

Multimédia

À LA UNE

ISSN 1267-7663

**CELA
CHANGE TOUT.**

LE PROCESSEUR LE
PLUS AVANCÉ POUR
LES GAMERS.

AMD
together we advance_gaming

AMD
RYZEN
7000 SERIES





**DÉCOUVREZ
LA PLATEFORME
DE JEU ULTIME**

AMD 
together we advance_

SOMMAIRE

MM1 N°295 / OCTOBRE 2022

8

MATÉRIEL GAMING, UN ELDORADO DE L'IT

Le matériel gaming a beaucoup progressé et malgré un léger affaissement actuellement, a des perspectives très intéressantes. Grand tour d'horizon du secteur.



52

LA TV EN MODE COUPE DU MONDE

La Coupe du Monde de football constitue un temps fort traditionnel du marché de la TV. Ce dernier trimestre de 2022 cumule les promesses d'une Coupe du Monde et du Black Friday.



74

NINTENDO, UNE OFFRE TRÈS SÉDUISANTE POUR LE PRÉSENT ET L'AVENIR

Nintendo a pour cette fin d'année une offre riche avec les nouveaux Pokemon, Bayonetta et Splatoon. De bon augure pour 2023 qui verra notamment arriver de nouveaux Zelda, Kirby ou Fire Emblem.



66

NACON À L'HEURE DE L'EXPLOSION POUR LE JEU VIDÉO

Nacon est très ambitieux dans le jeu vidéo. Le Nordiste a multiplié les rachats de studios et prépare de très belles pépites. Benoit Clerc, Head of Publishing chez Nacon, nous explique la stratégie de son groupe



NEWS DOSSIERS

MATÉRIEL GAMING / 8

Matériel gaming, des perspectives très intéressantes
Sélection Ecran Gaming
Sélection Streaming
Jean-Philippe Tuttle - Logitech
Jorge Costa et Romain Seilles - Logitech
Sélection Casque
Grégory Morquin - RIG
Sélection Manette
Giuseppe Laversa et Bartłomiej Jozwiak - Under Control
Delphine Casino - Freaks & Geeks
Sélection Souris
Philippe Bares et Thomas Nicodème - Exertis
Sélection Simulation
Arnaud Blacher - Subsonic
Aymeric Siméon - Intel
Sélection PC Gaming
Karim Ouahioune - Acer
Grand Festival Gaming
Sélection Mémoire & Siège

COUPE DU MONDE / 52

La TV en mode Coupe du Monde
Adrian Lacoste - GfK
Delphine Kihl - TP Vision
Guillaume Rault - Samsung
TCL : Une Coupe du Monde en grand format
Sharp : la série EQ à l'attaque
Konix, roi de la Coupe Du Monde

INTERVIEWS ET FOCUS

HARDWARE / 64

Roselyne Ludena - HP

JEU VIDÉO / 66

Benoit Clerc - Nacon

MARCHÉ / 68

L'UHD Partners : 9^e conférence annuelle
Audio Vidéo Show

NOUVEAUTÉS

DVD - BLU-RAY / 71

Pulp Fiction arrive pour la 1^{re} fois en Blu-ray UHD 4K

JEU VIDÉO / 74

Nintendo, une offre très séduisante
Syberia, symbole de Microids

**RETROUVEZ
LE MOIS PROCHAIN
DOSSIER ULTRA HD**

BANDAI NAMCO ET META INVESTISSENT DANS LE GAMING



BANDAI NAMCO

L'innarrable ronde des acquisitions dans le jeu vidéo se poursuit. **Bandai Namco a ainsi accru son investissement dans le studio Limbic** (développeur de Park Beyond) et détient désormais une participation majoritaire dans le développeur allemand. Il a également investi dans Gangbusters une société qui développe des jeux sociaux basés sur la technologie blockchain. De son côté, **Oculus Studios, la division jeux vidéo en réalité virtuelle de Meta a fait l'acquisition de trois nouveaux studios** : Camouflaj (Republique, Iron Man VR), Armature Studio (Wilson's Heart, Path of the Warrior) et Twisted Pixel (Resident Evil 4 VR).

LES CINÉMAS PATHÉ GAUMONT CHANGENT DE NOM

A partir de janvier 2023, les Cinémas Pathé Gaumont seront rebaptisés **Pathé Cinéma**. Un changement de nom qui intervient alors que la bascule vers la nouvelle appellation Pathé France, réservé au digital, a déjà été opérée sur l'ensemble des réseaux sociaux du groupe de Jérôme Seydoux le 11 octobre dernier. Le passage des cinémas siglés Gaumont sous l'enseigne Pathé doit être achevé d'ici à l'automne 2023. S'il était attendu, ce changement d'identité marque un tournant dans l'histoire du groupe. Pour rappel, en 2001, les deux circuits de salles de cinéma Pathé et Gaumont s'étaient regroupés pour former EuroPalaces, le premier réseau de cinémas européen, avant de prendre le nom de Cinémas Gaumont Pathé, puis celui des Cinémas Pathé Gaumont en juillet 2018, suite au rachat en mars 2017 par Pathé des 34% du capital détenus par Gaumont, laissant à la société au cop le contrôle total des cinémas du groupe. **Le groupe exploite 133 complexes cinématographiques en France, aux Pays-Bas, en Belgique, en Suisse, en Tunisie et au Sénégal (depuis début octobre) pour un total de 1 328 écrans.**



PARAMOUNT+ ET UNIVERSAL+ : DEUX NOUVEAUX SERVICES SVOD DÉBARQUENT EN FRANCE



L'offre déjà pléthorique de services SVoD américains continue de s'étoffer. Après Netflix, Prime Video, Disney+ ou encore AppleTV+, le marché français va accueillir deux nouvelles plateformes d'ici la fin de l'année : **Paramount+** et **Universal+**, en attendant Discovery+ en 2023. Lancée en mars 2021 en Amérique du Nord et sur plusieurs autres marchés, puis au Royaume-Uni, en Irlande

et en Corée du Sud en juin 2022 et en septembre en Italie, **la plateforme Paramount+ fera son arrivée en France le 1^{er} décembre prochain. Le service dont l'abonnement a été fixé à 7,99 euros par mois (79,99 euros par an) sera également inclus dans l'offre Canal+ Ciné Séries, sans surcoût.** Côté contenus, Paramount+ s'appuiera sur le prestigieux catalogue de Paramount Pictures mais également sur les chaînes emblématiques du groupe comme Nickelodeon, MTV, Showtime ou encore Comedy Central ainsi que sur des productions originales comme la mini-série *The Offer*, basée sur l'histoire de la création du film *Le Parrain*, la série *Tulsa King* avec Sylvester Stallone ou *1923*, spin-off de *Yellowstone* avec Helen Mirren et Harrison Ford. Pour son lancement, le service proposera également de nombreuses productions et coproductions françaises inédites comme *Le Signal*, l'adaptation du best-seller de Maxime Chattam, ou la série *Mask : Marie Antoinette Serial Killer*, basée sur le roman éponyme de Katie Alender. Le groupe, qui compte déjà 43 millions d'abonnés à la plateforme dans le monde, espère atteindre les 100 millions d'abonnés d'ici fin 2024. **De son côté, Universal+, déjà disponible en Afrique du Sud, Amérique Latine, Espagne et en Inde, devrait débarquer en France avant la fin de l'année,** a annoncé NBCUniversal le 17 octobre dernier, sans plus de précision sur la date de lancement précise, ni sur le prix et ni sur ses modes d'accès. La plateforme rassemblera les programmes des chaînes Syfy, 13^{ème} Rue et E ! mais également DreamWorks. Issue des studios à qui l'on doit *Shrek*, *Madagascar* ou encore *Dragon*, cette dernière chaîne sera disponible pour la première fois en France de manière non-linéaire (à la demande) via Universal+, mais également en linéaire (diffusion traditionnelle en temps réel).

EN BREF

EUROPACORP

qui souhaite se recentrer sur son cœur de métier, la production et la distribution de films et séries à l'international, cède sa filiale Digital Factory, regroupant ses activités de post-production, au groupe audiovisuel Atlantis.

MGM+

Cinq mois après l'acquisition par Amazon de MGM pour 8,5 milliards de dollars, le service américain Epix (chaînes et plateforme de streaming), propriété du studio, sera relancé à partir du 15 janvier 2023 sous le nom de MGM+.

CARTES ILLIMITÉES :

le gouvernement a acté par décret la prorogation jusqu'au 31 décembre 2023 des agréments des cartes illimitées d'accès au cinéma, face à la persistance des difficultés rencontrées par les salles.

PRIME VIDEO FRANCE

a signé un accord avec Sony Pictures, lui permettant de diffuser, à compter de la fin de l'année, les films du studio sur la 2^e fenêtre payante après celle du cinéma.

BLACK PANTHER : WAKANDA FOREVER

sortira bien dans les salles de cinéma françaises le 9 novembre prochain, a confirmé The Walt Disney Company France. Pour rappel, en septembre, la firme avait émis la possibilité de sortir le film directement sur sa plateforme Disney+ afin d'éviter les contraintes de la Chronologie des médias qu'elle juge « inadaptée aux comportements et attentes des spectateurs ». Le studio a finalement décidé de confirmer sa sortie suite aux discussions menées sous l'égide du CNC le 4 octobre dernier, expliquant dans un communiqué que « *Les pouvoirs publics ont clairement reconnu la nécessité de moderniser la chronologie des médias et un calendrier précis a désormais été arrêté pour en discuter* ».

VALIDÉ,

la série phénomène de Franck Gastambide sur le Rap, dont les 2 premières saisons ont battu des records de visionnages (plus de 50 millions pour la 2^e saison) pourrait revenir pour une 3^e saison dès 2023. C'est tout du moins ce que laisse entendre le film de rentrée de Canal+.

NETFLIX

a passé un accord historique avec AMC, Cineworld et Regal, leur accordant une exclusivité sur la projection du film *Glass Onion : Une Histoire à Couteaux Tirées*, 2^e opus de la franchise portée par Daniel Craig. Le film sera projeté dans environ 600 salles (essentiellement aux Etats-Unis mais également dans certains cinémas Odeon au Royaume-Uni, en Irlande, en Australie, en Italie, en Allemagne et en Espagne) du 23 au 29 novembre, avec une semaine d'exclusivité, avant d'arriver sur Netflix un mois plus tard le 23 décembre.

LA FNAC S'EMPARE DE LA PARIS GAMES WEEK

Pour le grand retour de la PGW, la Fnac, habituée du salon, a décidé de voir les choses en grand. **La Fnac devient le partenaire exclusif de la Grande Scène PGW, un espace de 2 000 m² disposant de 800 places assises** qui accueillera des compétitions esport, des animations et des démonstrations durant toute la durée de l'événement. La Fnac sera présente chaque jour avec un total de 15h de live. A cette occasion, La Fnac va collaborer avec toutes les grandes marques du gaming : Acer (Predator League), Asus (Valorant avec JL Tomy & Doigby) HP (Call of Duty : Black Ops 3 avec Zerator et Gius), Lenovo (Call of Duty Modern Warfare 2 avec Skyrroz et Laink), Playstation (sur le jeu God of War Ragnarök) et Microsoft (sur le jeu Minecraft avec Fuze III). **Par ailleurs, on retrouvera un espace de 350 m² dans lequel sera installée la boutique Fnac de l'événement sur 190 m². Et un second espace de 160 m² va faire vivre le gaming avec des espaces de démonstrations de consoles et PC dernière génération.** On y retrouvera notamment les produits Predator avec le PC portable Helios 300 SpatialLabs ou le PC de bureau gamer SpatialLabs View, qui proposent du jeu en 3D sans lunettes, et sur lesquels les visiteurs pourront tester le jeu God of War, Flight Simulator et Forza Horizon. L'univers PlayStation sera également représenté au sein de cet espace.



Stand 2019

UN NOUVEAU FLAGSHIP PARISIEN POUR LE RÉSEAU SAVE



Leader de la réparation en France avec 186 magasins, le réseau Save (ex Point Service Mobiles) a inauguré un nouveau flagship à Paris. Celui-ci a vocation à devenir la vitrine du savoir-faire du réseau. Situé à Paris, avenue de Wagram, 300 m² sont entièrement dédiés à la réparation de smartphone et à l'accompagnement du client dans cette démarche. **Cette nouvelle boutique entend transformer la réparation en une véritable expérience client.** La surface du magasin est aménagée en 3 espaces distincts. Un espace accueil où le client reçoit un diagnostic des réparations à réaliser : le devis lui est remis sur place, avec au choix : réparation du smartphone, rachat par l'enseigne ou acquisition d'un produit reconditionné. L'espace réparation situé sur le point de vente, conforme aux normes de sécurité élevées, où les techniciens disposent d'outils de pointes fournis par les constructeurs pour effectuer des réparations rapides et de qualités. Un espace est dédié à la pose de film de protection sur-mesure. Enfin, un linéaire est dédié aux smartphones reconditionnés et aux accessoires : avec une large gamme de produits de protection, de chargeurs ou encore d'écouteurs. **Fort de ce nouveau concept, le réseau Save vise les 200 points de vente à court terme qui lui permettront de couvrir le territoire français.**

LA COMMUNICATION EST LA CLÉ

PS5™ READY

GXT 391 Thian
Micro-casque gaming sans fil
Une immersion totale en étant écoresponsable

- Haut-parleurs de 40 mm
- Autonomie de plus de 13h
- Réglage volume et micro sur oreillette
- Batterie rechargeable
- Filtre anti pop pour une communication claire
- Récepteur USB

+13

13h d'AUTONOMIE IN GAME

OREILLETES COMFORTABLE

SANS FIL, SANS SOUCIS

PS5™ READY

GXT 131 Ranoo
Souris gaming sans fil
Améliorez vos performances en un clic et restez eco-friendly

- Connection sans fil d'une portée de 10 m
- Triple bouton de tir
- 9 boutons programmables
- Une seule pile pour un poids plus faible
- Récepteur USB

MADE WITH RECYCLED MATERIAL

SPEED SELECT 800 - 4800 DPI

BOUTON TRIPLE-TIRE

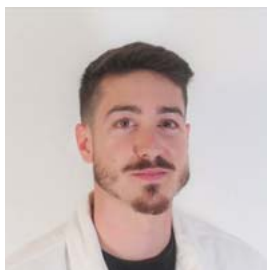
10M DE PORTÉE SANS FIL

GAMING X Trust.

NOMINATION



► **Eddy Laignier**
arrive au poste de **Channel Sales Manager BtoB d'AOC/Philips**. Il a travaillé auparavant chez MSI et Acer..



► **Lucas Piron**
prend le poste de **Sales Manager France BtoC d'AOC/Philips**. Et ce après avoir été acheteur au sein du Groupe Cybertek.

PAS D'EMBEILLIE POUR LES SALLES DE CINÉMA



Après un été déjà compliqué, la fréquentation cinématographique est restée plus que morose à la rentrée. **7,38 millions d'entrées ont en effet comptabilisées dans les salles en septembre, soit un niveau en deçà de celui enregistré en 2021 (-20,7% par rapport à septembre 2021)** et avant crise (-34,3% par rapport à septembre 2019), selon les estimations du CNC. Il s'agit tout simplement du plus bas niveau enregistré pour un mois de septembre depuis 1980 (première année des statistiques mensuelles) après 2020 (5,62 millions). Pour la 1^{ère} fois de l'année aucun film n'a franchi

la barre du million d'entrées sur la période. A titre de comparaison, l'an dernier, Dune de Denis Villeneuve (avec près d'1,7 million d'entrées en septembre 2021) et Shang-Chi et la Légende des Dix Anneaux (plus d'1,1 million d'entrées) avaient dynamisés le box-office. Cette année, sur le mois, seuls 5 films américains sont sortis en salles, contre 10 films en 2021 et 12 en 2019. Le plus gros succès de la période revient au thriller Kompromat de Jérôme Salle avec Gilles Lellouche avec un peu plus de 500 000 entrées. **Sur les 9 premiers mois de l'année, les salles totalisent ainsi 104,97 millions d'entrées, soit 30,3% de moins que sur la même période en 2019.** La part de marché des films français étant estimée depuis janvier à 39,6% et celle des films américains à 37,9%. Difficile devant ces chiffres d'imaginer que le box-office 2022 puisse atteindre les 150 millions de spectateurs comme l'espère la plupart des professionnels. La situation inquiète toute la filière qui réclame des Etats Généraux du cinéma.

CHIFFRES DU MOIS

◆ **2,4 millions.**

Netflix, qui lancera finalement son offre d'abonnement basée sur la publicité le 3 novembre en France (5,99 euros par mois), a annoncé avoir gagné plus de 2,4 millions d'abonnés supplémentaires dans le monde au cours du 3^e trimestre. Un résultat bien au-delà de ses prévisions d'un million d'abonnés et qui fait suite à une perte de près 1,2 million d'abonnés au 1^{er} semestre. La plateforme de streaming compte désormais 223,09 millions d'abonnés dans le monde. Elle vise pour le compte du 4^e trimestre 4,5 millions de nouveaux utilisateurs.

◆ **1,68 milliard**

Selon les dernières projections de l'institut Digital TV Research, on dénomblera 1,68 milliard **d'abonnés à un service SVoD** dans le monde en 2027, soit une augmentation de 475 millions entre 2021 et 2027. Alors que le cabinet tablait en juin sur la mainmise de Disney+ sur le marché face à Netflix (274 millions d'abonnés contre 253 millions), il a revu ses prévisions ne lui attribuant plus que 207 millions d'abonnés, en raison de la perte des droits de la Première League de cricket par Disney+ Hotstar.

◆ **564 979.**

Avatar, ressorti au cinéma le 21 septembre dernier dans une version remasterisée (en 4K et HDR), 13 ans après sa première projection, a réuni près de 565 000 spectateurs en 2 semaines. Un résultat de bon augure pour la sortie d'Avatar : La Voie de l'Eau le 14 décembre prochain. A noter que James Cameron a annoncé lors de la convention mondiale de Disney « D23 » qu'il travaillait déjà sur le 4^e volet.

◆ **16%.**

En 2021, les streamers mondiaux représentaient 16% des investissements dans les **contenus originaux européens** (fictions, divertissements et documentaires), selon un récent rapport de l'Observatoire européen de l'audiovisuel réalisé sur la base de données fournies par Ampere Analysis pour les 27 Etats membres de l'UE, ainsi que le Royaume-Uni et la Norvège. Netflix représentant encore environ la moitié de ces investissements, malgré un rattrapage en cours des autres streamers. Selon le rapport, les investissements des streamers dans les productions européennes ont augmenté plus rapidement que leurs acquisitions.

◆ **656 518.**

Le film d'horreur **Smile** de Parker Finn, sorti dans nos salles le 28 septembre dernier, a réalisé plus d'entrées en deuxième semaine (243 762) qu'en première (226 686), et ce sans avoir bénéficié de vacances ou d'opérations tarifaires. C'est une première dans l'Histoire du cinéma de genre en France. Après 3 semaines à l'affiche, il cumule un peu plus de 656 000 entrées. Au box-office mondial, le film totalise déjà plus de 139 millions de dollars de recettes (dont 72,5 millions aux Etats-Unis).

◆ **8.**

Après les récompenses de la série Dix pour Cent et du documentaire Kubrick par Kubrick en 2021, l'audiovisuel français a obtenu 8 nominations pour la 50^e édition des **International Emmy Awards** qui aura lieu le 21 novembre prochain à New-York. Un record pour la France. Parmi les nominés, on trouve le documentaire Charlie Chaplin, le Génie de la Liberté produit par Kuiv Productions (dans la catégorie Arts), la série On the Verge produite par The Film TV (comédie), la série Lupin produite par Gaumont (série dramatique) ou encore Les Lapin Crétins – Invasion : Mission sur Mars produit par Ubisoft Motion Pictures Rabbids (Animation pour Enfants).



CALL^{OF}DUTY[®]

UNE COLLECTION CANON

À l'occasion de la sortie de Call of Duty Modern Warfare II, Subsonic présente sa collection ultime pour les gamers adeptes des jeux à sensations à la recherche d'un look extrême pour leur décoration d'intérieur.

À l'appel - du devoir - : un escadron composé de chaises gaming, bureau gaming et rocking chair.



**Envie d'en savoir plus ?
Contactez notre agent spécial
Pierre De Laporte**

☎ 06.85.94.94.82

✉ pdelaporte@subsonic.fr

w w w . s u b s o n i c . c o m

ACTIVISION[®]
© 2021 Activision Publishing, Inc. ACTIVISION et CALL OF DUTY sont des marques commerciales d'Activision Publishing, Inc.



MATÉRIEL GAMING, DES PERSPECTIVES TRÈS INTÉRESSANTES

Celia Noraz, Consultante GfK France Market Intelligence, fait le point sur les grandes tendances du présent et du futur pour les accessoires gaming. Un secteur qui a beaucoup progressé depuis des années et qui, malgré un léger affaissement actuellement, a des perspectives très intéressantes.

Comment envisagez-vous l'avenir du secteur de l'accessoire gaming ?

A moyen et long terme, la tendance est très bonne. En effet, en 2022, même si les résultats baissent sur certains secteurs, ils restent largement supérieurs à ceux de 2019 qui était déjà une très belle année. Dans les segments clés (clavier, casque, souris...), les ventes des 3 premiers trimestres 2022 réalisées en circuit Grand public sont assez proches des niveaux atteints en fin d'année 2019. De fait, 2020 et 2021 ont été des années absolument extraordinaires et ont vu les ventes exploser. Certains achats d'équipements ont en partie été anticipés, mais la tendance de fond des produits Gaming reste vraiment positive. Sans « l'effet Confinement », la croissance des ventes aurait sans doute été linéaire et soutenue. Il n'y a donc pas lieu de s'inquiéter sur le moyen/long terme, même si certains secteurs s'affaiblissent ponctuellement. La demande va rester soutenue.

Quels sont les relais de croissance ?

Il existe des poches de croissances très intéressantes, notamment les produits offrant des spécifications premium comme les casques gamers sans fil ou les claviers mécaniques. Nos données Market et Consumer révèlent aussi certains points de différenciation à fort potentiel pour les marques. Ainsi, dans une période où il n'y a pas de technologies rupturistes à même d'amener des changements de paradigmes, les aspects ergonomiques (souris plus légères, claviers en taille 60 ou 75%...) et initiatives liées au design (nouvelles matières, esthétique moins stéréotypée / non genrée, apposition de licence...) sont des arguments importants dans la décision d'achat des consommateurs. Les marques et enseignes qui sauront les mettre en avant de manière à-propos pourront profiter des vraies poches de croissance durables. Autre relais de croissance important : le sans-fil pour les claviers, les souris ou les casques où on voit même arriver du True Wireless gaming.

Quelle est la tendance sur les prix ?

On constate une baisse des prix moyens sur les produits gaming après plusieurs années de hausse soutenue. Cela peut s'expliquer par des opérations promotionnelles réalisées par certains acteurs et par l'attention plus soutenue des consommateurs à la problématique des prix en période d'inflation.



En revanche, rappelons que le prix moyen des produits gaming reste largement supérieur à celui des produits classiques. L'amplitude moyenne est de +50% entre accessoires IT classiques et Gaming et même jusqu'à +130% sur les souris gaming. Autre phénomène : le prix moyen des produits classiques progresse aussi, porté par l'appétence des consommateurs pour les spécifications de qualité.

