

***« En 2022, nous lancerons deux nouveaux chantiers en développant d'une part un nouvel outil de CRM pour suivre en temps réel tous les besoins de nos clients et y répondre encore plus rapidement,*** *annonce Julien Chane. Notre CRM va pouvoir être connecté à notre site internet, à notre site corporate, à nos réseaux sociaux et à nos newsletters. D'autre part, nous travaillons à intégrer le PIM (Product Information Management) afin de faciliter la vie de nos clients revendeurs qui doivent jongler entre des dizaines de références sur plusieurs sites internet et places de marché. Nous cherchons à automatiser un maximum de taches fastidieuses pour leur faire gagner du temps ».*

Enfin pour mieux faire connaitre toutes ces évolutions, l'entreprise était présente lors du dernier IT Partners qui s'est tenu les 29 et 30 septembre dernier avec un nouveau stand plus sobre aux couleurs d'Acadia. *« Notre objectif était cette fois de mettre en avant la marque Acadia et nos services. Les retours de nos clients ont été très positifs. Grâce à ce dialogue et cette proximité au quotidien avec nos clients et fournisseurs, nous continuons d'améliorer nos mode de fonctionnement. Nous avons rencontré de nombreux prospects qui ont découvert certains de nos services comme l'intégration PC, un domaine d'activité qui fait progresser notre panier moyen. Cet évènement nous a aussi permis de communiquer à nouveau sur nos réseaux sociaux professionnels pour toucher un plus large cible. Nous réfléchissons déjà à la prochaine édition de l'IT Partners qui se tiendra les 15 et 16 juin 2022 ».*

Dans ce contexte favorable, Acadia fêtera officiellement son 25e anniversaire au 3e trimestre 2022. *« Ce sera l'occasion de réunir l'ensemble de nos partenaires qui nous font confiance et sont de plus en plus nombreux. Nous consolidons notre activité avec une croissance encore accélérée sur 2021. Tout cela est porteur d'avenir. Et de nombreux développements sont déjà à l'ordre du jour pour 2022 »*, conclu Julien Chan. ■

# On a tout ce dont vous avez besoin

**Computing**

**Mobile**

**Gaming**

Trust

par Érik Fontet

## SHANG-CHI ET LA LÉGENDE DES DIX ANNEAUX

**SORTIE :** 14/01/2021

**Genre :** Action / Fantastique / **Editeur :** Marvel Studios / **Distributeur :** The Walt Disney Company France
**Entrées salles :** 1,4 million / **Support :** DVD / Blu-ray / Blu-ray 4K / VOD

# NOUVEAU BLOCKBUSTER MARVEL EN APPROCHE

La machine Marvel est belle et bien repartie ! Après Black Widow, premier film de la phase IV du Marvel Cinematic Universe sorti en salles le 7 juillet dernier (le 12 novembre en DVD, Blu-ray et Blu-ray 4K), sortait à peine deux mois plus tard (le 1er septembre) le 25e film du MCU et deuxième de la phase IV : Shang-Chi et la Légende des Dix Anneaux. Et le moins que l'on puisse dire c'est que le super-héros, apparu pour la première fois en décembre 1973 dans le comic book Special Marvel Edition #15 sous la plume du scénariste Steve Englehart (Captain America, The Avengers), n'a pas manqué son rendez-vous. ***« Le film devrait terminer sa carrière à 1,4 million d'entrées.*** *Une belle performance au vu de la période,* assure David Lamoine, directeur Home Entertainment France & Benelux de The Walt Disney Company. *Nous le sortirons de notre côté en VoD, DVD, Blu-ray et Blu-ray 4K + Blu-ray avec deux éditions spéciales enseignes le 14 janvier 2022 (le 6 janvier en EST).* ***Côté mise en place, nous partons sur une implantation en day one de 70 à 80 000 pièces****. Pour soutenir cette sortie, nous nous concentrerons comme à l'accoutumé sur l'exécution en magasins avec le déploiement d'une gamme complète de PLV dont des box palettes jusqu'à 200 unités, des totems et la mise en place d'arches d'entrée évènementielles, mais également la mise en avant dans les catalogues des retailers. S'y ajoutera une communication sur nos propres médias. »*

visuel non contractel

## BOÎTE NOIRE

**SORTIE :** 12/01/2022

**Genre :** Thriller / **Editeur :** Studiocanal / **Distributeur :** Universal Pictures Vidéo / **Supports :** DVD / Blu-ray / Blu-ray 4K
**Entrées salles :** 1,15 million / **Prix :** 19,99 euros (DVD et Blu-ray) et 24,99 euros (combo Blu-ray 4K + Blu-ray)