... Et sur les produits Premium ?

Comme dans un grand nombre de secteurs de l'équipement (bricolage, électroménager...), nos données et analyses montrent une tendance à la « professionnalisation » du matériel. Quand les hardcore gamers se sont équipés de produits classiques, ils investissent désormais dans des accessoires plus haut de gamme comme les volants ou les joysticks. Et les consommateurs « moyens » suivent aussi cette tendance, en achetant des équipements dont les spécifications technologiques vont au-delà de leurs usages réels. Bien sûr, ces secteurs restent évidemment des niches mais progressent bien. Plus globalement, nous assistons à la montée en puissance des produits dotés de meilleures spécifications (siège plus confortable, écran plus grand...). En plus de leur fonction Gaming, ceux-ci répondent au besoin de confort induit par la pratique plus régulière du télétravail. ■

Ecosystème du matériel gaming en France - Janvier/Aout 2022



	Janvier - Aout 2022					
	Volume		Valeur		Prix	
	En milliers d'unités	Evolution en %	En millions d'euros	Evolution en %	En euros	Evolution en %
Clavier Gaming	311	-20,1	22	-23,2	71	-3,8
Souris Gaming	471	-13,5	22	-17,2	47	-4,2
Casque gaming	866	-15,6	48	-19,3	55	-4,4
Accessoire de loisirs Grand Total	3 553	19,0	169	11,0	48	-6,7
dont Manette	1 549	-2,2	85	-1,3	55	0,9
dont Siège gaming	86	12,6	15	14,4	172	1,6
dont Joystick	26	18,9	3	17,0	119	-1,6
dont Volant	143	13,3	21	30,4	148	15,1
dont Casque AR/VR	58	-3,6	21	-4,1	361	-0,5
Total accessoire gaming	5 249	5%	281	-2%	54	-7%
Consoles	785	-29%	268	-32%	341	-4%
dont consoles génération 9	743	-25%	264	-28%	356	-4%
PC Portable Gaming	209	-5,5	228	-8,7	1 092	-3,4
PC Portable Gaming-Capable	14	-43,7	21	-53,5	1 532	-17,4
PC de bureau Gaming	42	-18,8	52	-12,5	1 247	7,8
PC de bureau Gaming-Capable	2	-81,1	4	-82,4	1 629	-6,6
Ecran Gaming	522	-18,1	120	-14,8	229	4,0
Total Tout Gaming	5 989	1,6	686	-12,6	115	-14,0

Source : GfK

Ecosystème du matériel gaming en France - 2019 à 2021



	2019		2020				2021					
	Volume		Valeur		Volume		Valeur		Volume		Prix	
	En milliers d'unités	En millions d'euros	En milliers d'unités	Evolution en %	En millions d'euros	Evolution en %	En milliers d'unités	Evolution en %	En millions d'euros	Evolution en %	En euros	Evolution en %
Total Tout Gaming	8 616	2	10 614	23,2	1 310	26,7	10 165	-4,2	1 290	-1,5	127	2,9
PC Portable Gaming	299	3	343	14,7	370	17,2	367	7,0	409	10,3	1 114	3,1
PC Portable Gaming-Capable	106	-2	100	-5,8	140	9,1	34	-65,8	63	-55,3	1 831	30,9
PC de bureau Gaming	64	12	78	22,0	81	25,5	84	6,5	100	23,5	1 201	16,0
PC de bureau Gaming-Capable	37	-11	31	-16,2	52	-10,0	17	-44,6	30	-42,5	1 744	4,0
Ecran Gaming	564	24	1 008	78,6	222	77,9	1 012	0,4	223	0,6	220	0,2
Souris Gaming	623	31	897	43,9	42	42,8	879	-2,0	43	3,2	49	5,3
Clavier Gaming	434	28	607	39,7	43	42,4	632	4,2	46	8,8	73	4,4
Casque gaming	1 350	19	1 866	38,2	99	44,4	1 718	-7,9	98	-1,9	57	6,6
Accessoires gaming et loisirs (joystick, siège...)	5 138	3	5 685	10,6	261	21,8	5 423	-4,6	279	6,7	51	11,9
Consoles			2 259		667		2 262	0%	756	13%		
dont consoles gén 9			1 725		532		2 057	19%	721	36%		

Source : GfK

VIEWSONIC MISE SUR SON SAVOIR-FAIRE DANS LE GAMING

**SONIA OUAKNINE HADJADJ
ET LILIANE PEREIRA MACHADO**

Respectivement country manager et responsable marketing & communication France ViewSonic

Dans un contexte moins porteur que les années précédentes, nous capitalisons sur notre savoir-faire dans le gaming. ViewSonic structure son offre gaming autour de ses gammes Elite, dédiée aux joueurs passionnés, et Omni, excellent choix pour les gamers (et pour une utilisation hybride) avec des configurations dédiées et des design minimalistes. Notre Omni VX2418C (24 pouces, VA, Full HD, incurvé en 1500R, 165 Hz et 1ms) est ainsi une de nos très belles nouveautés de cette fin d'année. Les consommateurs désirant un produit aux très bonnes spécifications mais moins onéreux ou cherchant soit une utilisation hybride avec le télétravail, soit des écrans misant sur d'autres thématiques comme l'ergonomie



ou l'esthétique sont séduits par nos écrans VX, VG ou XG. Cela nous permet de répondre à toutes les demandes des joueurs aussi bien ceux qui actuellement ne veulent pas trop investir que les hardcore gamers. Ces derniers apprécieront

par exemple parmi nos nouveautés notre Elite XG321UG (32 pouces, 4K, 144 Hz avec rétro éclairage Mini-Led, Nvidia G-Sync Ultimate...) ou notre Elite XG341C-2K (34 pouces, UWQHD, 200 Hz, incurvé Mini-Led, HDMI 2.1...). ■

AOC ET PHILIPS, TRÈS ACTIFS SUR LE GAMING

PIERRE LEONARD
Country manager France
AOC & Philips

Dans un contexte moins favorable que les années précédentes sur les écrans gaming, AOC et Philips se portent vraiment bien avec de très belles ventes. Nous sommes en effet en mesure d'accompagner les revendeurs sur leurs demandes de produits, en particulier le 144 Hz en passe de devenir le standard du marché, qu'avec des concepts ultra technologiques. Nous cherchons en effet à ne pas être en réaction par rapport aux demandes du marché mais à être très actifs tant en R&D que commercialement. Nous proposons en conséquence des produits innovants comme le AG274QXM (27 pouces, dalle IPS rapide QHD, DisplayHDR 1000, Mini LED, affichage de 1,07 milliard de couleurs, G-SYNC, 170 Hz et 1ms) ou le AG275QX (27 pouces, QHD, 1 ms, 165 Hz, Mode Console acceptant la 4K 120 Hz, dalle Fast IPS 10-bit 1,07 milliard de couleurs, G-Sync...) un de nos premiers moniteur 5^e génération Agon. Nous



lançons aussi des écrans avec des esthétiques disruptives comme les produits Porsche Design, mais aussi avec des licences comme pour nos écrans League of Legends. Coté



commercial, nous soutenons nos produits par des promotions ponctuelles, car il est hors de question de faire perdre de la valeur au marché. ■



Rejoignez plus de 100 millions de clients qui font confiance à **McAfee** pour protéger leur vie privée, leur identité et leur sécurité en ligne.



Les solutions McAfee sont commercialisées en France par **Avanquest Software** et **Epay Digital**.



www.mcafee.com

IYAMA RENFORCE SA GAMME DANS LE GAMING

FRANCK LOPEZ

Senior account manager
Retail & E-com France
Iiyama

Malgré un contexte compliqué, la dynamique sur le gaming reste bonne. Iiyama renforce donc sa gamme dans le domaine. Pour les 50 ans d'Iiyama, nous faisons toujours du gaming un des piliers de notre activité en nous appuyant toujours sur notre G-Master et ses gammes reconnaissables à leur avatar. Notre offre va du 24 au 43 pouces. Et nous n'hésitons pas à miser sur des technologies comme des dalles en Fast IPS. Ainsi, dans notre gamme Red Eagle, nous sortons le GB 2870 UHSU-B1 (28 pouces 4K, 150hz, HDMI 2.1...) un excellent produit pour les consoles Next Gen avec son mode 4K/120hz. Ces moniteurs utilisés de plus en plus avec des consoles sont un vrai beau relais de croissance. Notre gamme Gold Phenix dédiée au sport se renforce elle aussi avec des références comme le GB2590HSU-B1 (240Hz, 24,5 pouces, 0,4 ms en Fast IPS...) ou le GB2790QSU-B1 (240Hz, 2K, 1



ms, Black Tuner, en Fast IPS...). Notre gamme Black Hawk qui mise sur un bon rapport qualité/prix se renforce aussi avec plusieurs références comme le

G2450HSU-B1 (dalle en VA et 1 ms, 24 pouces Full HD...). Des produits qui séduisent aussi ceux qui ont pour leur écran gaming une utilisation hybride. ■

SAMSUNG À FOND SUR L'INNOVATION

ERIC ERBRECH

Display marketing manager
France
Samsung



Notre gamme Odyssey très large peut satisfaire tous les profils de joueurs. Nous l'avons complété récemment avec des produits comme le G4 (un produit en 25 et 27 pouces, qui séduira les joueurs de FPS avec ses 240 Hz et ses 1 ms) ou les versions Neo de nos G7 et G8 (Dalle VA en 4K, mini LED, HDR 2000...). Nous n'hésitons pas à innover radicalement. L'exemple parfait est l'Ark S55BG970NU. Cet

écran immense (55 pouces) est le prototype des écrans du futur à la frontière des moniteurs et des TV, prêts pour tous les usages (Entertainment, bureautique, gaming, réseaux sociaux...). En effet, à des spécifications très intéressantes (1 ms, 4K, 165 Hz, QLED Mini-LED, qui peut pivoter en mode cockpit...), il ajoute une surcouche liée au cloud puisqu'il peut aussi bien se connecter aux services de SVOD que de cloud gaming vis son Samsung

Gaming Hub (Xbox, Nvidia GeForce Now). De son côté, l'Odyssey Oled G8 est notre premier moniteur de jeu Oled Il sera disponible dans un format 34 pouces Wide incurvé, avec une dalle OLED, mais aussi des caractéristiques gaming de pointe, avec un temps de réponse incroyablement bas de 0,1 ms et un taux de rafraîchissement de 175 Hz notamment et la possibilité de se connecter au Samsung Gaming Hub. ■

AGON PRO



LA VRAIE MAÎTRISE EST
IMBATTABLE

PROUVÉ PAR
AG344UXM

34"(86.7cm) | **MINILED IPS** | **UWQHD @ 3440 x 1440** | **170Hz** | **1ms GtG**
Adaptive Sync | compatible G-SYNC | **VESA DisplayHDR 1000** | **USB-C** | **G-Menu**

LE STREAMING, NOUVEAU RELAIS DE L'IT GAMING

L'explosion de Twitch et plus globalement du streaming est en train de faire exploser les ventes de micros, webcam et autre fond vert. De plus en plus de constructeurs s'y engouffrent et lancent des produits intéressants.



LIVE STREAMER CAM 515

■ **Constructeur** : AverMedia

■ **Points forts** : Webcam USB 3.0 UHD, résolution d'image de 8 mégapixels, jusqu'à 60 FPS, champ de vision ultralarge de 94°...



B20

■ **Constructeur** : Epos

■ **Points forts** : Micro de qualité studio, commandes audio intégrées, monitoring en temps réel, prise casque intégrée à faible latence, logiciel Epos Gaming Suite...



HYPERX PROCAST

■ **Constructeur** : HP

■ **Points forts** : Excellents détails en haute fréquence, amélioration des performances basse fréquence, diagramme polaire cardioïde, filtre anti-pop métallique HyperX Shield, support de choc anti-vibration, connectique mâle XLR 3 broches symétrique...



BLUE SONA

■ **Constructeur** : Logitech

■ **Points forts** : Microphone XLR, technologie ClearAmp qui offre un gain supplémentaire, capsule comprenant deux diaphragmes, diagramme directionnel supercardioïde, support antichoc pivotant à 290 degrés...



CS 30

■ **Constructeur** : On Lan

■ **Points forts** : Camera full HD 1080P, rapport qualité/prix, plage dynamique intégrée, profondeur de champ ≥ 50 mm, objectif de 1/3 HD...



GXT 255+ ONYX

■ **Constructeur** : Trust

■ **Points forts** : Membrane avec modèle d'enregistrement Cardioïde, monture anti vibrations, bras de micro et filtre anti-pop inclus, port de monitoring pour casque à latence zéro, anneau lumineux intégré réglable sur 6 couleurs...

JOUER

| SANS LIMITES



Découvrez nos différentes gammes :



XG251G



XG321UG

Nos moniteurs



gaming

Gamme ELITE

Gamme OMNI



Série XG270



Série XG320
et XG321



Série XG251



Série VX18



Série VX19



Série VX05



@Viewsonicfrance



@ViewsonicFR



@Viewsonic





LOGITECH FOR CREATORS ÉTOFFE SA GAMME DE PÉRIPHÉRIQUES POUR LES CRÉATEURS

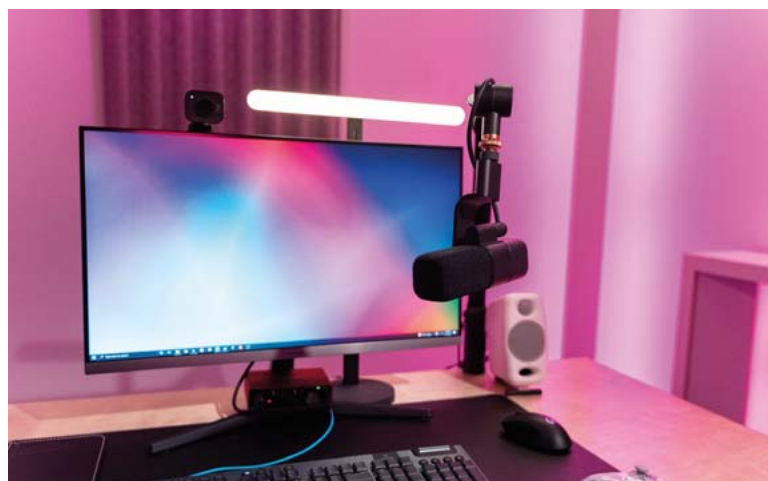
Youtubeurs, streameurs, podcasteurs... le marché des créateurs de contenus a plus que jamais le vent en poupe. Logitech l'a bien compris et continue de faire évoluer sa gamme dédiée Logitech For Creators. La marque vient en effet de dévoiler 2 nouvelles solutions : le microphone Blue Sona et la lampe LED Litra Beam, spécialement pensées pour les créateurs. Pour nous en parler, nous avons interviewé **Jean-Philippe Tuttle, responsable marketing de Logitech For Creators.**

La marque Logitech For Creators a été lancée, il y a maintenant un peu plus d'un an. Où en êtes-vous aujourd'hui ?

Logitech For Creators est une extension de la marque Logitech qui a été créée en 2021 afin de répondre aux besoins de tous les créateurs de contenus et leur permettre d'exprimer et partager pleinement leurs passions, qu'ils soient débutants ou professionnels. Nous offrons ainsi aujourd'hui une gamme complète de produits et solutions, allant des microphones avec la gamme Blue aux caméras sans fil avec la Mevo Start, en passant par la StreamCam, les lampes LED et autres accessoires de streaming, sans oublier notre logiciel Streamlabs. Un portfolio que nous continuons d'enrichir avec toujours le même leitmotiv, aider les créateurs dans leur création de contenu. Nous les plaçons en effet au cœur de tout ce que nous faisons.

Vous venez ainsi de dévoiler 2 nouveaux périphériques. Pouvez-vous nous en parler ?

Nous avons en effet profité de la première édition du Logi Play, événement centré autour du gaming et de la création de contenus qui s'est tenu fin septembre à Berlin, pour dévoiler 2 nouveaux produits spécialement conçus pour les créateurs. Cela s'est fait en présence de nombreux créateurs, journalistes et partenaires. Le premier d'entre eux est le Blue Sona, un microphone XLR dynamique haut de gamme qui offre une expérience sonore de qualité professionnelle. Conçu spécifiquement pour répondre aux besoins des streameurs et podcasteurs, ce dernier dispose d'une capsule à double diaphragme et d'une directivité supercardioïde qui permettent de se concentrer uniquement sur la voix et d'atténuer les bruits de fond ambiants et les vibrations indésirables. Il intègre également un préampli avec la technologie ClearAmp qui apporte nativement un gain sonore de +25 dB. Aucun amplificateur de micro externe n'est ainsi nécessaire. Facile d'installation et d'utilisation, le Blue Sona combine une technologie avancée à une conception spécialement pensée pour les créateurs de contenus avec un support pivotant à 290 degrés pour une liberté totale d'orientation du micro. Il bénéficie, en outre, d'un design élégant personnalisable. Le micro est en effet proposé en 2 couleurs



(graphite et blanc cassé) et dispose de 2 bonnettes interchangeable rouge et graphite. L'idée était d'offrir aux créateurs le meilleur micro broadcast du marché. Nous avons en effet souhaité, en concertation avec les créateurs, concevoir un micro à la fois performant et polyvalent qui leur ressemble et réponde aux usages qu'ils en font. Le Blue Sona est disponible au prix public conseillé de 349 euros.

Qu'en est-il du second produit ?

Le second accessoire dévoilé est une lampe LED de 15,5 pouces développée pour le streaming, la Litra Beam. Cette nouvelle lampe est dotée de la technologie exclusive TrueSoft qui fournit une lumière équilibrée, à spectre complet, pour un haut niveau de précision des couleurs et un aspect plus naturel quel que soit le ton de la peau. Elle permet aux créateurs de régler avec précision leur éclairage, avant ou pendant le streaming, et de créer une ambiance spécifique en fonction de leurs envies. Elle dispose en effet de boutons permettant de régler la luminosité et la température de couleurs, de la lumière chaude d'une bougie à une lumière bleue plus froide avec une plage allant de 2 700K à 6 500K. Elle se connecte par ailleurs en USB ou par Bluetooth à l'application Logitech G Hub, leur offrant ainsi une plus grande souplesse dans les réglages mais également la possibilité d'effectuer des préréglages pour faciliter l'usage de production, mais aussi de la déplacer pour créer l'ambiance lumineuse souhaitée. Enfin, son support de bureau réglable en hauteur, en inclinaison et en rotation offre une multitude de possibilités d'orientation. A noter que le diffuseur sans cadre de la Litra Beam permet d'éliminer les ombres portées et répond aux certifications UL les plus strictes. Il n'y a ainsi aucun risque de perturbations photobiologiques même dans le cadre d'une utilisation prolongée. La Litra Beam est disponible au prix public conseillé de 119 euros. ■



G-MASTER™
#MONITORS4GAMERS
by iiyama

RED EAGLE™



Trouvez votre moniteur sur
www.iiyama.com



Libérez tout votre potentiel de jeu

	G2470HSU-B1 GB2470HSU-B1	G2770HSU-B1 GB2770HSU-B1	G2770QSU-B1 GB2770QSU-B1	GB2870UHSU-B1
Diagonale	23.8"	27"	27"	28", 71cm
Dalle	Fast IPS	Fast IPS	Fast IPS	Fast IPS
Résolution	1920 x 1080 @ 165Hz (2.1 Mpx Full HD, DP)	1920 x 1080 @ 165Hz (2.1 Mpx Full HD, DP)	2560 x 1440 @ 165Hz (3.7 Mpx WQHD, DP)	3840 x 2160 @ 150Hz (8.3 Mpx 4K UHD)
Temps de réponse	0.8ms MPRT	0.8ms MPRT	0.5ms MPRT	1ms
Support réglable en hauteur	Non / 130mm	Non / 130mm	Non / 130mm	130mm
Extra	Modes de jeux prédéfinis et personnalisés, Black Tuner	Modes de jeux prédéfinis et personnalisés, Black Tuner	Modes de jeux prédéfinis et personnalisés, Black Tuner	HDMI 2.1, modes de jeux prédéfinis et personnalisés, Black Tuner
	  	  	  	  
	AMD FreeSync Premium	AMD FreeSync Premium	AMD FreeSync Premium Pro	AMD FreeSync Premium



Romain Seilles

LOGITECH FAIT FEU DE TOUT BOIS DANS LE GAMING



Jorge Costa

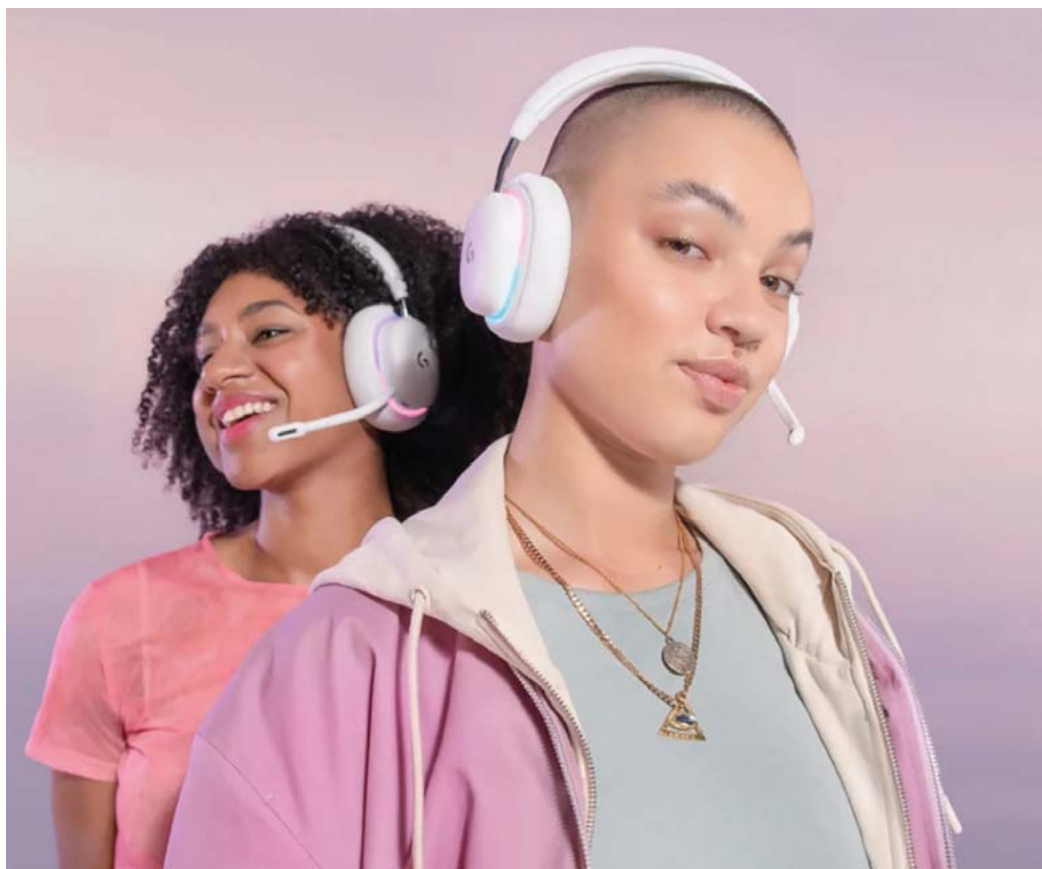
Console portable dédiée au cloud gaming, nouveau casque Astro, gamme d'accessoires plus inclusive, successeur de sa souris iconique, nouveau volant porte-étendard... Logitech a multiplié les annonces liées au gaming lors de son événement à Berlin. Romain Seilles et Jorge Costa, Responsables Marketing Gaming chez Logitech France, nous présentent ces nouveaux concepts.

Vous lancez une console portable dédiée au cloud gaming. Dans quelle optique ?

Romain Seilles : En tant que leader, Logitech se doit d'animer le marché avec des nouveautés innovantes. La Logitech G Cloud va dans ce sens. Cette console répond à une vraie problématique de marché : une console portable premium qui permet d'accéder aux meilleurs catalogues (Microsoft Xbox Cloud Gaming, Nvidia GeForce NOW...) et donc à une offre de jeu immense. Pour cette console portable (elle fonctionne exclusivement en wifi), nous avons eu un parti pris très qualitatif sur le hardware avec des spécifications haut de gamme : écran full HD 16/9°, puce Qualcomm Snapdragon, batterie haute capacité (12h de jeu), poids plume (moins de 450 grammes), mémoire de 64 go... Logitech G Cloud montre notre capacité à toujours proposer une offre innovante et complémentaire à ce qui se fait sur le marché, à apporter de nouvelles expériences aux joueurs, à tester de nouvelles solutions... Nous la lancerons dans un premier temps en Amérique du Nord où le cloud gaming est en pointe, puis à l'horizon 2023 en Europe.

Comment allez-vous développer la gamme Astro ?

Jorge Costa : ASTRO s'est positionné dès sa création en 2007 comme une marque premium pour des joueurs sur console exigeants en termes de design, de performance, de personnalisation et de durabilité. ASTRO est rentré dans le giron



de Logitech depuis 2017 et nous avons laissé la marque évoluer indépendamment de Logitech G jusqu'à la sortie de l'A10 en mars dernier. Le logo Logitech G est désormais sur les boîtes des nouveautés comme le nouvel A30 que nous venons de lancer mais nous allons plus loin en faisant d'ASTRO un label au sein de Logitech G comme la gamme PRO qu'on ne présente plus. Cela nous permettra de profiter pleinement de la puissance marketing de Logitech G et d'engager une plus large communauté. Vous retrouverez donc l'A30 dans notre nouvelle campagne de fin d'année « LEVELS TO PLAY ».

Pouvez-vous nous présenter l'A30 ?

J.C. : A30 est une nouvelle proposition hybride pour les joueurs console et PC mais aussi pour tous ceux qui veulent un casque nomade pour

écouter de la musique ou profiter des services de streaming vidéo. Il propose tout ce qu'on attend d'un casque ASTRO comme une qualité de son et de micro sans faille, une autonomie confortable avec plus de 27 heures, un design moderne et léger, une grande solidité pour les longues sessions de jeu et la possibilité de le personnaliser grâce aux plaquettes d'oreillettes interchangeables. Sa grande force c'est de pouvoir mixer plusieurs sources en simultané (Lightspeed, Bluetooth et filaire) via un application IOS/Android pour permettre par exemple d'écouter en même temps de la musique issue d'un téléphone via Bluetooth, son chat Discord sur son PC, tout en jouant avec sa console. Le nouveau flagship de la marque sera disponible à 249 euros dans notre réseau partenaire. ►



MAÎTRISEZ LE JEU



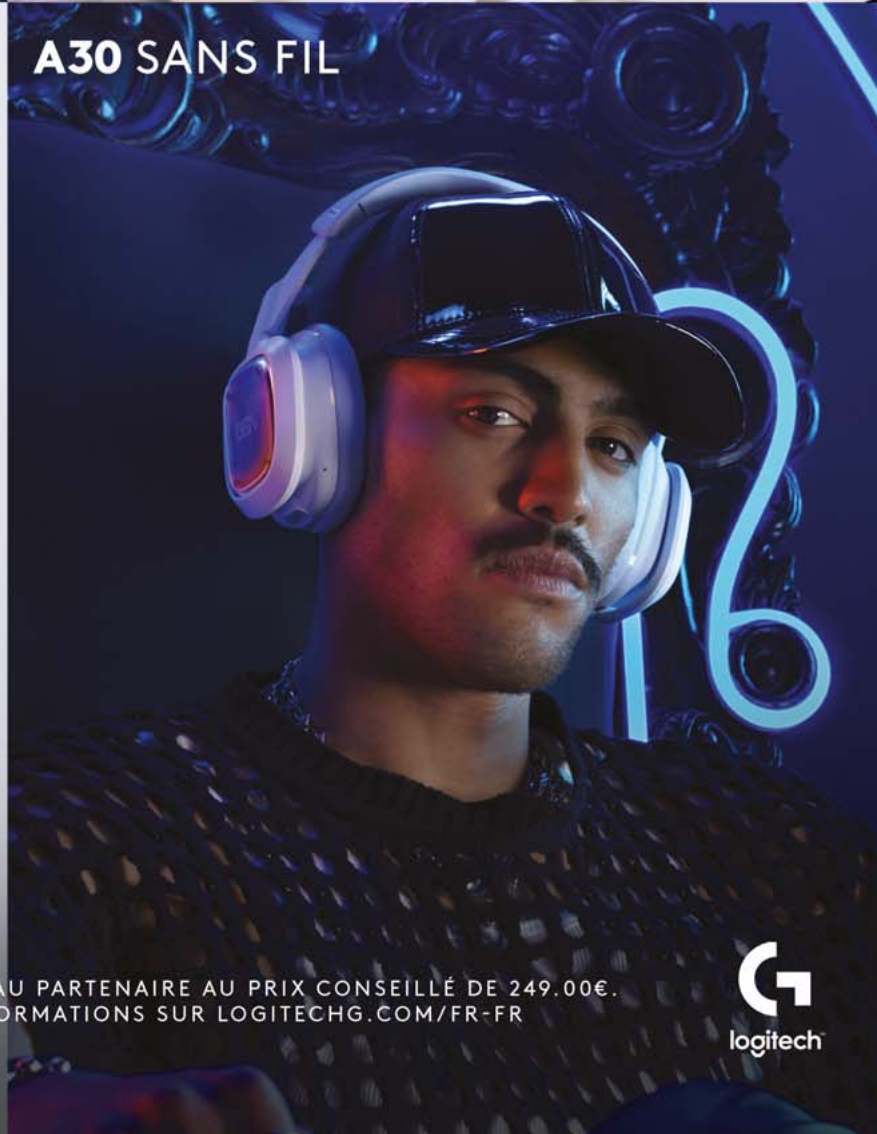
astro

A30 SANS FIL



KEEP PLAYING

DISPONIBLE DANS NOTRE RÉSEAU PARTENAIRE AU PRIX CONSEILLÉ DE 249.00€.
RETROUVEZ PLUS D'INFORMATIONS SUR [LOGITECHG.COM/FR-FR](https://logitechg.com/fr-fr)



logitech

► **Lors de votre évènement à Berlin vous avez aussi annoncé la collection Aurora. Pouvez-vous nous présenter ce concept ?**

R.S. : Aurora est un écosystème complet (souris, clavier, casque, micro...) pensée avant tout pour les joueurs et qui s'élargira à moyen terme. Basée sur nos références en termes de technologie, voire sur des technologies disruptives (comme la possibilité sur le casque G735 de se connecter à plusieurs sources audio en simultanée), la collection mise sur une esthétique élégante, des tailles adaptées, la possibilité de customiser les accessoires avec de la couleur... Une collection qui devrait séduire la cible féminine (qui représente plus de 40% des joueurs) et plus particulièrement les gameuses, ce qui est assez rare sur le marché. Aurora répond donc à un vrai besoin et prouve comme l'avait déjà fait notre collection POP que l'inclusivité est un enjeu global pour Logitech. Cela témoigne aussi notre volonté de différenciation sur un marché



toujours plus concurrentiel. Nous mettrons en conséquence l'accent sur la collection Aurora sur le long terme.

Quelles sont les nouveautés dans le domaine du racing ?

J.C. : Nous lançons le PRO Wheel, notre tout premier volant Direct Drive compatible PC/ Playstation/Xbox (1 099 euros) ainsi qu'un pédalier PRO (389 euros). Le volant est doté des meilleures technologies avec un nouveau moteur Direct Drive qui délivre un couple impressionnant de 11 Nm et un temps de réponse très faible. Ce qui permet de révéler le plein potentiel de notre technologie Trueforce, un retour haptique haute définition exclusif à Logitech G lancé en même temps que le G923 en 2020. Les palettes de changement de

vitesse sont dotées de capteurs magnétiques assurant réactivité et durée de vie. Le pédalier est entièrement personnalisable et le frein inclus une cellule de charge de 100Kg qui enregistre précisément la force de freinage appliquée... Il sera clairement notre porte étendard technologique pour toute notre gamme de volants et portera notre image de marque. Pour célébrer sa sortie nous nous associons à Playseat pour le lancement d'un cockpit Logitech G. PRO Wheel sera la star de nos activations de fin d'année via notre partenariat avec Lando Norris, pilote de F1 pour McLaren et lors de notre participation au Grand Prix Explorer de Squeezie le 8 octobre. Pour finir, nous animerons la fin d'année sur le racing avec de nombreuses animations commerciales, des bundles jeu + accessoire, des dispositifs magasins...

Enfin, comment Logitech a-t-il créé la successeur de sa souris phare ?

R.S. : Nous avons avec la G502X (qui existe en version noire et blanche) réinventé la souris gaming la plus populaire du marché : notre G502 Hero. Nous l'avons doté de nos meilleures technologies comme le sans-fil Lightspeed, le capteur Hero 25K et une nouvelle technologie appelée « Lightforce », un switch hybride optique/mécanique combinant la vitesse de l'optique et le feeling des switches mécaniques. Nous avons aussi fait évoluer son design, l'avons allégée (106 grammes), fait augmenter son autonomie (120 heures)... La G502 X (qui existe en version filaire, sans fil et sans fil avec RGB) devient le cœur de notre gamme et notre porte-étendard alors que la G502 continuera sa carrière et sera soutenue par des opérations commerciales et des promotions. ■



UNE ICÔNE, REINVENTÉE.

G502 X PLUS
AVEC LIGHTSYNC RVB

La version réinventée de la G502 accompagnée de nos nouveaux
switchs hybrides LIGHTFORCE. Disponible en version Noire et Blanche.



KEEP PLAYING

DISPONIBLE DANS NOTRE RÉSEAU PARTENAIRE AU PRIX CONSEILLÉ DE 169.99€.
RETROUVEZ PLUS D'INFORMATIONS SUR [LOGITECHG.COM/FR-FR](https://logitechg.com/fr-fr)



LES CASQUES MONTENT LE SON

Marché parmi les plus concurrentiels et les plus atomisés dans le matériel gaming, les casques sont le compagnon indispensable du jeu multi-joueurs, mais aussi dorénavant du streaming ou du télétravail. La demande est donc toujours massive chez les joueurs.

H3 PRO HYBRID

■ **Constructeur** : Epos

■ **Points forts** : Son haut de gamme, double connexion optimisée pour les consoles avec un mixage audio filaire simultané, 34 heures d'autonomie, Bluetooth + option de branchement filaire, charnière à 2 axes...



CASQUE GAMING AKATSTUKI

■ **Constructeur** : Konix

■ **Points forts** : Licence Naruto, transducteurs de 50mm, fréquence du casque de 20 Hz à 20 KHz, coussinets épais, microphone amovible...



ASTRO A30

■ **Constructeur** : Logitech

■ **Points forts** : Transducteurs de 40mm, sans-fil Lightspeed 2.4GHz et Bluetooth, paramétrage de l'audio de plusieurs appareils simultanément en ajustant chaque source indépendamment des autres, 27 heures d'autonomie, personnalisation via des étiquettes de haut-parleurs...



RIG 800 PRO HD

■ **Constructeur** : Nacon

■ **Points forts** : Arceau léger, muni d'un serre-tête ajustable sur suspension et équipé de coussinets bi-matière, transducteurs de 40 mm avec accentuation des graves, station d'accueil multifonction, permettant la connexion sans fil, la recharge et le rangement du casque, 24 heures d'autonomie ...



GXT 391 THIAN

■ **Constructeur** : Trust

■ **Points forts** : Conception écologique avec fabrication à partir de matériaux recyclés, casque de jeu sans fil léger, transducteurs de 40 mm, coussinets d'oreille en similicuir durable avec une couche supérieure en mailles confortables, 113 heures d'autonomie de jeu grâce à la batterie rechargeable...



STEALTH 700 GEN 2

■ **Constructeur** : Turtle Beach

■ **Points forts** : Ecouteurs Nanoclear de 50 mm, microphone qui se cache dans le boîtier lorsqu'il est désactivé, sans fil Bluetooth, arceau renforcé en métal, coussinets à mousse à mémoire de forme dotés de microcapsules de gel rafraîchissantes AeroFit, 20 heures d'autonomie...



EPOS

Quel que soit votre jeu il y a un H3 pour vous

Découvrez la série H3



H3

Casque gaming filaire à
acoustique fermée



H3 Hybrid

Casque de gaming USB
avec Bluetooth®



H3PRO Hybrid

Micro-casque de gaming sans
fil à acoustique fermée



Retrouvez les produits EPOS à la Paris Games Week
du 2 au 6 novembre sur le stand de la FNAC (Stand EO48)





RIG EN RECONQUÊTE

RIG fait un retour fracassant avec de très belles nouveautés pour cette fin d'année et de belles ambitions pour le futur. Grégory Morquin, **Director Global Business de Nacon**, nous explique la philosophie de la marque.

Où en est RIG ?

Nacon a racheté début 2020 la marque, les brevets, et repris les équipes et notamment ses fondateurs dont je fait partie. Nous avons de très belles ambitions et plein de nouveaux projets qui se concrétisent par 3 nouvelles séries de produits.

Quels bénéfices chacune des deux entités ont-elles tirés concrètement de cette union ?

RIG est issu de Plantronics et ses plus de 60 années d'expérience dans l'audio. Ce qui forge l'ADN de qualité de la structure. RIG permet d'irriguer Nacon de son expérience sur le son, de son savoir-faire sur les casques gaming, de l'exigence qualitative ou de son expertise en termes marketing. L'intégration de RIG, marque reconnue par les joueurs et les professionnels et qui devient de facto la marque spécialisée dans l'audio de Nacon, permet d'accélérer le travail de tout le groupe dans l'audio. De l'autre côté, le rachat par Nacon a fait souffler un vent



chaud dans les voiles de RIG. En effet, alors que le jeu vidéo n'était pas le cœur du métier de Plantronics, Nacon est lui composé de passionnés de gaming qui fourmillent d'idées et nous poussent à innover et à investir dans de nouveaux projets. Cela nous apporte aussi une force de frappe commerciale très importante en France. Des enjeux cruciaux pour RIG. Il s'avère en effet fondamental de reprendre une place notable dans les rayons, que nous avons conservée aux Etats-Unis, sur le marché français. Nous sommes clairement dans une politique de reconquête.

Quelles sont vos nouveautés pour cette fin d'année ?

Nous avons travaillé depuis des années afin de lancer de nouveaux produits innovants. Nous allons nous appuyer sur 3 gammes importantes, déclinées sur toutes les plateformes. Avec son prix hyper agressif (le premier casque RIG à moins de 30 euros), ses très belles spécifications (haut parleurs de 40 mm, écouteurs surdimensionnés...) et son poids minimal (- de 200 grammes) notre RIG 300 Pro sera sûrement un best seller. Nous avons pour lui des objectifs importants en termes

de volumétrie, en particulier sur la cible des jeunes. Notre porte-étendard technologique sera le RIG 800 Pro sans fil (199 euros). Un bijou de technologie qui apporte une réponse à tous les besoins réels des joueurs confirmés. Et ce tant en termes de qualité audio (haut parleurs 40 mm, accentuation des graves pour le son 3D...) que de confort (ultraléger avec 281 gamme, une gageure pour un sans fil, arceau sur suspension...), d'autonomie (24 heures, rechargeable sur son dock...) que de latence (transmetteur 2,4 ghz, station d'accueil multifonction...). Nous aurons aussi une valeur sûre avec la deuxième génération de notre RIG 500 Pro (79,99 euros) avec ses écouteurs de 50 mm sur exosquelette, son code d'activation pour Dolby Atmos, ses coussinets bimatériau...

Comment allez-vous soutenir cette politique de reconquête ?

Nous allons travailler sur le long terme de manière importante tant pour le soutien marketing, que de concepts trade marketing ou d'opérations commerciales. Par ailleurs, nous annoncerons prochainement concrètement notre stratégie de mise en avant dans le domaine de l'esport. Un enjeu vraiment important pour nous. ■



RIG PRO SERIES

GEAR UP. GET GOOD.



300 PRO SERIES

CASQUE GAMING PREMIUM

PC | PS5 | PS4 | XBOX SERIES X/S | XBOX ONE | NINTENDO SWITCH



500 PRO SERIES

CASQUE GAMING FILAIRE DE COMPETITION

PC | PS5 | PS4 | XBOX SERIES X/S | XBOX ONE



RIG 800 SERIES

CASQUE GAMING SANS FIL ET STATION D'ACCUEIL

PC | PS5 | PS4 | XBOX SERIES X/S | XBOX ONE



LES MANETTES POUR LES CONTRÔLER TOUS

L'arrivée à maturité de toutes les consoles de Génération 9, et donc l'assurance de parc installée de machines très important, est une bénédiction pour le marché des manettes. En plus, celui-ci est dopé par l'arrivée de technologies innovantes sur les manettes haut de gamme et les licences de l'Entertainment sur celles d'entrée et moyenne gamme. Et ce alors que l'on voit poindre de potentiels relais de croissance comme les manettes dédiées au jeu mobile.



MANETTE SWITCH GRYFFONDOR - ROUGE

■ **Constructeur** : Freaks & Geeks

■ **Points forts** : Licence officielle Harry Potter, manette Switch sans fil avec en plus un câble USB-C de 1 mètre qui permet de jouer et recharger simultanément, double vibration, 4 gâchettes ergonomiques...



MANETTE NARUTO

■ **Constructeur** : Konix

■ **Points forts** : Licence officielle Naruto, manette Switch et PC, vibration, raccourcis de contrôle, manette filaire avec câble de 3 mètres, prise en main ergonomique...



REVOLUTION X

■ **Constructeur** : Nacon

■ **Points forts** : Manette filaire haut de gamme pour Xbox Series, Xbox One et PC, accès Dolby Atmos inclus, 4 touches de raccourcis personnalisables, fournis avec des accessoires (6 poids additionnels, 6 angles de joysticks, 6 têtes de joysticks...), profil standard ou avancé ou personnalisés, réglages complets des joysticks et gâchettes...



NINTENDO SWITCH STAR SPECTRUM REMATCH CONTROLLER

■ **Constructeur** : PDP

■ **Points forts** : Licence officielle Mario et de Nintendo, fonctionnalités personnalisables, prise 3,5 mm intégrée pour le chat USB et les fonctionnalités audio, commandes audios sur le D-pad, boutons de palette arrière programmables, façade interchangeable avec toutes les manettes Rematch et Faceoff Deluxe+...



DUALSENSE EDGE

■ **Constructeur** : Sony I.E.

■ **Points forts** : Manette sans fil pour PlayStation 5 qui garde les fonctions intégrées de la DualSense, commandes ultra-personnalisables, possibilité d'enregistrer plusieurs profils, interface utilisateur sur la manette, sticks et boutons arrière interchangeables...



RECON CLOUD

■ **Constructeur** : Turtle Beach

■ **Points forts** : Manette sans fil pour Xbox Series, Xbox One, PC et appareils mobiles Android, Bluetooth, configuration de touches, améliorations audio, Superhuman Hearing, support de téléphone ajustable et amovible, autonomie de plus de 30 heures, poignées ventilées ergonomiques...



STEALTH™
600
GEN 2 **MAX**

MSRP
139,99€

COMPATIBILITÉ MAXIMALE

48+
HRS



**Xbox Series X|S & Xbox One | PS5™ & PS4™
Nintendo Switch™ | Windows® PC & Mac**

Le casque gaming multiplateforme Turtle Beach® **Stealth™ 600 Gen 2 MAX** cumule une incroyable autonomie et un son de premier ordre sur Xbox, PlayStation®, Nintendo Switch™ et PC. Sa batterie de plus de 48 heures d'autonomie, sa connexion sans fil ni latence 2,4 GHz et ses haut-parleurs 50 mm en font le casque de jeu idéal.

RECON™
CONTROLLER

MSRP **59,99€**

Xbox Series X|S & Xbox One | Windows® PC

La manette Turtle Beach® **Recon™ Controller** est la première manette à allier un audio de qualité supérieure à des commandes en jeu inégalées. Branchez-y un casque 3,5 mm et profitez des améliorations audios. Optimisez votre expérience de jeu avec des fonctionnalités telle que le mode de calibrage Pro-Aim™ et deux palettes à l'arrière.





Giuseppe Laversa

UNDER CONTROL MULTIPLIE LES NOUVEAUTÉS



Bartłomiej Jozwiak

Under Control est en pleine progression et propose de nombreuses nouveautés. **Giuseppe Laversa et Bartłomiej Jozwiak, respectivement directeur commercial et marketing d'Under Control, nous présente les enjeux pour leur structure pour cette fin d'année.**

Quelles sont vos nouveautés ?

Nous sommes très concentrés sur les manettes et avons plein de nouveaux concepts dans les tuyaux. Chaque nouveauté sera dotée d'au moins un vrai plus-produit. Nous pensons que ce n'est pas par l'achat de licences mais par des technologies intelligentes que nous apporterons une plus-value au marché. Nous prévoyons ainsi sur Switch de nouvelle manette ii-CON et son « form factor » original (49,99 euros). Nos ii-CON intégreront la technologie macro qui permettra aux joueurs de vivre pleinement l'expérience du jeu, une nouvelle manette Bluetooth bicolore (couleur violette et rouge) pour Switch et une version « Craft » (avec des taches de peintures). Sur PS4, la manette Bluetooth Rocket Ride (de couleurs noire et jaune) vient de sortir ce mois-ci. Une nouvelle manette PS4 Bluetooth « Streety » sera disponible pour fin novembre. Sur PS5, nous travaillons sur un concept de manette compatible, conçue en France. Nous sommes en période de test et elle devrait arriver à moyen terme.



... Et en dehors des manettes ?

Nous prévoyons de nouveaux casques avec des plus produits comme une souplesse de torsion à 360 degrés et des oreillettes interchangeables et lavables. Côté accessoires PC gaming, nous distribuons notre partenaire Marvo. Nous étudions aussi des concepts internes avec de vraies plus values donc plutôt premium et orienté esport.

Comment allez-vous développer vos marques ?