# PLACE AUX POLARS CHEZ STUDIOCANAL

Studiocanal peut se frotter les mains. Ses deux polars français Bac Nord et Boîte Noire, sortis en salles à seulement trois semaines d'écart (respectivement le 18 août et le 8 septembre), ont réalisé un véritable carton au box-office. Le premier, **Bac Nord, polar musclé de Cédric Jimenez, emmené par le trio d'acteurs Gilles Lellouche, François Civil et Karim Leklou, a ainsi dépassé les 2,2 millions d'entrées,** surpassant largement le score de La French (1,53 millions d'entrées en 2014), précédent film policier du réalisateur. Encensé par la critique et les spectateurs, le long-métrage, a en effet fait preuve d'une impressionnant stabilité qui lui permet d'occuper actuellement la 2e place des plus grand succès français de l'année, derrière Kaamelott (2,65 millions). De son côté, **Boîte Noire de Yann Gozlan (Un Homme Idéal, Burn Out) avec Pierre Niney, Lou de Laâge et André Dussollier, qui se situe plus dans le registre du thriller psychologique, vient de dépasser les 1,1 million d'entrées**, porté par un bouche-à-oreille exceptionnel. De quoi nourrir des ambitions quant à leur sortie en vidéo. *« Pour* ***Bac Nord, dont la sortie est programmée le 18 décembre en DVD et Blu-ray (19,99 euros) mais également en combo Blu-ray 4K + Blu-ray (24,99 euros), une première pour un film français chez nous, nous partons sur une mise en place conséquente de 40 000 unités,*** *toutes éditions confondues, au lancement,* annonce François Leclerc, responsable commercial de Studiocanal. *Afin d'atteindre cet objectif, nous nous appuierons sur un important dispositif marketing s'articulant entre campagne TV et radio, campagne digitale dans les centres commerciaux, affichage dans les gares et forte présence digitale. Boîte Noire sortira de son côté le 12 janvier 2022 en DVD, Blu-ray et combo Blu-ray 4K + Blu-ray, moyennant* ***une implantation de 20 000 pièces*** *qui sera également soutenue par un important plan marketing en cours d'élaboration ».*


# ABONNEMENT MultiMédia À LA UNE

20, rue Pierre Lescot / 75001 Paris

Je m'abonne à MultiMédia à la Une, 1 an, 11 numéros
**France : 77€ - Europe : 87€ - Hors Europe : 97€**

Ci-joint mon règlement par chèque bancaire
ou chèque postal (Les mandats ne sont pas acceptés) à l'ordre de BSC PUBLICATIONS.

Nom : ..... Prénom : .....
Société : .....
Adresse : .....
Code postal : ..... Ville : ..... Pays : .....
N° tel : ..... N° d'identification TVA CEE : .....

Conformément à la loi informatique et liberté du 6 janvier 1978, vous disposez d'un droit d'accès rectificatif aux informations vous concernant.



**MULTIMÉDIA À LA UNE**
est édité par BSC Publications.
SARL au capital de 71 300 euros.
20, rue Pierre Lescot / 75001 Paris - RC Paris B 331 814 442.
Commission paritaire N°76 696. ISSN 1267-7663

© BSC Publications 2021. Dépôt légal à la parution.

**STANDARD**
01 71 20 30 97

**DIRECTEUR DE LA PUBLICATION**
Eric Choukroun

**REDACTION**
**Jeu vidéo - Hors jeu - Repères :** Vladimir Lelouvier - 06 46 91 83 37
vlelouvier@multimedialaune.com
**Vidéo - Cinéma- Musique :** Erik Fontet - 06 46 91 81 88
efontet@multimedialaune.com
**Distribution - EGP - Hardware :** Yoan Langlais
06 46 91 81 80 - ylanglais@multimedialaune.com

**NUMÉRO MM1 285**

**MAQUETTE**
Réalisation : David Garino

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

**IMPRESSION :** CCI
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.

ROCCAT

# VULCAN TKL PRO

*EXPERIENCE PRECISION*

**159,99 €**

Prix public conseillé. Le revendeur reste libre de sa politique tarifaire



ROCCAT KONE PRO — **79,99 €**




ROCCAT ELO 7.1 AIR — **99,99 €**

## RESSENTEZ LA **DIFFÉRENCE**

Le clavier Vulcan maintes fois récompensé et repensé dans un format sans pavé numérique est maintenant disponible en blanc ! Également équipé des interrupteurs optiques ROCCAT Titan pour une activation à la vitesse de la lumière. Il s'intégrera parfaitement avec le casque sans-fil 7.1 RGB Elo 7.1 Air et la souris ultra-légère Kone Pro.

Fondée en 2007, ROCCAT® conçoit des périphériques PC exceptionnels destinés à donner aux joueurs un avantage compétitif décisif. Dirigé par Rene Korte, fondateur et ex joueur esport professionnel, ROCCAT est devenu un concepteur avant-gardiste d'équipements de jeu pour PC en proposant une gamme de produits technologiquement avancés et visuellement fascinants. En 2019, ROCCAT a été acquis par Turtle Beach et est devenu la division PC officielle de la société.

**WWW.ROCCAT.COM**

SAMSUNG

# Neo QLED

## L'excellence sans compromis

**LUMINOSITÉ**
Une image plus lumineuse
pour un meilleur contraste

**EXPÉRIENCE**
Une grande taille d'écran
pour une expérience plus immersive

**DURABILITÉ***
Un TV pour tous
et plus responsable

* Retrouvez toutes les actions visant à améliorer la durée, la réparabilité et l'accessibilité des TV Samsung sur samsung.com/fr

© 2021 - Samsung Electronics France. CS 2003.1 rue Fructidor. 93484 Saint-Ouen Cedex. RCS Bobigny 334 367 497. SAS au capital de 27 000 000 €. Visuel non contractuel. Image d'écran simulée. Cheil