Développer notre notoriété s'avère fondamental. Nous devons devenir plus qu'un fournisseur : une marque reconnue. Pour mieux nous faire connaître nous allons donc utiliser de nouveaux outils. Nous venons ainsi de lancer un site de vente en ligne. Ce qui nous permet de générer du chiffre d'affaires, mais surtout d'augmenter notre notoriété et de mieux comprendre ce qui séduit dans notre offre. Nous serons bien sûr beaucoup plus

actifs sur les réseaux sociaux et améliorerons notre référencement naturel. Nos deux marques ont également un stand à la Paris Games Week.

Comment positionnez-vous l'offre de Burn Controller par rapport à celle d'Under Control ?

L'acquisition de Burn Controller s'est effectuée de manière très fluide et les premières synergies sont à l'œuvre. Il existe une vraie complémentarité des deux offres. Burn Controller propose des manettes premium personnalisables (tant d'un point de vue technique que graphique) pour les enseignes. La Fnac, Leclerc ou Auchan apprécient par exemple beaucoup ce type de produits en série limitée. Nous proposons aussi en direct aux consommateurs des manettes totalement personnalisées. Et nous comptons aller encore plus loin avec par exemple possiblement des personnalisations via des NFT. ■



Under control

Retrouvez-nous à la Paris Games Week

HALL 1 H 014



AUGMENTED GAMER*

* Joueur augmenté



FREAKS & GEEKS PASSE UN CAP

Freaks & Geeks de Trade Invaders est une marque montante dans le paysage fortement concurrentiel des accessoires console. Avec la sortie de nombreux produits utilisant des licences fortes comme Harry Potter ou encore Hunter x Hunter, la société biterroise est en passe de franchir un cap. Delphine Casino, Responsable du développement de Freaks and Geeks chez Trade Invaders, nous explique les ambitions de la marque.

Comment expliquez-vous la montée en puissance de votre marque Freaks & Geeks ?

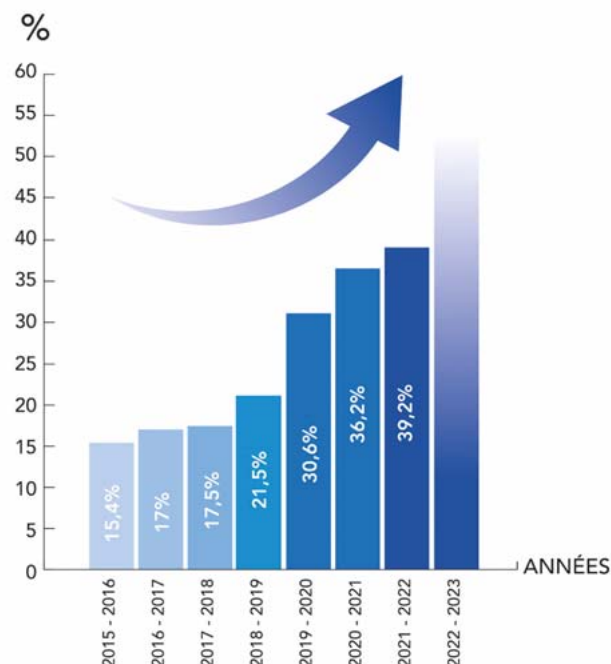
Depuis plusieurs années, Trade Invaders connaît des croissances de 20 à 30% et nous mettons tout en œuvre (recrutements, nouveaux outils...) afin de doubler encore notre chiffre d'affaires global dans les 3 prochaines années. Notre marque Freaks & Geeks est un atout majeur dans cette croissance et devrait passer un cap prochainement. En effet, elle devrait représenter 60% de notre chiffre d'affaires global dans les prochains mois. Ceci, selon moi, parce que nous proposons des accessoires gaming en accord avec les exigences du marché et les attentes des joueurs, au juste prix. Au sein de Trade Invaders, notre marque est au centre de toute notre attention et de toute notre actualité même si notre volonté a été au départ de mixer la création et la fabrication avec la distribution d'acteurs-tiers. Ceci nous permet d'avoir une vision à plus long terme de notre activité, de mieux maîtriser notre activité en dépendant moins d'acteurs-tiers, mais aussi de développer une offre correspondant totalement à notre vision du marché et aux demandes des enseignes.

Quels sont vos produits phares pour Freaks & Geeks dans les prochains mois ?

Pour faire la différence dans les rayons dans un contexte où il y a peu d'innovations technologiques, notre choix a été de miser sur des licences à la fois fortes et complémentaires. Nous utilisons des licences manga comme



EVOLUTION DE LA MARQUE
FREAKS AND GEEKS



Hunter x Hunter (8 produits) ou Yu Gi Oh (2 produits) et de l'Entertainment comme Harry Potter (13 produits). En 2023, année de la Coupe Du Monde de Rugby en France, nous lancerons en plus des produits sous la marque All Blacks.

Quelle est l'importance de la licence Harry Potter pour Freaks & Geeks ?

C'est une des licences les plus fortes de la Pop Culture. Elle est appréciée aussi bien par les enfants que par les parents. Une licence avec une actualité puissante et régulière, avec dans les prochains mois la sortie du jeu Hogwarts Legacy début février 2023 qui sera un véritable événement dans les rayons. Outre les ventes qui promettent d'être très importantes, disposer de la licence Harry Potter met en valeur le sérieux de Freaks & Geeks et nous ouvre des portes tant dans la distribution française qu'à l'international. Un enjeu important car l'internationalisation constitue un relais de croissance fondamental pour nous. Nous proposons donc de nombreux produits Harry Potter comme des manettes PS4 et Switch, des sacoches Switch, et bientôt des accessoires PC (clavier, souris...) et nous renouvelerons régulièrement la gamme. ■

NOTRE NOUVELLE GAMME



PVC : 39.99€
POUR SWITCH



Harry Potter



PVC : 39.99€
POUR SWITCH



PVC : 39.99€
POUR SWITCH



PVC : 44.99€
POUR PS4



PVC : 44.99€
POUR PS4



PVC : 44.99€
POUR PS4



PVC : 22.99€
POUR SWITCH

WIZARDING WORLD and all related trademarks, characters, names, and indicia are © & ™ Warner Bros. Entertainment Inc. WB SHIELD: © & ™ WBEI. Publishing Rights © JKR. (622)



PVC : 22.99€
POUR SWITCH



PVC : 19.99€
POUR SWITCH



PVC : 44.99€
POUR PS4



PVC : 44.99€
POUR PS4

Rainbow

PACK

NOUVELLES COULEURS ÉLECTRIQUES

OFFRE
MAGAZINE
-20%
DE REMISE*



PVC
À L'UNITÉ :
39.99€
REF 140121

*Pour l'achat du
Rainbow pack
6 couleurs
avec le code
RAINBOW20
à communiquer
à votre commerciale

offre soumise à conditions

TRADE
INVADERS

FREAKS
AND
GEEKS

www.trade-invaders.com
www.freaksandgeeks.fr

Contactez-nous :
04 67 00 23 51

Trade Invaders
freaksandgeeks_gaming

QUAND LES SOURIS SONT LÀ, LES RAYONS DANSENT

Marché le plus concurrentiel de tout l'écosystème gaming, les souris attirent toujours autant les constructeurs par le dynamisme de la demande, malgré des soubresauts depuis un an. Et les grands constructeurs n'hésitent pas à innover technologiquement.

AEGIR

■ **Constructeur** : Konix

■ **Points forts** : Ultra légère (70 grammes), câble ultra-flexible, capteur 10 000 DPI, éclairage LED arc-en-ciel, pieds de souris en téflon...



G502X

■ **Constructeur** : Logitech

■ **Points forts** : Technologie Lightspeed, capteur Hero 25K, Lightforce (un switch hybride optique/mécanique), poids (106 grammes), autonomie (39 heures), éclairage via la technologie Lightsync RGB...



GM-110

■ **Constructeur** : Nacon

■ **Points forts** : Le prix, 4 niveaux de DPI réglables, effets lumineux, 6 boutons, grip latéral, souris filaire...



BASILISK V3 PRO

■ **Constructeur** : Razer

■ **Points forts** : Molette inclinable Razer HyperScroll, éclairage Chroma à 13 zones, switches optiques Razer Gen-3 pour un cycle de vie allant jusqu'à 90 millions de clics, capteur Focus Pro 30K...



KONE XP AIR

■ **Constructeur** : Roccat

■ **Points forts** : Molette 4D Roccat Krystal, système de rétro-éclairage RGB Aimo, station de charge rapide, 29 fonctions programmables avec Roccat Easy-Shift[+], forme ergonomique, souris sans fil...



GXT 131 RANOO

■ **Constructeur** : Trust

■ **Points forts** : Conception éco-responsable, sans fil, éclairage RGB par vague arc-en-ciel et 9 boutons, forme ergonomique, bouton de triple tir, sélection des DPI d'une simple pression sur un bouton...





Make It Yours.



MM712

COCHEZ TOUTES LES CASES

La souris **MM712** est la toute nouvelle génération de notre première souris ultra légère plébiscitée par la presse et les joueurs les plus exigeants. Elle monte en gamme et en prestige.

Elle conserve tous les avantages de la première MM710 : capteur Gaming haut de gamme, connectivité sans fil hybride **2,4 GHz** et **Bluetooth 5.1**, patins en PTFE pour une glisse inégalée, micro-commutateurs optiques pour une saisie quasi instantanée et câble tissé ultraweave pour un minimum d'accrocs.

La **MM712** transforme le châssis perforé et embarque un profil plein spécialement conçu pour afficher un poids total de 59 grammes.

Réactive, agile et tactile, la souris **MM712** est la meilleure version de notre gamme de souris ultra-légère MM.



TECHNOLOGIE SANS FIL HYBRIDE

Choisissez entre le mode filaire, le sans-fil 2,4 GHz ou le Bluetooth 5.1 pour connecter plusieurs appareils.



59g CONCEPTION LÉGÈRE ET SANS SOUDURE

La coque en nid d'abeille a été améliorée pour devenir un châssis sans soudure avec une forme ambidextre, tout en limitant le poids total à 59 g.



POUR LES JOUEURS EXIGEANTS

Capteur de qualité professionnelle ajustable jusqu'à 19 000 DPI et micro-commutateurs optiques capables de supporter 70 millions de clics et d'offrir une saisie quasi-instantanée.



CÂBLE TISSÉ ULTRAWEAVE

Super léger et conçu en interne pour éviter que le câble ne s'accroche lors du balayage et ne traîne inutilement lors des combats.



GLISSE DE NIVEAU SUPÉRIEUR

Les nouveaux patins améliorés, fabriqués en PTFE pour offrir une faible friction et une grande durabilité, assurent une glisse rapide et fluide sans forcer sur le câble.



PERSONNALISATION LOGICIELLE

Le nouveau logiciel amélioré vous permet de remapper les commandes, de personnaliser vos éclairages RGB, de régler vos macros, etc.



Philippe Bares

EXERTIS LANCE ONLAN, SA MARQUE GAMING



Thomas Nicodème

Philippe Bares et Thomas Nicodème, respectivement Directeur de la B.U. Gaming et Responsable Own Brands d'Exertis France, nous présentent la nouvelle gamme d'accessoires Gaming qu'Exertis vient de lancer.

Exertis crée sa marque Gaming OnLan. Pouvez-vous nous présenter le concept ?

Thomas Nicodème : OnLan est un projet du groupe exertis. Cette marque a été développée en France. Exertis soutient le concept via de vrais moyens financiers, mais aussi via le déploiement dans d'autres territoires. De ce fait, ONLAN sera lancée progressivement dans tous les pays où exertis est présent (19 pays)

Philippe Bares : Nous avons souhaité nous positionner sur le bon rapport qualité/prix. L'objectif n'est pas de venir en frontal des marques AAA que nous distribuons et qui ont des positionnements différents, mais de combler les « trous dans la raquette » au sein de notre offre. C'est une demande de nombreuses enseignes qui ont besoin d'une proposition complémentaire entrée/moyen gamme dans notre offre Gaming. Avoir une marque dédiée en propre est une première dans le Gaming pour Exertis qui en possède déjà dans d'autres domaines comme Flexson dans l'audio entre autres.

T.N. : Les produits OnLan ne sont pas des « basiques » mais de vrais accessoires Gaming avec des configurations dédiées avec par exemple des chipsets de pointe dans nos souris, de l'anti-ghosting dans nos claviers...

P.B. : Nous avons misé pour nos packagings sur un code couleur violet très lié au monde de l'esport et du streaming, avec une esthétique sobre et bien adaptée aux contraintes du retail.

Quelle sera l'offre d'OnLan ?

T.N. : Nous prévoyons une offre large dans les domaines du streaming et du Gaming afin de nous adapter à toutes les demandes. Nous avons pour l'instant 18 références, mais la gamme va très vite s'élargir.



P.B. : Nous nous concentrons, à date, sur les accessoires PC, une plateforme que nous connaissons bien et sur laquelle nous sommes leader. Nous arrivons avec des concepts répondant aux vrais besoins des consommateurs, qui se sont transformés avec, par exemple, une montée en puissance du streaming.

T.N. : Pour le streaming, nous proposons la webcam CS-30 (Objectif : 1/3 HD, Full HD 1 080, microphone intégré... 29,99 *euros), la lampe AE-30 (lampe + support ajustable, 120 led... 39,99* euros), un écran vert (qui s'accroche partout et se replie en quelques secondes...), les micro MC-30 (trépied + filtre anti pop, lumière RGB... 24,99* euros) et MC-100 (Cardioïde, effets sonores Echo, contrôles intégrés... 49,99*euros) mais aussi le kit PS-50 pour vlog (trépied pour mettre un téléphone, lampe intégrée... 39,99* euros).

Côté accessoires gaming, on retrouve 3 souris les SO-5 (19,99* euros), SO-30 (6 400 DPI, Full RGB... 24,99* euros) et SO-100 (Jusqu'à 12 400 DPI, accélération 20G, 7 boutons, Full RGB... 34,99* euros), accompagnés par 2 claviers les CA-50 (clavier membrane TKL, anti-ghosting 19 touches, molette multimédia... 24,99* euros) et CA-100 (Clavier compact mécanique TKL, anti-ghosting total, USB détachable... 49,99* euros) mais aussi le pack PG-7 (avec souris, clavier TKL et tapis de souris, 34,99* euros) et 2 tapis de souris (un normal et un XXL). Côté casques, nous proposons les CM-5 (50mm, cordon tressé de 2m, compatible avec des lunettes, en plusieurs couleurs... 24,99* euros) et CM-30 (29,99* euros). ■

* Prix publics conseillés

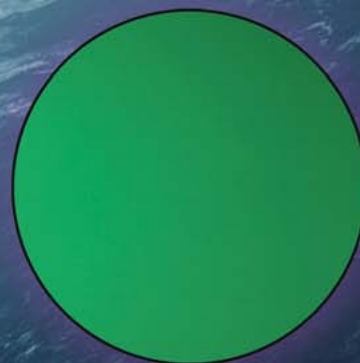
Exclusivement disponible chez **exertis**

**NOUVEAUTÉ
LANCLEMENT**



Gaming & Streaming

ONLAN votre nouveau compagnon Gaming & Streaming



Gaming



Live



eSport



Streaming



Qualité/Prix

POUR VOS DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS / DEVIS
FLASHER ICI



ROCCAT FAIT SON MAX

Roccat vient de sortir la gamme Max, composée de la souris Kone XP Air, du clavier Vulcan II Max et du casque Syn Max Air, versions premium de 3 de ses best sellers. « Cela montre notre volonté de maintenir un positionnement et une image haut de gamme », explique Mikael Bertheau, marketing manager de Turtle Beach. Les produits Max deviendront les portes étendards technologique notre offre qui proposent le meilleur de nos technologies propriétaires et de notre R&D. Le Vulcan première génération, qui depuis des années est le moteur de notre croissance et notre vaisseau amiral, va devenir un produit plus volumique sur lequel nous pourrions réaliser des opérations commerciales dans les magasins et notre porte d'entrée vers le haut gamme ». Le Syn Max Air, casque premium sans-fil se place en haut de l'offre de Roccat, en associant le design Roccat à l'expérience d'ingénierie de Turtle Beach. Il utilise des haut-parleurs Nanoclear de 50 mm, offre un son immersif 3D, un micro Truspeak ou le Superhuman Hearing. Le clavier Vulcan II Max bénéficie de technologies haut de gamme comme les interrupteurs mécaniques et optiques Titan II, l'Easy-Shift [+] qui déverrouille une deuxième couche de fonctions, l'éclairage RGB Aimu HD ou des plaques supérieures



en aluminium durable... La Kone XP Air bénéficie elle d'une station de charge rapide RGB incluse, d'une double connectivité sans fil 2,4 GHz et Bluetooth pour jeux vidéo, du capteur optique Roccat Owl-Eye de 19 000 PPP et jusqu'à 100 heures d'autonomie.

LES ACCESSOIRES DE SIMULATION NE FONT PAS SEMBLANT

Dopés par une actualité software très intéressante depuis des années et la volonté de plus en plus forte des joueurs de s'équiper en matériel haut de gamme, les accessoires liés aux jeux de simulation (aérienne ou automobile) explosent.



RACING WHEEL SV 950

- **Constructeur** : Subsonic
- **Points forts** : Rapport qualité/prix, volant 3 branches filaire multi-compatible Next gen, roue aluminium brossé véritable, finition bi-matière avec grip au volant, double moteur de vibration, palettes au volant avec 3 niveaux de sensibilité....



T248

- **Constructeur** : Thrustmasters
- **Points forts** : Fonctionne sur PC, PlayStation ou sur Xbox, écran interactif, retour de force, changements de vitesse ultra rapides, palettes de commandes et pédales magnétiques, 3 types de retour de force dynamique, 25 boutons d'actions, tableau de bord avec plus de 20 affichages différents...



VELOCITYONE RUDDER PEDALS

- **Constructeur** : Turtle Beach
- **Points forts** : Associé aux VelocityOne Flight et Stand, pédales ajustables et interchangeable, freins différentiels, axes de gouverne hyper fluides, fixations stables...



DAIJA ARCADE STICK

- **Constructeur** : Nacon
- **Points forts** : Développé en collaboration avec la joueuse professionnelle 'Kayane', boutons de navigation intégrés au panneau de contrôle latéral, repose poignet texturé et le dessous en revêtement moussé, composants Sanwa, 2 formats de joystick...



DISTRIBUTION & SERVICES

VOTRE PARTENAIRE **GAMING**

À VOS CÔTÉS DEPUIS + DE 60 ANS

Les + grandes marques & licences **DU MARCHÉ**



Sony
Interactive
Entertainment



Microsoft®



**TRUST
GAMING**

STEALTH®



PowerA

TRITON



MAD CATZ

KONIX



SUBSONIC™



HORI®

Les marques leaders **DISTRIBUÉES PAR**



DISTRIBUTION & SERVICES



TURTLE BEACH™
HEAR EVERYTHING. **DEFEAT** EVERYONE.™



— #1 IN —
GAMING AUDIO



ROCCAT®



SUBSONIC PARÉ POUR LA FIN D'ANNÉE



Subsonic multiplie les sorties pour cette fin d'année. **Arnaud Blacher, DG de Subsonic, nous présente ses nouveautés de fin d'année.**

Quelles sont vos nouveautés dans le domaine de la simulation automobile ?

Notre gamme Superdrive est une des plus importantes du segment. Nous l'étoffons et elle comprendra désormais 9 références qui couvrent toutes les unités de besoin des fans de simulation automobile. Un enjeu important dans la période de rush de fin d'année qui constitue une grosse période de ventes pour le secteur même sans actualité majeure dans les simulations automobile. Arrive désormais le SV 650 une évolution du SV 450 avec un nouveau design et des spécifications améliorées et qui se positionne un peu au-dessus de lui dans notre gamme. Nous sortons aussi la version PC de notre SV 750 baptisé SV 710, avec des spécifications dédiées à cette plateforme. Enfin, le SV 950 arrive tout en haut de notre de gamme (double moteur de vibration, roue en aluminium brossé véritable...). Avec le GS 850 X, ils sont clairement nos porte-étendards technologiques.

Où en êtes-vous sur le mobilier gaming ?

Nous déployons de nombreux efforts sur le mobilier gaming. Un segment fondamental pour nous et sur lequel nous prévoyons pour 2023 de nombreuses nouvelles licences. Un secteur de plus en plus fort chez nous qui montre notre capacité à faire évoluer notre offre selon les besoins et contraintes du marché.

Afin de capitaliser sur le succès des versions junior de nos sièges, nous utilisons ce « form factor » en version agrandie et adaptée aux adultes dans une gamme baptisée Original. Nous proposons des références Harry Potter, Dragon Ball ou Batman Gotham avec des designs déclinés dans de nombreux concepts (tapis de sol, tapis de souris...). Nous sortons aussi de nouvelles références de notre siège Junior avec par exemple la licence Call Of Duty. Nous nous lançons aussi désormais dans des concepts autour de la musique avec l'arrivée de produits Iron Maiden. Une licence avec de très nombreux fans et des codes très cohérents avec notre univers que nous déclinons dans de nombreux produits (siège, tapis de sol, tapis de souris...).

Quels seront vos autres produits phares de fin d'année ?

Nous avons aussi déployé de nombreux efforts autour de Just Dance, un de nos best sellers (dont nous avons renouvelé l'accord de licence). Notre nouvelle collection pour Switch s'enrichit de produits comme le Dance Strap, les Dance Bands, la Dance Case ou La Dance Zone. ■



SUPER DRIVE

POUR LES GAMERS
EN QUÊTE DE
PERFORMANCE
AU JUSTE PRIX

NOUVEAU VOLANT SV 650

NEW



- Rotation : 270°
- Diamètre : 26 cm
- Finition bi-matière
- Vibration
- 3 niveaux de sensibilité



Envie d'en savoir plus ?
Contactez notre pilote Pierre De Laporte

☎ 06.85.94.94.82

✉ pdelaporte@subsonic.fr

🌐 www.superdrive-gaming.com

w w w . s u b s o n i c . c o m

Carte graphique Intel® Arc™ A770 Édition limitée

Entrez dans une nouvelle ère du jeu vidéo.



ELDEN RING

Vivez une expérience de jeu immersive et hautement performante grâce à des technologies visuelles de pointe et à la prise en charge de DirectX® 12 Ultimate.



Ces performances varient en fonction de l'utilisation, de la configuration et d'autres facteurs. En savoir plus sur intel.com/performanceindex. Les résultats effectifs peuvent varier.
ELDEN RING™ & ©Bandai Namco Entertainment Inc. / ©2022 FromSoftware, Inc. © Intel Corporation. Intel, le logo Intel et les autres marques Intel sont des marques commerciales d'Intel Corporation ou de ses filiales. Les autres noms et marques peuvent être revendiqués comme la propriété de tiers.

intel
ARC[™]

Cartes graphiques Intel[®] Arc[™] 7

Boostez vos jeux vidéo.



Plongez dans des jeux vidéo immersifs et performants où que vous soyez grâce aux technologies visuelles de pointe et à la prise en charge de DirectX^{*} 12 Ultimate.

Ces performances varient en fonction de l'utilisation, de la configuration et d'autres facteurs. En savoir plus sur : intel.com/performanceindex. Les résultats effectifs peuvent varier. ELDEN RING[™] & ©Bandai Namco Entertainment Inc. / ©2022 FromSoftware, Inc. © Intel Corporation. Intel, le logo Intel et les autres marques Intel sont des marques commerciales d'Intel Corporation ou de ses filiales. Les autres noms et marques peuvent être revendiqués comme la propriété de tiers.



INTEL : UNE 13^E GÉNÉRATION DE PROCESSEURS POUR DU GAMING SANS LIMITE

Programme chargé pour Intel qui lance sa 13^e génération de processeurs et les premières cartes graphiques Arc destinées au grand public. Aymeric Siméon, nouveau responsable marketing gaming d'Intel France, revient pour MultiMédia à la Une sur toutes ces nouveautés.

Une nouvelle fois Intel lance les processeurs les plus puissants au monde avec la 13^e génération. Quelles sont les caractéristiques de ce nouveau processeur ?

Le lancement de la 13^e génération constitue un moment important pour Intel et une amélioration significative de la 12^e génération. Nous avons retravaillé en profondeur les puces et ajouté de nouveaux cœurs pour obtenir des processeurs encore plus performants. Résultat le nouveau processeur pour PC de bureau Intel Core i9-13900K de 13^e génération est capable d'atteindre 5,8 GHz en mode turbo. Nous avons d'ailleurs annoncé que nous avions la capacité d'atteindre prochainement les 6 GHz avec cette génération, ce qui est inédit. Il est important de comprendre que la 13^e génération s'inscrit dans la continuité de la 12^e avec cette alliance entre les cœurs E (pour efficacité) et P (pour performance) qui constitue le socle de notre architecture hybride. Avec plusieurs avantages. Notamment offrir une réactivité en toutes circonstances et offrir de l'inter-compatibilité. Une carte mère de 12^e génération peut accueillir un processeur de 13^e génération et vice-versa, nos solutions sont compatibles soit DDR4 ou DDR5. Ce qui va permettre à nos partenaires, OEM et autres, de proposer plus de choix entre des PCs avec un excellent rapport performance/prix pour tout type de budget ou bien continuer de proposer des monstres de puissances. Intel maintient ainsi une cohérence technologique laissant le choix à ses clients, tout en leur assurant un maximum de flexibilité.



Quels sont les premiers processeurs de 13^e générations à être déjà annoncés ?

Intel a annoncé 6 premières références de processeurs lors de sa conférence Intel Innovation, le 29 septembre dernier. On retrouve l'Intel Core i5-13600K, le Core i7-13700K, le Core i9-13900K et leurs déclinaisons KF, c'est-à-dire dépourvu de partie graphique intégrée. Les ventes débiteront le 20 octobre (NDLR : entretien réalisé le 6 octobre) avec des volumes assurés. Nos 140 partenaires, allant des intégrateurs, aux OEMs auront tout ce dont ils ont besoin, dès le lancement, pour répondre aux attentes et besoins de leurs clients, et ce, pour assurer au lancement la meilleure expérience possible. Les premiers PC de nos partenaires OEM prendront comme toujours quelques semaines pour arriver sur le marché avec les premiers PC disponibles dans le courant de l'hiver 2022-23. Pour résumer, les processeurs Core de 13^e génération sont les meilleurs du moment, évidemment pour le gaming, mais pas uniquement, puisque nos Intel Core i7 et i9 s'adressent aussi aux

utilisateurs à la recherche de puissance comme les créateurs et autres utilisateurs intensifs (streaming + gaming, logiciel 3D).

Quelles sont les améliorations dans le détail de cette 13^e génération ?

Pour parler chiffres, par rapport à la 12^e génération, on enregistre une amélioration de performance de 15% sur les applications en single-thread (un cœur sollicité) et jusqu'à 40% de plus en multi-thread (tous les cœurs sollicités). Les gains sur la consommation sont encore plus importants : lorsque notre Core i9-13900K consomme 65 watts, le niveau de performance/consommation est équivalent à celui du 12900K consommant 243 W. C'est en partie ce qui explique qu'on arrive à atteindre des fréquences flirtant avec les 6 GHz. Cette 13^e génération, c'est : plus de fréquence (notamment sur les cœurs P), plus de cœurs E (jusqu'à 8 cœurs E en plus) et une meilleure gestion des tâches. A noter que pour la première fois, cette architecture hybride sera disponible sur l'intégralité des Core

annoncés et que les processeurs Intel Core i5 en bénéficient aussi dorénavant. Intel offre désormais une solution ultra-performante avec une grande flexibilité d'utilisation qui n'est pas réservée qu'aux processeurs ultimes de nos gammes.

En résumé, les deux mots d'ordre de cette 13^e génération sont performance et réactivité grâce à l'architecture hybride qui permet par exemple sur un traitement photo ou vidéo de basculer le traitement en tâche de fond (sur les cœurs E) et de se consacrer entièrement à une autre tâche prioritaire comme le jeu vidéo. Pour l'utilisateur, c'est un plaisir et une flexibilité d'utilisation sans pareil.

Intel se rapproche des développeurs de jeu vidéo. Quelles sont les dernières avancées dans ce domaine ?

Toujours plus de partenaires éditeurs et développeurs nous approchent afin d'optimiser leurs jeux sur notre nouvelle architecture. Pendant la conférence Intel Innovation, nous avons ainsi montré le jeu Nightingale qui tire pleinement parti de notre architecture hybride en allouant des tâches aux cœurs E. Autre exemple, sur un jeu de stratégie comme Total War Warhammer 3 où il faut gérer énormément d'unités à l'écran, c'est le processeur avec ses cœurs E et P qui est mobilisé, pas forcément la carte graphique. Le gain de performance - à l'arrivée - est important. Et il y a beaucoup d'autres annonces à venir. Nous communiquerons de plus en plus sur ce thème à l'avenir pour démontrer notre savoir-faire dans le domaine.

Autre nouveauté importante pour Intel, le lancement des premières cartes graphiques Intel Arc. Pourquoi se lancer aujourd'hui sur les cartes graphiques ?

Nous pensons qu'il existe une véritable demande sur le marché. Intel a toujours eu un savoir-faire sur la partie graphique intégrée de nos processeurs, qu'on a voulu pousser au-delà en lançant nos premières cartes graphiques dédiées destinées au grand public. Intel Arc s'inscrit dans cette continuité : que vous optiez pour une carte Arc A3, A5 ou A7, elles intègrent toutes les mêmes technologies comme le Raytracing, l'encodeur/décodeur matériel AV1, ou l'amélioration de l'image des jeux XeSS grâce à l'IA.

Quels sont les premiers produits disponibles ?

Intel a lancé 3 cartes graphiques Intel Arc à destination du grand public : la A380 sur l'entrée de gamme en juin dernier, et plus récemment les A750 et A770. Cette dernière se décline en deux versions (8 et 16 Go de GDDR6). Les tarifs indicatifs commencent à partir de 289 dollars et

vont jusqu'à 349 dollars. Notre carte graphique la plus performante à ce jour est la A770. Elle vient occuper le milieu/haut de gamme, ce n'est pas un secret, et se positionne face à une GeForce RTX 3060 et à la Radeon RX6600. Les premiers tests qui viennent d'être publiés sont très bons. Preuve qu'on répond à la demande face à des concurrents qui sont là depuis 20 ans. Cependant, nous restons humbles dans la démarche et dans notre arrivée sur le marché. Intel montre son savoir-faire dans le domaine et nous savons que nous avons encore une belle marge de progression. Précisons que la première génération Intel ARC (nom de code Alchemist), est tout sauf un coup d'essai. Trois générations sont à venir : Battlemage, Celestial et Druid, et les développements sont en cours. C'est un investissement dans la durée pour Intel.

Quels sont vos arguments techniques ?

Comme nous le mentionnions, nous proposons le même niveau technologique sur toutes nos cartes graphiques, seule la puissance change. Nos unités capables de prendre en charge des applications liées à l'IA sont présentes sur toutes nos puces et permettent de mettre en œuvre le XeSS. C'est le processus qui apporte une amélioration de la qualité de l'image sans dégradation de la performance. Les premiers tests montrent d'ailleurs que le XeSS mais aussi notre manière d'appréhender le Raytracing sont très compétitifs. Notre objectif est de proposer une solution graphique dotée d'un excellent rapport prix/performance afin de ramener un peu de raison sur le marché, à des niveaux de prix équilibrés pour tous les utilisateurs.

Quels sont les autres points d'améliorations possibles pour Intel ?

Nous avons effectué un gros travail sur les pilotes avant le lancement. Et nous allons continuer à les améliorer sans cesse : nous apprenons tous les jours. Nous poursuivrons ces efforts en intégrant toutes les remontées des utilisateurs, de nos communautés. Intel a désormais la capacité d'adresser certaines incompatibilités ou instabilités en un minimum de temps grâce à nos centaines de développeurs qui testent les jeux et les moteurs... parfois un par un ! Pour que notre progression soit continue, nous sommes à l'écoute : nous voulons que les joueurs puissent bénéficier de la meilleure expérience, même sur leurs anciens jeux. Enfin, nous avons veillé à ce que nos pilotes soient « user friendly », en proposant une interface claire, une grande liberté d'utilisation et sans inscription.

Vous êtes donc en capacité de proposer une plateforme complète 100% Intel. Quels sont les avantages d'une telle plateforme ?

Désormais, Intel est capable de proposer une plateforme de jeu vidéo « Full Intel » (GPU +



CPU). On a désormais un socle commun avec les processeurs de 12^e et 13^e génération qui, alliés à nos nouvelles cartes graphiques, constituent une plateforme porteuse d'avenir. Cela offre des possibilités de collaboration entre les composants à un niveau jamais vu jusqu'à présent. La partie graphique intégrée de nos processeurs peut ainsi fonctionner de concert avec notre carte graphique Arc. Sur certaines tâches, c'est la technologie DeepLink (qui fait le lien entre la graphique intégrée du CPU et le GPU) qui offre l'opportunité d'améliorer les temps d'encodage vidéo ou d'accélérer les traitements d'applications faisant appel à des composantes d'intelligence artificielle. Le résultat est un gain considérable de performances, de temps et d'autonomie (sur les PC portables) pour tous les usages.

Les solutions Arc pour PC portables ont toutes été lancées depuis cet été, les cartes graphiques pour Desktop sont disponibles depuis le 12 octobre dernier, auprès des intégrateurs et dans les gammes de nos partenaires OEM. Désormais, nous travaillons avec eux à proposer des plateformes Intel cohérentes pour répondre aux attentes d'un très grand nombre d'utilisateurs dans le monde. Les premières machines « 100% Intel » pourraient arriver sur le marché dès fin 2022. ■

HP OMEN 45L : UN MONSTRE DE PUISSANCE

HP a décidé de revenir aux sources du gaming avec une tour gaming en passe de venir une nouvelle référence sur le marché. L'Omen 45L se différencie par un système de refroidissement unique, il s'agit de la Cryo Chamber, une technologie HP brevetée de refroidissement liquide, qui permet de refroidir de 7 degrés en plus en moyenne par rapport aux modèles non-équipés. Cette Cryo Chamber qui intègre 3 ventilateurs dédiés au seul refroidissement du processeur prend en effet l'air à l'extérieur. On est sûr du haut de gamme. Le « cable management » est particulièrement abouti. Côté composants, ce modèle intègre des marques de référence comme Cooler Master sur l'alimentation, HyperX sur la mémoire et Western Digital sur le disque dur (SSD) : tout est optimisé pour des performances garanties. L'Omen 45L bénéficie d'un châssis particulièrement évolutif puisqu'il ne nécessite pas de tournevis et permet le maintien de la garantie HP, même si on touche à la RAM ou aux SSD. On peut intégrer tous les composants souhaités. Enfin, comme sur tout bon PC gaming le « set-up » est totalement synchronisable en RGB avec l'écran Omen et les accessoires HyperX. Point important, ce châssis



permet de proposer de multiples configurations à la vente à l'image d'une configuration AMD en Ryzen 9- 5900X (à partir de 2 290 euros). A noter que le boîtier seul est également en vente

pour les aficionados Do It Yourself. Enfin, HP décline une gamme complète de tours Gaming avec le Omen 40L (version du 45L sans Cryo Chamber) et le Omen 25L. ■

COOLER MASTER FÊTE SES 30 ANS EN BEAUTÉ

AMAR ANNAG
Country Manager France
Consumer
Cooler Master

Fondée en 1992, Cooler Master est une marque de composants et de périphériques PC performants mondialement reconnus. Nous présentons le siège gaming à retours haptiques : Synk X. En convertissant les ondes sonores en vibrations, le Synk X, compatible avec les PC, TV, consoles et mobiles, fournit une expérience unique et une immersion totale dans les jeux vidéo ou les films. Par ailleurs, nous lançons en cette fin d'année le casque CH331 avec éclairage RGB. Il bénéficie d'un son virtuel 7.1, de transducteurs de 50 mm confortables en cuir, d'un microphone omnidirectionnel. Le tout avec une contrôle audio intuitif. Cooler Master est le spécialiste des souris gaming ultra légères notamment avec la nouvelle MM712 embarquant un capteur PAW3370 19 000 DPI et des commutateurs optiques utilisant la technologie laser pour une réactivité maximale. La MM712 a une



durabilité de 70 millions de clicks et un rétro-éclairage à 16,7 millions de couleurs. C'est une souris possédant un mode hybride filaire et sans-fil via connexion wifi ou Bluetooth pour un poids plume de 55g. Enfin, le clavier CK720 RGB au format 65% entièrement personnalisable intègre des stabilisateurs de

touches innovants au design robuste et est doté d'une molette de contrôle multimédia. Pour fêter nos 30 ans, nous lançons une Edition Spéciale 30th Anniversary concernant toute nos gammes de produits : boîtier Cosmos C700M, clavier MK21, refroidisseur pour laptop ErgoStand... ■

PREDATOR HELIOS 300 SPATIAL 3D POUR DONNER DU RELIEF AU GAMING



Acer entend capitaliser sur sa technologie 3D stéréoscopique SpatialLabs, fruit d'un travail de plusieurs années pour se différencier sur le marché. Concrètement, la solution SpatialLabs propose une nouvelle expérience aux joueurs afin qu'ils profitent pleinement des effets 3D, sans lunettes. C'est une solution simple et efficace, réellement bluffante à l'usage. Le joueur bénéficie d'un réel effet de profondeur en naviguant dans le jeu. Tous les jeux développés sur le moteur Unreal sont compatibles, soit 90% des jeux PC. Pour faire tourner cette



solution dans les meilleures conditions, il faut bénéficier de toute la puissance du Predator Helios 300 Edition SpatialLabs qui est équipé d'un système de refroidissement à métal liquide, méthode la plus performante du marché. Ce PC portable est notamment disponible dans une configuration ultime (Intel Core i9 / 32 Go

/ RTX 3080 - à partir de 3 999 euros). Pour les joueurs déjà équipés d'un PC puissant, Acer propose un écran externe de 15,6 pouces appelé le SpatialLabs View 3D, qui restitue cette même expérience de 3D sans lunettes. Une solution ultramobile très pratique pour les professionnels créatifs et les joueurs. ■

ASUS ROG FLOW Z13 : DU GAMING NON STOP



Depuis plus de 15 ans, Asus a su repousser toutes les limites du gaming avec Republic Of Gamer. Le dernier en date est le ROG Flow Z13, un concept de PC gaming multi-usages pour accompagner son utilisateur dans sa vie quotidienne. Dans le détail, ce PC de 13,4 pouces, au format 16:10°, dispose d'une dalle tactile qui peut se transformer en tablette au quotidien (disponible à partir de 1 499 euros). Le ROG Flow Z13 intègre d'une carte graphique RTX 3050 Ti. Mais pour jouer sans limite de puissance, il peut aussi accueillir une carte graphique externe (ROG XG Mobile



– RTX 3080) pour apporter ce surcroît de puissance nécessaire pour tous les jeux AAA très gourmands en ressources. Ce nouveau modèle de PC tablette, de seulement 1,1 kg et de 12 mm d'épaisseur, a pour objectif de répondre à un scénario du quotidien : le matin, le salarié ou l'étudiant part pour sa journée de travail avec son PC Tablette. A son retour le

soir, il rentre chez lui pour se divertir et peut au choix, connecter, ou non, sa carte graphique externe. A la pause de midi, le joueur peut jouer avec une manette en mode cloud gaming grâce à une béquille intégrée. Et enfin, comme toujours chez ROG, ce PC bénéficie d'une finition métal surprenante, inspiré des vaisseaux spatiaux. ■



ACER, LA PREDATOR LEAGUE 2022 S'INVITE À LA PGW



La Paris Games Week sera l'occasion pour Acer d'organiser la finale française de la Predator League 2022, compétition européenne d'esport qui se joue sur Rocket League. Un moment fort pour les gamers où Acer entend communiquer sur sa technologie SpatialLabs de 3D sans lunettes sur PC. Explications avec Karim Ouahioune, directeur marketing et communication d'Acer France.

Quel sera votre argument différenciant sur le marché du gaming sur cette fin d'année ?

Nous allons capitaliser sur notre technologie 3D stéréoscopique SpatialLabs qui est le fruit d'un travail de plusieurs années d'une start-up néerlandaise, détenue en joint-venture par le groupe Acer (cf. interview MM291). D'abord développée par nos ingénieurs sur notre gamme de PC ConceptD destinés aux

professionnels et créatifs, nous déclinons à présent cette technologie maison sur nos PC gaming. Concrètement, notre solution SpatialLabs propose une nouvelle expérience aux joueurs afin qu'ils profitent pleinement des effets 3D, sans lunettes ni casque de réalité virtuelle. C'est une solution simple et efficace, qui est réellement bluffante à l'usage. Le joueur bénéficie d'un réel effet de profondeur en naviguant dans le jeu. Tous les jeux développés sur le moteur Unreal sont compatibles avec notre solution 3D, soit 90% des jeux PC. Et nous avons optimisé les effets sur des jeux comme Tomb Raider, Forza Horizon 5 ou God of War et d'autres. Pour faire tourner cette solution dans les meilleures conditions, il faut bénéficier de toute la puissance du Predator Helios 300 qui est équipé de notre système de refroidissement à métal liquide, méthode la plus performante du marché. Ce PC portable sera notamment disponible dans une configuration ultime (Intel Core i9/ 32 Go / RTX 3080 à 3 999 euros). En complément, nous

proposerons également, pour les joueurs déjà équipés d'un PC puissant, un écran externe de 15,6 pouces appelé le SpatialLabs view 3D, qui restitue cette même expérience de 3D sans lunettes. Une solution ultramobile très pratique pour les professionnels créatifs et les joueurs.

Quelles seront les autres nouveautés gaming importantes de fin d'année pour Acer ?

Sur la cible des créateurs de contenus et joueurs à la recherche d'un PC à la fois puissant et élégant, nous proposons le nouveau Triton 300 SE (Intel Core i7 / 16 Go / RTX 3060 à 1 499 euros). C'est typiquement la machine gaming qu'on peut sortir en réunion et sur laquelle on pourra jouer le soir après sa journée de travail. Il ne pèse que 1,7 kg. En outre, c'est le premier Triton à intégrer un écran Oled 3K (2880x1800) qui permet une restitution haut de gamme de l'image grâce à une fréquence de 90 Hz et une réactivité de 1ms dans le respect des couleurs (DCI-P3). Nous n'oublions pas les joueurs sur



PC fixe avec le Predator Orion 7000 qui répond aux joueurs qui cherchent un maximum de puissance en intégrant les toutes dernières technologies. Enfin notre best-seller sera le Nitro 5 qui propose l'un des meilleurs rapports qualité / prix pour les joueurs plus mainstream.

Quel sera votre temps fort en termes de communication auprès des joueurs ?

Acer est l'organisateur de la première compétition esport européenne de la Predator League qui se joue sur Rocket League. La finale française de cette compétition se déroulera sur la grande scène de la PGW de notre partenaire Fnac Darty. Ce sera une grande fête. On a modifié le calendrier pour être présent sur la PGW et, ainsi, marquer le coup pour le lancement de la première édition de cette compétition. Ce sera le temps fort de notre communication auprès des joueurs français. Après deux années d'absence, la PGW est très attendue par les joueurs. L'impact sera très fort. Les joueurs présents seront nombreux sur le salon et la retransmission Live sera suivie par un public encore plus large. La structure Rocket Baguette nous appuie pour l'organisation de ce projet d'envergure que nous organisons de bout en bout. En effet, la Predator League existe en Asie depuis 5 ans où elle représente déjà une compétition très importante avec des prix de l'ordre de 500 000 dollars. L'Europe intègre donc le circuit officiel de la Predator League pour la première fois grâce à cette compétition sur Rocket League. Acer réaffirme ainsi son rôle de marque leader du gaming, présente sur l'esport, en organisant une très belle compétition en Europe dans 16 pays (avec une dotation de 90 000 euros pour l'EMEA). La finale européenne, réunissant tous

les finalistes de chaque pays, se déroulera le 20 novembre prochain après la PGW.

A noter que lors de ce grand rendez-vous de la PGW, nous serons également sur le stand Fnac pour présenter 5 de nos produits gaming : le PC portable Predator Helios 300 SpatialLabs, l'écran SpatialLabs View 3D, les PC portables Predator Triton 500 SE et Nitro 5. Ce sera l'occasion de démontrer la technologie SpatialLabs qui demande d'être vue et essayée pour convaincre le joueur vers ce choix d'équipement. Rien ne remplace l'expérience du rendu réel face à l'écran, tester est la meilleure façon d'adopter un produit ou une technologie.

Quel est votre analyse sur l'évolution possible du marché PC sur cette fin d'année ?

Après une période délicate en début d'année sur le marché du PC en général, Acer bénéficie d'une situation saine sur ses stocks qui nous permettra d'animer cette période de Black Friday, et la période de Noël, avec de très belles offres, notamment sur les Predator Triton et Nitro. Acer disposera d'arguments convaincants et avantageux pour les joueurs. Nous sommes confiants pour la fin d'année.

Acer arrive avec ses deux premières trottinettes sur le marché français. Pour quelles raisons Acer se lance sur le marché de la mobilité urbaine ?

Acer est un groupe technologique qui dispose de laboratoires de R&D très importants à Taiwan. Nous avons plusieurs filiales qui travaillent sur la Smart City et l'intelligence artificielle en lien avec de nombreux domaines comme les bornes de recharge ou des bâtiments intelligents.

Acer dispose d'ailleurs de plusieurs filiales dans ces domaines. Les premières trottinettes Acer - série 3 et série 5 - profitent donc de tout le savoir-faire de nos ingénieurs. Elles intègrent des cartes-mères et de l'électronique embarquée qui viennent du PC. Nos ingénieurs ont particulièrement travaillé l'autonomie des trottinettes notamment de la série 5 capable de parcourir jusqu'à 65 km avec une seule charge. Ce sera d'ailleurs le point fort de ce modèle dans sa catégorie.

Les trottinettes Série 3 et Série 5 (commercialisées à 399 et 499 euros) offrent l'un des meilleurs rapports qualité / prix du marché. Conçues en aluminium, elles bénéficient de la robustesse, de la durabilité et de l'ergonomie que l'on retrouve sur tous nos produits. Car avec Acer, l'utilisateur a l'assurance d'une marque reconnue qui lui offre toutes les garanties nécessaires autant sur la conception que sur son SAV de qualité. Basé à Angers, il offre toute son expertise et sa proximité sur le territoire permet d'intervenir dans des temps record. Ces deux modèles seront disponibles en avant premières chez Fnac Darty. ■



GRAND FESTIVAL GAMING : UNE 3^E ÉDITION PROMETTEUSE

La troisième édition du Grand Festival Gaming organisée par Intel en étroite collaboration avec l'agence Freaks 4U Gaming revient. Cet événement 100% digital repart sur les bases du succès de 2021 et promet beaucoup. Il se déroulera les 12 et 13 novembre prochains avec pour objectif de rassembler un maximum de gamers sans qu'ils aient à bouger de chez eux.

Le Grand Festival Gaming d'Intel a vu le jour pour la première fois en 2020, alors que la Paris Games Week était annulée à cause de la crise du Covid-19. Une première expérience concluante qui a incité Intel à reconduire le dispositif en 2021, là-aussi en raison de l'absence de la Paris Games Week. La troisième édition sera donc la première du genre à se dérouler quelques jours après la Paris Games Week, de retour en cette fin d'année.

« Né de la crise du Covid, cet événement fédérateur qu'est le Grand Festival Gaming a pris sa place dans le paysage du gaming en France, avec pour objectif de réunir l'écosystème complet. L'édition 2021 a été un véritable succès, atteignant des scores d'audiences particulièrement élevés qui nous ont encouragés à poursuivre en 2022 », explique Aymeric Siméon, responsable Marketing Gaming d'Intel en France.

LE SUCCÈS DE L'ÉDITION 2021 : DE L'ESPORT ET DES CONTENUS FUN

En 2021, conçu sur le principe d'une carte virtuelle interactive - à l'image de celle d'un jeu vidéo, le visiteur a pu découvrir sur internet le « monde » du Grand Festival Gaming. Il donne accès à différents stands, avec des jeux ou du contenu interactif à découvrir aux couleurs des différents exposants de l'événement : les constructeurs de PC, les éditeurs de jeux et un retailer partenaire pour faire de la vente directe (la F en 2021 avec la promotion de produits PlayStation, MSI, Dell, etc.). Evidemment l'événement a été relayé sur tous les réseaux sociaux (Tik Tok, Twitter et autres Facebook). Depuis l'édition 2021, le Grand Festival Gaming bénéficie de deux chaînes dédiées sur Twitch : une première dédiée à l'esport, la seconde diffuse des contenus exclusifs et est appelée « Chaîne Fun ». Au total en 2021, ces deux chaînes ont réalisé une audience cumulée de 1,5 million de vues et 745 000 visiteurs uniques, atteignant des pics de presque 20 000 spectateurs, preuve de l'engouement remporté par le format.

Sur le versant esport, le Grand Festival Gaming s'est construit autour des compétitions phares des Intel Extreme Masters (IEM), et plus particulièrement sur les phases finales de ce tournoi Counter-Strike qui se sont déroulées sur 3 jours en 2021. « Les retours ont été très bons et les réseaux sociaux comme TikTok ont permis d'amplifier l'événement », explique Aymeric Siméon. « Sur la « map », le cœur du Grand Festival Gaming, là aussi, les résultats ont été très encourageants avec 100 000 visiteurs, dont 27 000 ont débuté la chasse au trésor que nous avons organisée. Les visiteurs passaient de stand en stand pour accomplir de petites missions afin de récolter des indices pour découvrir le coffre final. Finalement, 8 000 personnes ont terminé la quête pour ouvrir le coffre et gagner les lots mis en jeu ».



UNE 3^E ÉDITION TOUJOURS PLUS AMBITIEUSE

La 3^e édition reprend tous les bons ingrédients de l'édition 2021. Elle se déroulera les 12 et 13 novembre prochain, soit une semaine après la PGW. Tous les comptes sociaux et l'ensemble du dispositif ont été réactivés dans cette perspective. La « map » est renouvelée pour être plus claire, et proposer plus de gamification également. Les deux chaînes Twitch Fun et esport seront aussi au rendez-vous le 12 au soir. **Le Grand Festival Gaming va pouvoir à nouveau s'appuyer sur le circuit de la très prestigieuse compétition des IEM, et plus précisément sur l'étape Rio qui - pour la première fois - sera un tournoi « Valve Major » (1 million de dollars mis en jeu) qui se déroule toujours sur Counter-Strike: Global Offensive (Intel Extreme Masters XVII - Rio Major 2022).**

« Pour relayer et participer à nos contenus Funs, nous aurons des ambassadeurs comme Kamet0, le Wankil Studio ou encore Loupiote et Poka Gürü et plusieurs autres pour animer ces deux journées intenses qui seront à nouveau relayées de manière encore plus importante sur les réseaux sociaux. Nous vous réservons des formats très sympas, certains inspirés par de prestigieuses émissions du PAF. Tous ces nouveaux formats sont coconstruits avec les influenceurs et l'agence Freaks 4U Gaming qui nous aide à construire et organiser l'événement depuis la création. Leur équipe est une force de proposition énorme pour renouveler le format. L'un de nos partenaires principaux en tant qu'équipementier sera le constructeur Asus. D'autres partenaires surprises viendront s'ajouter, comme Microsoft avec Xbox. Sur la partie retail, ce sera notre partenaire Cdiscount qui sera associé au Grand Festival Gaming cette année.

En définitive, ce dispositif « made in France » est en passe de devenir une plateforme de communication pour Intel qui pourrait, selon ses besoins, la réactiver plusieurs fois dans l'année, pour communiquer directement auprès des joueurs, sa cible privilégiée. Une démarche qui s'inscrit dans l'offre globale d'Intel qui reste définitivement « du côté des joueurs ». ■



IT LIES WITHIN*

PREDATOR ORION 7000

PREDATOR X32



PREDATOR HELIOS 300

PREDATOR TRITON 500 SE

*C'EST EN TOI

LA MÉMOIRE, UN INDISPENSABLE POUR LE GAMING

De non sujet du jeu vidéo il y a quelques années, les solutions de mémoire sont indispensables pour le gaming. Et les constructeurs innovent tant en termes technologiques que de marketing avec l'ajout de licences de l'Entertainment.

MÉMOIRE DDR5 ARES

■ **Constructeur** : Lexar

■ **Points forts** : Mémoire DDR5, vitesses allant jusqu'à 5 200 Mhz, compatible avec les dernières plateformes Intel XMP 3.0 et AMD Ryzen, circuit intégré de gestion de l'alimentation...



FIRECUDA STAR WARS

■ **Constructeur** : Seagate

■ **Points forts** : Disque dur externe aux couleurs de Boba Fett, Grogu et The Mandalorian sous licence officielle, voyants LED RVB personnalisables, capacité de 2 To, compatibles Windows, Mac, PlayStation et Xbox, port USB 3.2 de 1^{re} génération, bénéficie du service Rescue Data Recovery...



FIRECUDA SPIDER-MAN

■ **Constructeur** : Seagate

■ **Points forts** : Disque dur externe aux couleurs de Spider-Man, Ghost Spider et Miles Morales sous licence officielle, voyants LED RVB personnalisables, capacité de 2 To, compatibles Windows, Mac, PlayStation et Xbox, port USB 3.2 de 1^{re} génération, bénéficie du service Rescue Data Recovery...



CARTE MICROSDXC FORTNITE POUR SWITCH

■ **Constructeur** : Sandisk

■ **Points forts** : Licence officielle Fortnite, design inspiré des personnages du jeu Skull Trooper (128 Go) et Cuddle Team Leader (256 Go), code permettant de récupérer le Angular Flow Wrap dans le jeu, garantie à vie sous conditions, taux de transfert allant jusqu'à 100 Mo/s...



WD_BLACK P40 GAME DRIVE SSD

■ **Constructeur** : Western Digital

■ **Points forts** : Eclairage RVB du disque, interface USB 3.2 Gen 2x2, vitesses allant jusqu'à 2 000 Mo/s, capacités allant jusqu'à 2 To, structure résistante aux chocs, connecteur USB-C, garantie limitée de 5 ans



WD_BLACK SN850X NVME SSD

■ **Constructeur** : Western Digital

■ **Points forts** : Capacités de 1 To à 4 To, mode jeu 2.0 (Windows uniquement), vitesses allant jusqu'à 7 300 Mo/s, latence extrêmement faible, version optionnelle avec dissipateur thermique...



LE MOBILIER GAMING DANS UN FAUTEUIL

Le mobilier gaming est devenu en quelques années une valeur sûre de l'écosystème vidéoludique que l'on retrouve de plus en plus dans le retail. Afin de se diversifier, les spécialistes du secteur n'hésitent plus à investir des niches : sièges ou cockpits pour enfant, baquet ou cockpits pour les simulations aériennes ou automobiles, avec des licences de l'Entertainment, avec une esthétique élégante... De vrais relais de croissance pour un marché dynamique.



FAUTEUIL GAMING NARUTO

■ **Constructeur** : Konix

■ **Points forts** : Licence officielle, cuir PU lisse, charge maximale de 150 kg, soutien lombaire réglable, accoudoirs rembourrés...



GTLITE

■ **Constructeur** : Next Level Racing

■ **Points forts** : Cockpit à double position, conception rigide qui peut supporter des pédales haut de gamme et des roues à entraînement direct, options comprenant un siège coulissant, un support de levier de vitesse, un coussin de soutien lombaire...



NITROKART

■ **Constructeur** : Oplite

■ **Points forts** : Cockpit de simulation automobile ajustable en quelques secondes pour adultes et enfants (de 1m15 à 1m95), compatible avec toutes les marques de volants pour PC et console de jeu, facile à plier et à ranger, équipé d'un siège de kart en fibre de verre à fond plat, rigidité importante...



TK800F

■ **Constructeur** : Oraxeat

■ **Points forts** : Nouvelle finition textile, tissu déperlant, qualité des matériaux, finitions impeccables, densité de la mousse de haute densité (55 kg/m³), accoudoirs 4D ajustable dans quatre directions...



ORIGINAL GAMING SEAT HARRY POTTER

■ **Constructeur** : Subsonic

■ **Points forts** : Licence Harry Potter, forme inspirée du siège junior de Subsonic, dossier ergonomique, fonction Docking chair, finition de qualité avec broderies et surpiques, structure en acier, réglage hauteur avec système de vérin classe 3...



GXT 701 RAYON

■ **Constructeur** : Trust

■ **Points forts** : Rapport qualité/prix, confort (accoudoirs rembourrés rabattables, siège inclinable, hauteur réglable entre 47 et 54,5 cm, supporte jusqu'à 150 Kg...), piston de classe 4...

LA TV EN MODE COUPE DU MONDE



Traditionnel temps fort de la TV, la Coupe du Monde de football qui se tient au Qatar du 20 novembre au 18 décembre prochain constitue un temps fort du marché de la TV. Ce dernier trimestre de 2022 cumule les promesses d'une Coupe du Monde et du Black Friday. Pour autant, va-t-on assister à une explosion des ventes ? Dans ce contexte, quels sont les choix opérationnels à faire pour les fabricants et retailers ? Réponse dans ce dossier spécial.

Sur un marché de la TV à la peine depuis le début de l'année (-15% en volume et valeur à fin août), l'arrivée d'une nouvelle Coupe du Monde, événement phare qui apporte traditionnellement un coup de boost au marché représente sur le papier une bonne nouvelle. Mais le changement de calendrier et le déroulement d'une Coupe du Monde du 20 novembre au 18 décembre au Qatar, n'aura pas le même impact. Le feu d'artifice que certains anticipaient pourraient ne pas avoir pas lieu.

UN RISQUE DE CANNIBALISATION

En effet cette période propice à de multiples opérations de promotions va se télescoper avec la semaine du Black Friday (vendredi 25 novembre), autre temps fort de l'année. Le risque de cannibalisation entre ces deux événements est important. A contrario, on peut penser que pour cette première Coupe du Monde en automne, les gens auront envie de s'équiper pour voir les matchs chez eux, en famille ou entre amis, dans de bonnes conditions.

L'enjeu est d'importance pour les fabricants. Ces derniers s'y préparent tous activement de longue date pour être présents dans toute la distribution afin d'optimiser les ventes le jour J. Certains challengers

ont choisi d'anticiper les mises en place au sein de la distribution pour occuper le terrain avant le coup d'envoi.

UN MATCH À JOUER

Autre bémol, l'appel au boycott de la Coupe du Monde au Qatar. La plupart des grandes villes de France ont décidé de ne pas diffuser les matchs en public sur écrans géants. Tout cela fait peser des incertitudes. Cela pourrait inciter certaines enseignes à jouer la prudence. Le moral des ménages n'est pas non plus à la hausse (cf. interview GfK ci-contre). En résumé, les incertitudes qui pèsent sur cette Coupe du Monde sont nombreuses, mais l'engouement autour d'un tel événement est toujours très fort. Et comme pour un match, rien n'est joué avant le coup d'envoi. **Les constructeurs affichent de très fortes ambitions sur le période (cf. interviews pages suivantes) et parient sur un quatrième trimestre en fanfare.** ■





LES NOUVELLES TECHNOLOGIES EN CROISSANCE POUR LA COUPE DU MONDE

Sur un marché de la TV en recul globalement, les nouvelles technologies d'affichages (Oled, Qled, Mini-Led et QD-Oled) seront un thème porteur pour cette Coupe du Monde. **Entretien avec Adrian Lacoste, consultant GfK – marchés TV.**

Comment se porte le marché de la TV actuellement ?

Le marché de la TV en France affiche un recul de -15% en volume et en valeur, à fin août. Cela s'inscrit dans la continuité du pic d'équipement de 2020. Depuis mai 2021, le marché croise des historiques très fort, d'où cette forte décroissance. Autre élément d'explication, le prix de vente moyen (PVM 528 euros) est désormais stable, après une croissance de 22% l'année dernière, alimentée par les technologies premiums et la hausse des coûts de production et logistique. La décroissance du marché s'étend à toute les tailles d'écrans, et d'ailleurs, la taille moyenne des écrans illustre bien ce point. Après un gain moyen de 1,5 pouce par an, ce dernier est seulement de 0,5 pouce depuis le début de l'année.

Quel est le moteur du marché ?

Les nouvelles technologies demeurent le principal moteur du marché. Après le duel LCD-Oled, d'autres technologies ont été lancées comme le Quantum Dot (Qled), le Mini-Led, le nouveau QD-Oled. Sur le Qled, le nombre d'acteurs plus important depuis deux ans a dynamisé le segment. Sur l'Oled, la démocratisation se poursuit avec notamment l'arrivée de petites tailles (48 et 42 pouces). Sur le tout récent QD-Oled, deux constructeurs ont lancé deux modèles. Ces technologies participeront certainement à la dynamique du marché de cette fin d'année. Autre phénomène à signaler l'impact des nouveautés. L'année dernière à la même période, 30% de la valeur était générée par les références sorties en 2021. Cette année, les références 2022 ne représentent que 14% du marché. Cela s'explique en partie par une arrivée plus tardive en rayon des nouvelles références (stocks, fret...).

A quoi peut-on s'attendre avec cette Coupe du Monde au Qatar qui se déroule pour la première fois en automne ?

Les événements Foot, sont traditionnellement propices à la montée en gamme, tant sur les nouvelles technologies que sur les grandes tailles. L'essentiel des promotions se fait sur ces deux points. Cependant, cette Coupe du Monde en automne constitue une première, difficile à anticiper. L'événement va se télescoper avec le Black Friday et Noël. Il faut donc s'attendre à une forte cannibalisation entre ces 3 événements, limitant d'autant l'impact de la compétition sur le marché. Pour référence, les ventes incrémentales de téléviseurs liées à la Coupe du Monde 2000 ont compté entre 150 000 et 200 000 pièces. Pour l'Euro 2021, la hausse n'a été que de 50 000 pièces, un résultat moindre du fait de la période de très fort équipement en 2020. Parmi les facteurs pouvant influencer positivement la fin d'année, il y a le calendrier : 4 semaines entières

Marché de la TV en France GfK Market Intelligence à fin Août 2022



46,6"

Taille Moyenne +0,7 pouces

528 € TTC

Prix de vente moyen stable



80%

Poids volume - Téléviseurs LCD Classic & WCG

+14% vol. Quantum Dot
+7% vol. OLED



51%

Poids volume Téléviseurs moins de 45"

+2% vol. Ecran 70-79"
+11% vol. Ecran >79"

séparent le Black Friday de Noël, le 24 décembre tombe un samedi, propice aux achats de dernière minute. Ensuite, la saison : en automne, les supporters iront probablement moins voir les matchs en extérieur pour se retrouver à domicile, en famille ou entre amis. Ils pourraient chercher à se rééquiper à cette occasion.

Quel sera l'impact de l'appel au boycott ?

L'appel au boycott va peser sur l'événement. Mais difficile de dire quel sera son impact exact. Les incertitudes sont nombreuses. Et la situation économique globale nous laisse penser que le marché ne va pas évoluer positivement. L'indice de confiance des consommateurs en Europe (EU27), réalisé par GfK pour le compte de la Commission Européenne depuis plus de 15 ans, est au plus bas. Désormais les foyers Français n'épargnent plus et piochent dans leurs réserves pour leurs achats. Résultat : les achats high-tech sont majoritairement annulés ou reportés. D'où les résultats enregistrés sur le marché de la TV avec des baisses importantes de - 20% en juin / juillet et - 10% en août.

Va-t-on voir un dernier trimestre en baisse ?

Non, le quatrième trimestre sera tout de même positif, avec une progression en CA de l'ordre de 10% mais moins explosif que prévu début 2022. C'est pourquoi nous avons révisé nos estimations annuelles et tablons sur une baisse du marché de la TV de -6% en volume et en valeur, avec toujours une certaine marge d'erreur compte tenu de la situation sans précédent. Nos hypothèses s'établissent sur un scénario de 3^e trimestre en baisse et un prix de vente moyen stable, ce que nous observons à date sur le marché (NDLR entretien réalisé le 30 septembre). Mais comme toujours, nous verrons une forte animation des ventes lors du Black Friday et les deux premières semaines de Coupe du Monde, traditionnellement les pics d'activités pour les ventes de TV. ■



PHILIPS PRÉPARE UNE COUPE DU MONDE SPECTACULAIRE

Pour cette Coupe du Monde, les téléviseurs Philips joueront la carte d'un Ambilight réinventé. Explications avec Delphine Kihl, directrice marketing de TP Vision.

Quelle sera votre approche de cette première Coupe du Monde hivernale ?

On est sur une période charnière. En effet, depuis le début de l'année, le marché de la TV affiche une baisse de 14,7% en volume et 14,8% en valeur à fin août (données GFK), après, il est vrai, deux années de forte croissance où les foyers se sont fortement équipés en téléviseur. L'arrivée de cette Coupe du Monde qui se déroulera pour la première fois en hiver est donc une aubaine qui va dynamiser ce 4^e trimestre. On peut s'attendre à une très forte saisonnalité avec un effet de cumul entre le Black Friday, la Coupe du Monde, et les offres de fin d'année qui vont fortement dynamiser le marché. Si la Coupe du Monde ne débute que le 21 novembre, on constate que les grandes manœuvres ont déjà commencé en magasin depuis début octobre. Au final, on table sur une progression globale à deux chiffres, de l'ordre de 15% (en valeur) sur le 4^e trimestre. Et selon, nos propres prévisions, on peut espérer un atterrissage annuel autour de -5%, mais il y a beaucoup de variables qui rentrent en ligne de compte.

Quels seront les produits phares mis en avant dans la communication de cette Coupe du Monde ?

Pour cet événement, nous allons communiquer sur les grandes tailles d'écrans, l'aspect grand spectacle et la qualité de l'image de l'Oled. Nous aurons de très belles offres sur nos nouvelles gammes et aussi sur nos derniers reliquats de stocks des séries antérieures. En effet la période est propice à la montée en gamme et nos 3 nouvelles séries de TV Oled intègrent de nombreuses améliorations comme les nouvelles dalles Oled EX Prestige et Royale qui apportent

un gain de luminosité supplémentaire sur cette technologie premium (+30%) La série 807 bénéficie de la 6^e génération de processeur P5 avec un volet intelligence artificielle encore renforcé et d'un nouveau pied rotatif.

L'Ambilight, véritable marque de fabrique pour les TV Philips, est encore amélioré grâce à une nouvelle structure des Led placées à l'arrière de l'écran et gérées une par une, et permet ainsi d'améliorer la sensation d'immersion et apportant plus de couleur. Autre nouveauté, la fonction Aurora affiche de magnifiques images ou vidéo quand l'écran est en veille et permet ainsi de se départir de ce fameux effet écran noir. Nos téléviseurs intègrent la fonction DTS Play-Fi pour connecter plusieurs périphériques, tels des enceintes, une barre de son ou un caisson de basse, et le téléviseur fait office de voie centrale. Toujours sur l'Oled, on augmente le nombre de tailles en intégrant du 48 pouces et du 77 pouces pour les amoureux des grands écrans comme les amateurs de football qui veulent bénéficier d'un spectacle époustouflant. Côté son, deux de nos séries Oled bénéficient du son Bowers & Wilkins avec notamment la série haut de gamme OLED+937 qui bénéficie d'un double chipset et atteint des pics de luminosité records. Véritable nouveauté, la série 907 intègre une barre de son pour proposer le meilleur du son et de l'image dans un design plus fin avec un pied métal élégant.

La série de téléviseur The One constitue notre deuxième pilier business. Véritable best-seller, cette gamme propose l'un des meilleurs rapport qualité prix du marché. Ces séries gagnent encore en fluidité avec une déclinaison en 100Hz natif. Cela apporte un réel bénéfice consommateur. Ce sera d'ailleurs l'un de nos arguments pour convaincre les amateurs de football de s'équiper en grand écran pour profiter pleinement des matchs. Et cela nous permet de jouer sur différentes gammes de prix et ainsi de répondre à l'ensemble des attentes des retailers. A noter que nous sommes présents sur l'ensemble des



technologies avec également des modèles Mini-Led (série PML9507) particulièrement lumineux (1 500 Nits).

Comment préparez-vous cette période Black Friday / Coupe du Monde ?

Nous avons choisi de nous adapter à chacune des stratégies des enseignes sur les opérations menées par les uns et les autres autour de cette Coupe du Monde et de proposer quelques offres complémentaires pour le Black Friday. Ensuite se succéderont les opérations propres sur la Coupe du Monde et nous avons également construit des offres spécifiques de cadeaux de Noël, en associant produit audio et TV avec une montée en gamme (barre de son, enceintes sans fil, gamme Fidelio, etc.). Sur l'ensemble de nos opérations de fin d'année, nous jouerons la carte de l'argument Ambilight qui demeure un élément différenciant très efficace auprès des consommateurs. Nos études montrent qu'une fois que le consommateur l'a testé, il adhère définitivement à l'Ambilight (plus de 90% souhaitent se rééquiper). La Coupe du Monde est toujours un rendez-vous important pour les amateurs de football et le fait que celle-ci se déroule en hiver va logiquement inciter ces derniers à s'équiper pour la regarder chez eux. Certaines villes ont d'ailleurs indiquées qu'elles ne diffuseraient pas les matchs sur grand écran. ■

PHILIPS

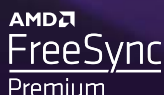
Séries OLED 807



Couleurs éclatantes.
Noirs profonds.
Immersion complète
avec Ambilight tv.

4K UHD OLED Android TV

AMBILIGHT tv





SAMSUNG, UN LEADER PRÊT POUR LE COUP D'ENVOI

A la veille d'une Coupe du Monde de football en automne, Samsung a préparé cette période stratégique de l'année qui cumule Black Friday et fête de Noël. **Guillaume Rault**, VP, Directeur de la division TV-Audio de Samsung France, nous explique la stratégie du constructeur.

Quelle sera votre approche / stratégie autour de cette première Coupe du Monde à se dérouler à l'automne ?

Nous attendons évidemment beaucoup du marché sur le dernier trimestre de cette année. Et dans cette perspective, il est utile de revenir sur l'état actuel du marché, qui, à date, est à -14% en volume et en valeur. A l'aube de cette période de Coupe du Monde cumulée au Black Friday, nous attendions un signe annonciateur de reprise du marché. C'est le cas sur septembre avec une progression en volume sur les 4 dernières semaines. Ce signal est très important pour nous car, sans lui, nous aurions été moins confiants concernant Q4. Sur ce dernier trimestre crucial, nous attendons une croissance de +18% en volume et +15% en valeur. Par conséquent, il nous faudra plus que jamais être présent et très performant sur le marché.

Comment vous êtes-vous préparés à ce combo Black Friday / Coupe du Monde ?

Les deux événements majeurs de l'année se déroulent en effet quasiment en même temps (20 et 25 novembre). Pour la Coupe du Monde, nous avons habituellement un incrémental important sur Q2. Nous assisterons donc sur ce trimestre, au cumul d'une Coupe du Monde avec un Black Friday qui devient toujours plus important, et qui s'étend désormais sur une dizaine de jours. Cette période particulièrement atypique sur le marché de la TV nous a donc demandé de nous organiser en amont de ces événements. Notre analyse est



que le retail, dans son ensemble, n'était pas en capacité de faire face aux potentiels volumes colossaux qui auraient pu être générés sur cette semaine. La capacité des enseignes et la logistique en France ne permettraient pas de livrer les volumes considérables qui auraient pu être écoulés en théorie. Par conséquent, nous avons décidé chez Samsung d'adapter notre stratégie.

Comment vous êtes-vous organisé ?

Nous avons décidé de commencer très tôt les grandes manœuvres avant cette période cruciale de Coupe du Monde. Nous avons choisi d'échelonner l'ensemble de notre planning opérationnel jusqu'à la première semaine de décembre, avec à chaque fois, une animation. La semaine dernière, c'était la Gaming Week lors des Frenchs Days. Nous enchaînons avec la Samsung Week, la Design Week, suivies d'ici une dizaine de jours des premiers catalogues de Coupe du Monde, avant de s'attaquer au Black Friday. Notre objectif est de cibler chaque communauté

avec la bonne expérience qui répond à leurs attentes, et ce, tout au long du trimestre. Il ne s'agit pas seulement de prix. Un gamer aura par exemple besoin d'un modèle particulier en 144 Hz. Samsung possède en effet une offre très large et ne pourra pas animer tous ces produits lors du Black Friday, il nous faut anticiper. Nous choisirons deux à trois produits pour animer ce pic d'activité. Et je pense que c'est plus sécurisant pour l'ensemble des retailers. Résultat : pour l'instant, notre stratégie fonctionne bien puisque nous progressons. C'est encourageant. De plus, notre dynamique a une influence forte sur l'ensemble du marché. Samsung occupe en effet une place à part, en tant que leader du marché de la TV avec 34% de part de marché, soit deux fois plus que le deuxième acteur du marché. Samsung est le seul acteur AAA à continuer à prendre de la part de marché.

Quel est le point de vue des distributeurs ?

Les retailers pourront évidemment, en fonction de leur stock, réaliser des opérations sur cette

période du Black Friday. Mais notre stratégie est alignée avec celle des retailers. Ces derniers ont choisi d'anticiper la constitution de stock pour être prêt le jour J. Et c'est logique car on commence déjà à voir des pénuries sur certains modèles de grandes tailles, ou certaines technologies premium. Les retailers doivent prendre des positions fortes en termes de stock, sous peine de passer à côté d'une partie de business sur cette période cruciale de Coupe du Monde / Black Friday. Le juge de paix de cette fin d'année sera placé début décembre. Ils sauront, à cette date, s'ils ont réussi, ou pas leur année.

Quels sont vos produits phares mise en avant dans la communication et dans les opérations commerciales de cette période de fin d'année ?

Côté produits et expérience, Samsung dispose de la gamme la plus large du marché. Nous avons ainsi créé la Lifestyle Collection autour de nos produits design et lifestyle pour les personnes ayant un usage différent d'un téléviseur classique. Nous avons créé des opérations sur cette collection avec de bons retours. Nous nous appuyons aussi sur un partenariat prestigieux avec le Louvre (publicité au cinéma en ce moment) et YellowKorner autour de nos collections Lifestyle (The Frame, The Sero, The Serif, The Premiere, etc.). Nous avons de très fortes ambitions sur les produits Lifestyle.

Samsung se lance sur la technologie Oled. De quelle façon ?

Le lancement de nos premiers modèles QD-Oled constituera notre deuxième produit stratégique sur cette fin d'année. Samsung a réinventé cette technologie pour aller encore plus loin, en alliant le contraste de l'Oled avec une grande luminosité grâce aux Quantum Dots Oled (disponible en 55 et 65 pouces). Ces modèles flagship feront l'objet de soutien opérationnel sur toute la fin d'année. Samsung entend devenir numéro un sur l'Oled, comme nous le sommes déjà sur tous les autres segments de marché. Les tests techniques de la presse spécialisée nous confortent dans cette analyse. Enfin, troisième point crucial de notre stratégie, nous proposerons une gamme très large avec des modèles qui commencent au 32 pouces jusqu'au 75, 85 et désormais 98 pouces. Lors de la Coupe du Monde, les consommateurs changent de téléviseurs pour une taille plus grande et une meilleure résolution. Les enseignes exposent beaucoup ce modèle 98 pouces en magasin. Et pour gagner encore en visibilité auprès du



consommateur, nous lançons la Premium Collection qui regroupe tous nos meilleurs produits : Le QD-Oled avec le meilleur contraste, le 8K avec la meilleure définition, et le Neo Qled, avec la meilleure luminosité. Plus que jamais, l'innovation est au cœur de notre ADN et c'est ce qui nous permet de rester leader depuis 16 ans.

Quels sont vos autres arguments football ?

Autre solution sur les grands écrans, nous privilégions également l'aspect convivial entre amis devant un match sur grand écran. Nos deux vidéoprojecteurs font parler d'eux : d'une part, The Premiere, un projecteur à courte focale qui projette une image de 130 pouces en étant placé à 7 cm seulement du mur (2 500 lumens) et, d'autre part, The Freestyle, un vidéoprojecteur nomade, ultra-compact et connecté, désormais proposé avec une sacoche et une batterie offerte de 800 mAh. Les ventes en Europe de ce dernier modèle ont dépassé nos attentes. A noter qu'ils intègrent tous deux le Smart Hub, qui donne accès à tous les contenus possibles.

Quelle sera votre présence en magasin ?

Samsung a besoin de la distribution pour faire valoir tous les atouts de ses gammes et les

aspects différenciants. Ce sont des partenaires incontournables. Cela passe par beaucoup de formation des vendeurs. En magasin, nous appuyerons sur des mises en situation en magasin autour du football avec des démonstrations de toutes nos gammes (100 promoteurs seront présents pour accompagner le consommateur dans sa compréhension et ses choix), avec évidemment des produits spectaculaires de très grandes tailles comme notre 98 pouces, mais aussi sur nos gammes Lifestyle avec par exemple des murs expliquant le concept de dalle mate de The Frame. Enfin on retrouve sur la partie online, les mêmes éléments de communication autour de nos produits.

En définitive, ce dispositif est le fruit de 9 mois de travail. Nous savions que nous avions une fenêtre de 4 mois à exploiter en animant systématiquement toute cette période stratégique. Samsung entend dynamiser le marché de la TV dans son ensemble. Cela devrait contribuer à atteindre un marché global en hausse de 18% en valeur sur Q4, ce qui va nous amener sur une année en retrait de -4 à -5% en volume et valeur. Dans ce contexte, Samsung entend renforcer sa position de leader du marché de la TV. ■

TCL : UNE COUPE DU MONDE EN GRAND FORMAT

Pour cette Coupe du Monde, TCL a décidé d'anticiper l'évènement pour mettre en place, dans près de 1 000 points de vente, un important dispositif de PLV aux couleurs de son ambassadeur français Raphaël Varane, joueur important de l'équipe de France. Un dispositif ambitieux qui démontre la volonté du constructeur de poursuivre sa conquête du marché français.

Afin de se démarquer en magasin sur une période forte, TCL a choisi de lancer les hostilités dès la fin de l'été. « *Nous avons choisi d'anticiper sur cet événement. Dès septembre, nous étions prêts à déployer nos PLV aux couleurs de notre ambassadeur foot, Raphaël Varane. Cela a représenté un gros travail en amont, initié dès le mois de juin pour s'assurer d'une mise en place parfaitement opérationnelle dès la fin septembre* », explique Virginie Guimaraes, Responsable Marketing France chez TCL. Le constructeur concentre ainsi ses efforts sur le pic d'activité cumulé Coupe du Monde plus Black Friday en répartissant l'effort d'octobre à fin novembre.

TCL DANS LES STARTING-BLOCKS

Concrètement, le constructeur chinois a déployé ses PLV et dispositifs de grande envergure dans près de 1 000 magasins à travers toute la France. « *Nous avons mis en place de très belles zones, adaptées à chaque point de point de vente, dès la fin septembre et sur toute la durée de la Coupe du Monde* », précise Virginie Guimaraes. De cette façon, TCL s'assure d'une présence renforcée auprès du consommateur sur toute la période de fin d'année.

UN DÉPLOIEMENT XXL DANS PRÈS DE 1 000 MAGASINS

La marque s'appuie également sur sa nouvelle gamme « XL Collection », qui regroupe les téléviseurs de la marque de plus de 75 pouces.



Côté grande taille, TCL peut notamment s'appuyer sur la série QLED 4K C73 (144 Hz), accompagné d'un son Dolby Atmos, disponible notamment en 75, 85 et 98 pouces (120Hz). **TCL a d'ailleurs exposé en magasin son modèle de grande taille de 98 pouces dès le mois de juin** avec des meubles dédiés. Plus généralement, ces téléviseurs géants répondent aux attentes des nombreux fans de football. « *Qui dit match de foot dit TV de très grandes tailles pour mieux voir tous les détails grâce à une qualité et une fluidité d'image parfaites* », précise Virginie Guimaraes. Et ce sont également des outils de communications particulièrement utiles en magasin pour donner envie aux consommateurs de choisir un téléviseur plus grand et dans une meilleure résolution.

Le constructeur peut aussi s'appuyer sur une gamme 2022 ultra-compétitive à l'image des TV QLED Mini-LED (séries C83 et C93) qui bénéficient d'une grande fluidité d'image de 144 Hz en natif, que seul le constructeur propose sur le marché, accompagné d'un excellent son ONKYO Dolby Atmos et de Google

TV. Ces modèles constituent l'un des meilleurs rapport qualité / prix du marché. A travers cet ambitieux dispositif déployé dans toute la distribution, TCL démontre une fois de plus ses objectifs de montée en gamme sur le marché français. Cela s'inscrit pour la marque dans un dispositif marketing 360° très complet, incluant du media, de la presse, du digital et du social media. ■



TCL



Google TV

C93 Mini LED QLED
OD 5

LE STADE À LA MAISON




Raphaël Varane
TCL BRAND AMBASSADOR

4K HDR PREMIUM 2000

144Hz
MOTION CLARITY PRO

MULTI HDR FORMAT
Dolby Vision Dolby HDR


GAME MASTER PRO

ONKYO
21 SOUND SYSTEM

 Dolby Atmos

INSPIRE GREATNESS

SHARP : LA SERIE EQ A L'ATTAQUE



Le constructeur japonais Sharp, numéro un au Japon sur le marché de la TV, désormais détenu à 66% par le Taisanais Foxconn, retrouve de forte ambition sur le marché français. Sharp est déjà présent chez Fnac Darty, Amazon, Electro Dépôt ou encore But. Pour cette Coupe du Monde, Sharp jouera la carte de sa série EQ. Avec son image de pointe (technologie Quantum Dot (400 Nits), HDMI 2.1), son design attrayant (disponible en noir et en aluminium gris) et son système sonore Harman-Kardon performant avec deux haut-parleurs en frontal (Dolby Atmos, DTS X), ce téléviseur 4K Qled se positionne résolument au cœur du marché. **Dans le détail, les tailles 50, 55 et 65 pouces des séries EQ3 et EQ4 feront l'objet d'une opération de remise**

pour la Coupe du Monde : 100 euros sur les modèles 50 et 55 pouces (prix actuels 599 et 799 euros) et 200 euros de remise sur le 65 pouces (prix actuel 999 euros). Comme pour tous les modèles de téléviseurs Sharp, le constructeur ne fait aucune concession sur la qualité, les ingénieurs japonais veillent au grain. Une partie des TV sont toujours produites au Japon. La série EQ propose donc une très belle image à un prix abordable qui doit lui permettre de reprendre des parts de marché après une période du Covid qui a compliqué le redéploiement de Sharp à l'export. A noter que la série EQ est également disponible au format 75 pouces. En complément de ses téléviseurs, Sharp, spécialiste de l'audio, propose également de nombreuses barres de sons, dont la

HT-SB100, positionnée à 79 euros (2.0, 75 watts, HDMI, Bluetooth). Sharp promet également pour le début d'année une nouvelle « mega » enceinte, baptisée Sumo Box, intégrant les technologies Devialet. Un produit audio qui sort de l'ordinaire et qui devrait faire du bruit en 2023. ■



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€

Pour le règlement, contactez BSC PUBLICATIONS par mail à l'adresse :
bsc@multimedialaune.com

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.
bsc@multimedialaune.com

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 295

MAQUETTE

Réalisation : David Garino

PUBLICITE

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

IMPRESSION : CCI

Credits 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.

DRAKKAR

**Nouvelle gamme d'écran gaming
disponible dès Novembre**



Écran Gaming
GALAR



Écran Incurvé Gaming
SHADOW

27"

180
HZ

ULTRA FAST
1MS

Nouveau



Écran Gaming
MAGNA

24"

165
HZ

ULTRA FAST
1MS

Nouveau



Écran Gaming
VALI

24"

75
HZ



KONIX, ROI DE LA COUPE DU MONDE

La licence FFF est un des best-sellers de Konix. La Coupe Du Monde de Football, en plein cœur du rush de fin d'année, sera donc un objectif majeur pour le Parisien. Sébastien Rams, DG de Konix Interactive, nous décrypte son dispositif dédié.

La Coupe du Monde de football 2022 va être un des événements de la fin d'année dans les linéaires. Comment comptez-vous profiter de votre licence FFF dans ce cadre ?

Konix est un partenaire de la FFF depuis des années. Les accessoires utilisant cette licence sont des valeurs sûres qui se vendent bien toute l'année et un produit comme notre casque gaming Nemesis FFF fait partie des « best sellers » de sa catégorie. La Coupe du Monde devrait dynamiser les ventes. Les grands événements déclenchent l'enthousiasme des consommateurs dans les rayons. En effet, les ventes sur cette période peuvent être multipliées par 4 ou 5, et cela commence plus d'un mois avant le début de la compétition. Pour les magasins, ce type de produits, surtout bien mis en avant par des dispositifs trade spectaculaires, assure un haut niveau de vente additionnelle et d'achat d'impulsion.



La Coupe Du Monde de Football a lieu pour une fois en fin d'année. Est-ce selon vous un avantage ou un inconvénient pour les ventes ?

La Coupe Du Monde se déroulant entre mi-novembre et mi-décembre, cela me semble être un vrai avantage. En effet, d'habitude, la Coupe Du Monde se déroule en été qui n'est pas forcément la période de vente optimale. Là, on sera en plein cœur du rush de fin d'année, juste après la sortie des nouveaux opus des grands jeux de football que sont Fifa ou Football Manager.

Quelle sera votre offre autour de la licence FFF pour cette période ?

Nous proposons toute notre gamme FFF qui se compose de 22 produits. Notre offre de produits audio sera importante avec 3 casques gaming (modèle 7.1 et modèle standard Nemesis décliné en noir et en blanc), mais aussi la deuxième

génération de nos écouteurs sans fil, un casque intra auriculaire, un casque Bluetooth et un support de casque rétro-éclairé. Nous proposons également de nombreux accessoires pour Switch (2 manettes, 3 housses de transports et 1 housse de protection) et pour PC (1 clavier, 1 souris et 3 tapis de souris). Enfin, nous proposerons deux sièges gaming (1 noir et 1 blanc) et un sac à dos gaming.

Comment allez-vous promouvoir ces produits ?

Nous avons prévu d'importants dispositifs en magasins via des partenariats avec des box, des théâtralisations, des opérations dans les enseignes, une présence dans les catalogues... Nous soutiendrons bien sûr le retail et serons très présents via les réseaux sociaux. Ces dispositifs s'avèrent fondamentaux pour déclencher les achats d'impulsion. ■

LES ACCESSOIRES OFFICIELS FFF



▲
Casques Gaming
Universel
▲



Ecouteurs
sans fil



▲
Fauteuils
Gaming
▲



▲
Tapis de souris L & XXL
▼



▲
Housses
pour Switch™
▼



▲
Manettes filaires
pour Switch™ et PC
▶



KONIX



HP PREPARE UNE FIN D'ANNEE DYNAMIQUE AVEC SES RETAILERS



HP aborde la fin d'année dans les meilleures conditions. Réunissant la majorité de la distribution grand public lors d'un événement à Deauville, le constructeur a proposé des mises en scène visant à démontrer la valeur ajoutée et la complémentarité de ses gammes de produits. **Roselyne Ludena, Directrice du Réseau de Partenaires HP France**, revient sur cet événement et les ambitions de cette fin d'année.

Comment s'est déroulée la rentrée pour HP ?

Nous avions quelques réserves en raison du marché baissier depuis 2022, mais la rentrée a été un succès (s35 à 37). Sur l'activité PC, HP a enregistré des résultats similaires à 2021 – une année de forte croissance – et sur l'impression, une croissance de 2%. Dans ce contexte, HP a retrouvé ses parts de marché – autour de 21% – et, après les problèmes de pénurie, c'est plutôt encourageant. L'un des objectifs de notre événement à Deauville, les 29 et 30 septembre derniers, était justement de démontrer à nos partenaires que la dynamique était bien là. Le PC est désormais incontournable dans l'équipement des foyers. Le travail hybride continue d'être un accélérateur. Les particuliers continuent de s'équiper et le panier moyen est en hausse. Par ailleurs avec le travail à domicile, l'ensemble de l'écosystème est gagnant :

imprimantes, écrans, accessoires et mobilier de bureau. Il y a de réelles opportunités à saisir. Nous avons confirmé aux distributeurs notre capacité à absorber les pics d'activités de fin d'année. Nous sommes prêts et serons très présents sur le Black Friday et Noël pour réussir cette fin d'année.

Quelles ont été les retours de la distribution suite à cet événement ?

Pour la première fois depuis deux ans et la crise du Covid, nous avons pu réunir la quasi-totalité des enseignes de la distribution. Cette rencontre nous a permis de réaffirmer nos ambitions et notre vision du marché. Nous avons fait re-découvrir nos gammes de produits à nos partenaires au travers de 3 univers : Lifestyle, Travail hybride et Gaming. Les équipes HP ont imaginé des scénarios d'usages réels et échangé avec les distributeurs sur la façon de l'adapter en magasin. Ces ateliers ont permis de présenter concrètement la valeur ajoutée de nos innovations pour les utilisateurs.

Vous avez mis particulièrement en avant votre vision du travail hybride...

Le travail hybride pour HP est un concept plus large que le simple télétravail (cf. Interview MM288). Cela recouvre l'ensemble des nouveaux modes de travail : à domicile, en déplacement, en flex-office ou au sein d'espaces de coworking. Notre objectif est de répondre à l'ensemble des nouveaux besoins

avec des offres adaptées au plus grand nombre : travailleur sédentaire ou mobile, gamer, étudiant, senior, famille... Certaines entreprises financent des matériels pour leurs salariés en travail hybride et ces derniers s'équipent souvent dans la distribution grand public. Par ailleurs, la frontière entre vie professionnelle et personnelle tend à disparaître. Pour répondre à cette problématique, HP dispose de l'offre la plus large du marché : PC polyvalents grand public (HP, Pavilion et Envy), gaming (HP Omen et Victus), ultra-portable (Spectre et Envy), destinés aux créatifs (Envy et Zbook) ainsi que des Chromebooks.

Quel type de produits conçus pour le travail hybride avez-vous présenté sur HP Innovate ?

Dans un premier scénario, nos équipes ont présenté plusieurs PC tel que le HP Envy 13 x360, notre ultra-portable convertible sous Intel Evo – et doté d'un châssis en aluminium recyclé. Il dispose d'une nouvelle caméra de 5 MP avec une solution logicielle qui propose un son optimisé, quel que soit l'environnement dans lequel on se trouve. Son écran au format 16/10 permet une meilleure productivité. Lorsque l'utilisateur rentre chez lui, il peut par exemple profiter d'un tout-en-un PC HP Pavilion AiO qui dispose d'un écran 4K de 27 pouces. Pour imprimer ou scanner ses documents, la nouvelle imprimante ENVY Inspire 7921 avec chargeur de documents est parfaite. HP propose aussi le PC portable HP Envy 16 qui intègre des processeurs allant jusqu'au Intel Core i9. En résumé, nous continuons à innover sur toutes les caractéristiques techniques afin de répondre le plus précisément possible à chaque besoin.

Quels étaient les produits gaming mis en avant ?

Nicolas Bleines, notre chef produit gaming a mis en scène deux types d'espaces complets. Le premier, imaginé pour un gamer débutant, se composait d'un PC portable Victus, d'un moniteur externe HP, d'une souris et un micro Hyper X (une entreprise rachetée par HP l'été 2021), et de l'imprimante ultra-compacte HP Deskjet. Le second espace misait sur la performance avec le PC fixe Omen 45L. C'est le PC gaming le plus performant du marché avec un système de refroidissement unique Cryo Chamber, qui prend l'air à l'extérieur du PC. Le scénario pour gamers aguerris incluait un grand écran IPS 4K (1 ms, 144 Hz), une chaise gaming, une manette et un micro Hyper X. Nous avons pu ainsi démontrer, en conditions réelles, tous les avantages de nos solutions gaming.

Comment se porte votre activité impression et quelle sont les dernières nouveautés ?

Le secteur de l'impression reste un pilier central de notre stratégie. HP, leader du PC et de l'impression, est en effet le seul constructeur à fournir l'ensemble de ces solutions aux consommateurs. Lors des différents confinements, on a compris la nécessité de disposer d'une imprimante. Le taux d'équipement des foyers est ainsi passé de 66 à 77%. HP, en plus d'avoir une très large gamme d'imprimantes sécurisées, s'appuie sur de nouveaux services. Après avoir lancé notre solution Instant Ink, forfait d'impression par abonnement, qui rencontre un vrai succès, nous diversifions encore nos propositions. Nous avons dévoilé par exemple la nouvelle solution Laserjet Tank qui permet d'adresser une nouvelle cible à la recherche d'une solution simple et efficace qui consiste à acheter, en une seule fois, une grande quantité d'encre ou de toners, pour un usage longue durée. Nous nous adaptons plus que jamais à toutes les nouvelles demandes liées à la transformation des modes de vie et de travail.



Quelles sont vos perspectives ?

On a connu une accélération du marché avec la crise du Covid. La digitalisation qui devait se faire en 5 ans, s'est faite en deux. HP inscrit sa stratégie dans l'évolution de ces modes de vie et de travail. Le PC y est central, et les services et l'écosystème qui gravitent autour – comme les accessoires – vont très vite devenir indispensables. Dans ce contexte, nous avons renforcé nos positions et notre offre, en rachetant notamment deux entreprises : Hyper X sur le gaming grand public et Poly sur la partie plus professionnelle. Tout cela vient enrichir l'expérience HP. Sur la sécurité, au cœur de nos préoccupations, nous avons développé l'offre HP Wolf Security. Ce sera l'un de nos chantiers de développement pour 2023 avec les nouveaux services aux professionnels et au grand public. Tout cela nous rend confiants pour l'avenir, sur un marché du PC supérieur à 50% par rapport à nos estimations d'il y a deux ans. Les perspectives sont donc encourageantes pour l'ensemble de l'écosystème et HP entend y tenir sa place de leader.

“
Avec le travail à domicile,
l'ensemble de l'écosystème est
gagnant
”

Qu'en est-il de votre engagement en matière environnementale ?

Ce format de rencontre nous a également permis de présenter nos actions en matière de Responsabilité sociale et environnementale. Par exemple l'éco-conception : HP utilise des peintures à base d'eau, de l'aluminium recyclé et du plastique recyclé pour ses PC, propose des produits bien moins énergivores et n'utilise plus de plastiques dans les emballages, HP poursuit en parallèle ses efforts en termes industriel et logistique. Nous faisons partie des constructeurs les plus en pointe sur ces sujets et c'est désormais un argument qui compte pour le consommateur. Nous avons d'ailleurs conçu un catalogue à destination des distributeurs pour expliquer produit par produit, tout ce qui a été fait pour améliorer notre empreinte carbone avec des illustrations concrètes. Nous travaillons également depuis des années sur le recyclage des cartouches d'imprimantes et à la mise en place d'équipements reconditionnés. D'un point de vue sociétal, notre priorité est de lutter contre la fracture numérique au travers de nombreux partenariats qui visent tous les publics : jeunes, porteurs de projets, seniors... ■



NACON À L'HEURE DE L'EXPLOSION POUR LE JEU VIDÉO



NACON est très ambitieux dans le développement de jeux vidéo. Le Nordiste a multiplié les rachats de studios et prépare de très belles pépites. Benoit Clerc, Head of Publishing chez NACON, nous explique la stratégie de son groupe dans le jeu vidéo.

Pouvez-vous nous faire un historique de votre montée en puissance dans le jeu vidéo?

C'est un cheminement sur plus de 20 ans. A la base, le jeu vidéo était chez nous plutôt lié à notre activité Accessoires. Puis, nous avons, au début des années 2000, conclu un accord pour la distribution de la console et des jeux Dreamcast. Nous avons donc dédié une équipe aux jeux vidéo. Elle est peu à peu montée en puissance car nous voulions avoir un meilleur contrôle sur la qualité et la ligne éditoriale de notre catalogue. Nous avons proposé des produits mêlant hardware et software avec par exemple un volant et un jeu

de kart. Notre gamme Cocoto en est la parfaite illustration. Au fur et à mesure des années, nous sommes montés en compétence, en exigence, en qualité de produit... Nous avons ensuite décidé de disposer de nos propres studios, afin d'avoir une politique éditoriale ambitieuse et une vision de long terme. Nous avons donc procédé à de nombreuses acquisitions. Nous disposons désormais de 16 studios, dont 9 acquis dans les 3 dernières années. Cela se traduit par une croissance importante avec un chiffre d'affaires global de 156 millions d'euros l'année dernière avec une répartition Jeux/Accessoires oscillant entre 60%/40% et 40%/60% suivant les années. Le tout avec une activité de plus en plus rentable.

Quelle est votre philosophie dans votre offre de jeux vidéo ?

Nous sommes le spécialiste des jeux AA, dédiés à une cible exigeante, et qui se vendent entre 200 000 et 2 millions d'exemplaires. Des concepts développés par de studios experts dans leur domaine, parfois très pointu comme le rallye

off road, les jeux de rugby ou les souls like. Nos développeurs ont tous le niveau de compétence et d'expérience nécessaire pour satisfaire une cible souvent exigeante.

Envisagez-vous de créer des titres AAA ?

Nous ne cherchons pas à créer des titres AAA. Cela implique un niveau de risque très important qui n'est pas forcément dans l'ADN de NACON. Et ce, même si nous avons des productions avec un coût de développement de plusieurs millions d'euros et des ventes qui se comptent en millions d'exemplaires.

Comment soutenez-vous vos développeurs ?

Globalement, notre but est que nos studios puissent utiliser leur créativité à fond. Nous donnons donc les moyens aux studios de faire ce qu'ils désirent et leur apportons une vision de long terme et une stabilité financière et entrepreneuriale qui leur permettent d'être le plus efficient possible.

Comment organisez-vous vos désormais nombreux studios ?

Nous avons donc un portfolio de jeux et studios très diversifiés. Chacun de nos 16 studios a sa spécialité. KT Racing, c'est le racing avec son moteur propriétaire. Spiders, avec à sa tête Jehanne Rousseau et son moteur Silk, apporte une vraie patte dans ses jeux aux univers fantastiques. Big Ant propose lui des jeux de simulation sportive (tennis, rugby, cricket...). Cyanide est une sorte de « couteau suisse » du développement qui propose des jeux aussi intéressants et diversifiés que Rogue Lords, Bloodbowl 3 ou Tour de France 2022. Le Nîmois Midgar mise sur son talent dans les JRPG, Daedelic dans les jeux d'aventure, quand Passtech se concentre sur des jeux très hardcore. Et on pourrait continuer ainsi avec tous nos studios.

On assiste actuellement à une course aux armements dans le jeu vidéo qui se concrétise par une intense activité de fusion/acquisitions. Comment vous positionnez-vous dans ce contexte ?

Nous avons d'autres projets de rachats de studios référents dans leur domaine. De notre côté, il y a une réelle volonté de rester indépendant et 75% de notre



capital appartient à Bigben. Nous avons également dorénavant une grande habitude des partenariats de licences tant pour notre activité Jeux (Michelin, Orient Express, Terminator...) que Accessoires.

“
Le spécialiste des jeux AA dédiés à
une cible exigeante
”

Quels seront vos principaux titres pour les prochains mois ?

Nous avons pour les années à venir un excellent catalogue dans des segments très divers avec de magnifiques pépites. Dans le domaine du racing, les équipes

de KT Racing travaillent d'arrache-pied et viennent de sortir WRC Generations en attendant Test Drive Unlimited Solar Crown. Côté simulation, on retrouvera Chef Life (simulation de restaurant par Cyanide), Train Life, Taxi Life ou Garden Life. Nous proposons aussi une offre Kids avec par exemple My Fantastic Ranch, Cat Rescue Story et Animal Hospital. Dans l'univers de Warhammer, nous aurons des produits aussi différents que Blood Bowl 3 et Warhammer 40 000 : Inquisitor - Martyr. Nous proposons aussi des jeux ambitieux comme Steelrising (le nouveau concept de Spiders, qui vient de sortir) ou Ad Infinitum (une pépite mêlant action et horreur durant la Première Guerre Mondiale, par le studio Hekate). The Lord of the Rings : Gollum, prévu pour 2023, est une expérience épique créée par le studio Daedalic dans le monde du Seigneur des Anneaux.

... Et à plus long terme ?

Nous prévoyons par exemple pour 2023 Robocop Rogue City (un FPS à la Deus Ex, développé par Teyon) ou Gangs of Sherwood (une dystopie sur le thème de Robin Des Bois, par Appeal Studio). Pour 2024, sont attendus Ravenswatch (un jeu d'action Rogue-like par Passtech Games), Hell Is Us (un de nos plus beaux projets, créé par Rogue Factor le studio de Jonathan Jacques-Belletête) ou Greedfall 2 The Dying World (un projet très excitant et ambitieux de Spiders). Nous avons également annoncé Terminator (un jeu de survie en monde ouvert, développé par NACON Studio Milan). Concernant les synergies Jeux/Accessoires, nous travaillons par exemple autour de la 5G et du cloud gaming avec des jeux et des manettes dédiées. ■

L'UHD PARTNERS : 9^e conférence annuelle



L'association UHD Partners France et son président Laurent Villaume annoncent la tenue de sa conférence annuelle dédiée à l'Ultra HD et ses enjeux. L'évènement qui réunira une nouvelle fois l'ensemble des acteurs de l'Ultra Haute Définition se tiendra le 30 novembre prochain, à l'Élysée Biarritz à Paris.

L'UHD Partners France continue d'accompagner activement la montée en puissance de l'écosystème Ultra HD 4K et soutenir son déploiement en France. L'association qui sera une nouvelle fois présente sur le salon Paris Audio Video Show du 4 au 6 novembre prochain au Palais des Congrès de Paris Porte Maillot, annonce ainsi la tenue de sa 9^e grande conférence annuelle dédiée à l'Ultra HD le 30 novembre, à partir de 9h et ce jusqu'à 12h30, à l'Élysée Biarritz dans le 8^e arrondissement de Paris. **L'évènement qui aura pour thème cette année « 2026 : Les Nouveaux Enjeux Audiovisuels »** réunira comme à chaque fois un large panel d'intervenants devant un parterre de près de 200 personnes : professionnels de l'audiovisuel et de l'électronique grand public, mais également distributeurs, journalistes et institutions. **« Pour cette 9^e édition, nous avons décidé de nous renouveler et de changer de format avec l'intervention de Pascal Lechevallier, président de What's Hot Media, qui reviendra sur les enjeux et bouleversements qui attendent le marché de l'audiovisuel à l'horizon 2026,** annonce Laurent Villaume. La conférence sera évidemment

également l'occasion de faire le point sur les avancées et le déploiement de l'Ultra HD 4K avec notamment la venue de Victor Mastuda, président de la Blu-ray Disc Association (BDA), qui nous fera une nouvelle fois l'honneur de sa présence, afin de partager sa vision du marché mondial, mais également celles de Jean-Yves Fabre-Darcourt, directeur général de TP Vision (Philips) au titre des industriels, et d'Yves Elalouf, président du SEVN et patron de Warner Bros Home Entertainment, qui nous apporterons un éclairage complet sur l'état du marché et de ses évolutions, que ce soit au niveau des ventes de téléviseurs ou de Blu-ray 4K. L'idée est de parler des enjeux pour l'avenir. »

Comme à son habitude, la conférence sera suivie de présentations et démonstrations concrètes des dernières nouveautés en matière de qualité d'image et de son de la part des différents membres de l'UHD Partners France. Seront également remis pour la 3^e année les Awards des meilleurs Blu-ray 4K (prix de la meilleure image, du meilleur son, du meilleur film de patrimoine...), décernés par les lecteurs des Années Laser et du site Son-vidéo.com. L'UHD Partners invite tout le monde (constructeurs, éditeurs, distributeurs, chaînes de télévision...) à assister à la conférence. ■

Inscrivez-vous à la conférence :
uhd@themessengers.fr

AUDIO-XD
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 EXPLORERS
THE WALT DISNEY COMPANY FRANCE
TPVISION
UNIVERSAL
WARNER BROS
WILD SIDEVIDEO
XBOX

UHD Partners
Ultra Haute Définition FRANCE

WWW.UHD-PARTNERS-FRANCE.ORG

L'UHD 4K, c'est déjà aujourd'hui la norme de demain, et pour vous ?

AUDIO-XD
DOLBY
ECLAIR DIGITAL SERVICES
EUROPACORP HOME ENTERTAINMENT
GAUMONT VIDEO
HIVENTY
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 EXPLORERS
THE WALT DISNEY COMPANY FRANCE
TPVISION
UNIVERSAL
WARNER BROS
WILD SIDE VIDEO
XBOX

LE PARIS AUDIO VIDEO SHOW 2022 AU PALAIS DES CONGRÈS



L'édition 2022 du Paris Audio Video show se déroulera les 5 et 6 novembre 2022 sur un nouveau site, celui du Palais des Congrès de Paris (Porte Maillot). Ce nouveau lieu est l'occasion pour ce salon de se réinventer avec de nouveaux espaces thématiques et de nouveaux exposants.

C'est une forme de retour aux sources pour le Paris Audio Video Show 2022. En effet ce salon spécialisé qui regroupe les univers de l'audio et du home cinéma revient sur les terres qui ont accueilli les glorieuses années de la Hi-fi. C'est d'ailleurs dans ce même lieu qu'a été lancé le CD audio par Philips et Sony en 1982, il y a 40 ans. Mais ne nous y trompons pas, le Paris Audio Video Show est résolument tourné vers l'avenir et son objectif est de faire vivre l'expérience de la Hi-fi et du home cinéma à tous les visiteurs. Sa mission est de faire découvrir les toutes dernières innovations de 2022 dans les meilleures conditions.

« Ce nouveau lieu nous permet de donner plus de cohérence et de visibilité au salon. Nous pouvons accueillir dans de meilleures conditions les plus grandes marques grâce à 2000 m² de surface en plus, » explique François Prieur, commissaire général du salon. Pour cette édition 2022, le salon s'étend sur une surface de 5 500 m² sur deux niveaux. Cela permet aux organisateurs de dédier des zones spécifiques à chaque grande catégorie : l'image (TV, vidéo protection et home cinéma), l'audio, avec une zone casques (audio en mobilité) et vinyle,

et enfin un dernier espace dédié au car audio (audio automobile embarquée). Ce nouveau site doit aussi simplifier la logistique et l'accueil du public pour les exposants.

JEAN-MICHEL JARRE, PARRAIN DU SALON

Pour accompagner ce renouveau, le salon bénéficie d'un ambassadeur exceptionnel avec la présence de Jean-Michel Jarre. « Ce dernier intervient dans le cadre de la sortie « d'Oxymore », son dernier opus. Entièrement remixé en Dolby Atmos, cet album sera à l'écoute dans différents espaces équipés du salon. C'est pour nous une grande fierté que de recevoir le parrainage d'un artiste tel que Jean-Michel Jarre, pionnier français de la musique électronique », explique François Prieur. A noter, que PP Garcia animera le plateau TV du salon en accueillant les représentants des grandes marques les samedi 5 et dimanche 6 novembre de 14h à 18h. **L'édition 2022 accueillera plus de 100 stands et 350 marques.** L'objectif est de dépasser les 10 000 visiteurs reçus en 2021. Pour réussir ce défi, le salon aura le privilège d'accueillir six des plus grandes marques TV : LG, Philips (TP Vision), Panasonic, Samsung, Sony et TCL. « Ce nouvel espace commun dédié permet de rassembler les fabricants phares qui exposeront le nec plus ultra en matière de TV et de solutions consacrées à l'image ». Pour preuve, Samsung exposera « The Wall », le téléviseur de demain en technologie Micro-Led, commercialisé à plus de 100 000 euros l'unité. Leica, fabricant emblématique d'appareils et d'objectifs photo sera également présent avec son premier Laser TV, au côté des autres grandes marques de la vidéo-projection (Sony, JVC, etc.).

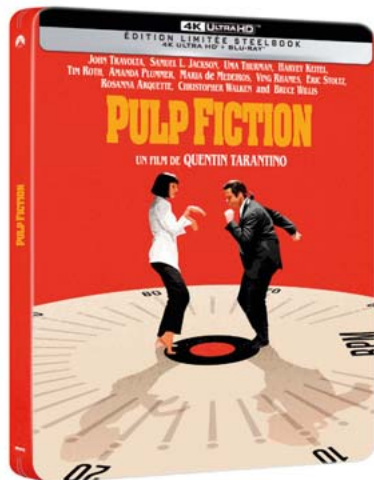
LE CAR AUDIO, NOUVELLE STAR DU SALON ?

Plus spectaculaire encore, on retrouvera sur le salon dans l'univers du car audio, six véhicules équipés des meilleurs systèmes audio embarqués dont la Lotus Emira équipée par Kef (sortie prévue en avril 2023) et la Maserati Grecale sur le stand de Sonus Faber. Le salon va également accueillir des lancements importants (Casque Focal Bathys, une exclusivité Cabasse) et fêter plusieurs anniversaires comme **les 60 ans d'Audio-Technica, les 50 ans de la vidéo projection chez Sony ou encore les 50 ans de la plus célèbre des platines vinyles, la Technics SL-1200.** Ce salon s'adresse donc aux amoureux du son et de l'image de qualité. Mais l'enjeu pour le salon est d'élargir sa cible en s'adressant à un nouveau public en lui présentant un son et une image de grande qualité, à un prix accessible. « Pour profiter pleinement d'une expérience musicale ou home cinéma de qualité, rien ne remplace un matériel adapté. C'est ce message de qualité que nous souhaitons faire passer sur ce salon où sont présentes toutes les grandes marques de notre industrie ». Enfin, **une journée est réservée aux professionnels et revendeurs de l'audio. Elle se déroulera le lundi 7 novembre.** « L'accueil des professionnels est une priorité pour le salon, lieu privilégié afin de rencontrer et échanger avec les grandes marques et découvrir les nouveautés. Nous développons ce format depuis 2018 afin de recréer un rendez-vous majeur pour la profession et nous souhaitons qu'il s'installe durablement dans le paysage », conclut François Prieur. ■

PULP FICTION

SORTIE :
07/12/2022

Genre : Policier / Thriller / **Editeur :** Paramount Home Entertainment / **Distributeur :** ESC Distribution / **Entrées salles :** 2,864 millions / **Support :** Blu-ray 4K
Prix public conseillé : 29,99 euros (édition combo Blu-ray 4K + Blu-ray) et 34,99 euros (édition Steelbook limitée Blu-ray 4K + Blu-ray)

PULP FICTION ARRIVE POUR LA 1^{ÈRE} FOIS
EN BLU-RAY UHD 4K

Attention, film culte en approche ! Un an après *Inglourious Basterds* et alors que *Reservoir Dogs* a été officialisé par Lionsgate le 15 novembre prochain en Blu-ray 4K aux Etats-Unis, c'est au tour de *Pulp Fiction*, considéré par beaucoup comme l'œuvre majeure de Quentin Tarantino et l'un des longs-métrages les plus influents des années 90, de s'offrir non pas une mais deux éditions Blu-ray UHD 4K. Une arrivée programmée le 7 décembre prochain sous la bannière de Paramount Home Entertainment et ESC Distribution qui ont pris le parti de le traiter comme une véritable nouveauté.

Paramount Home Entertainment a décidé de réactiver le prestigieux catalogue de Miramax, dont il est devenu le distributeur exclusif en décembre 2019, en ressortant notamment les nombreuses pépites du studio en Blu-ray 4K. Et quoi de mieux pour commencer que *Pulp Fiction*, le plus culte des films cultes de Quentin Tarantino. **Palme d'Or du Festival de Cannes en 1994, avant d'être auréolé l'année suivante du Golden Globe et de l'Oscar du meilleur scénario original, le long-métrage a propulsé d'emblée Quentin Tarantino au rang des plus grands metteurs en scène à seulement 31 ans**, asseyant définitivement sa réputation de réalisateur surdoué acquise avec son premier film *Reservoir Dogs*. Odyssée sanglante au second degré ravageur et aux dialogues acérés, *Pulp*

Fiction préfigure son style emblématique et se positionne comme un film charnière dans sa carrière mais également pour nombre d'acteurs y ayant participé. Le film marque en effet le retour en grâce de John Travolta (avec d'ailleurs une nomination à l'Oscar du meilleur acteur), a regonflé Bruce Willis au box-office et propulsé Uma Thurman et Samuel L. Jackson au rang de superstars. Petit bijou de construction narrative, considéré comme l'un des films les plus influents et l'un des meilleurs films de tous les temps, **il est le premier film indépendant à rapporter plus de 200 millions de dollars au box-office mondial (213,928 millions très exactement)**. En France, le film achèvera sa carrière à près de 2,9 millions d'entrées.

ROYAL CHEESE

Près de 30 ans après sa sortie, *Pulp Fiction* s'apprête ainsi à débarquer pour la toute première fois en Blu-ray UHD 4K, le 7 décembre prochain. **« Une sortie que nous avons décidé de traiter comme un véritable événement »,** confie Etienne Le Lionnais, chef de projets Paramount chez ESC Distribution. *Entièrement remasterisé et restauré en 4K à partir du scan des négatifs originaux et upgradé en Dolby Vision et HDR 10 avec une piste audio anglaise en DTS-HD*

Master audio 5.1, sous la supervision de Quentin Tarantino, très impliqué sur le projet, le film aurait de fait très bien pu ressortir au cinéma. Le travail de restauration est au même niveau que celui réalisé sur la trilogie Le Parrain. Nous proposerons pour l'occasion deux magnifiques éditions : une édition Steelbook limitée Blu-ray 4K + Blu-ray avec en illustration un visuel très pop, et un combo Blu-ray 4K + Blu-ray plus standard, reprenant en visuel l'affiche d'origine retravaillée. « Côté bonus sur l'UHD, on trouvera un documentaire exclusif de 43 minutes en version HD intitulé "Pas l'habituel bavardage ennuyeux pour apprendre à se connaître" revenant sur le tournage à travers les témoignages des acteurs et de l'équipe du film, mais également "Voici quelques faits sur la fiction" sorte de making-of du making-of de 21 minutes (toujours en HD), et un bandeau d'anecdotes (uniquement en version anglaise), annonce Matthieu Rosset, responsable marketing studios américains d'ESC Distribution. *Pour ce qui est de la mise en place, nous partons sur une implantation de 3 000 pièces pour l'édition combo standard et de 6 000 exemplaires pour le Steelbook. Cette sortie sera soutenue par une vaste campagne digitale avec l'organisation de jeux concours et l'activation de notre base RP et influenceurs.* ■



EVERYTHING EVERYWHERE ALL AT ONCE

SORTIE :
03/01/2023

Genre : Science-fiction / Action / Comédie / **Editeur :** Originals Factory / Seven 7 / **Distributeur :** Seven 7 / **Entrées salles :** 333 000
Supports : Blu-ray 4K / Blu-ray / DVD / **Prix :** 19,99 euros (DVD), 24,99 euros (Blu-ray) et 29,99 euros (Blu-ray 4K)

LA SENSATION INDÉ ET FILM LE PLUS FOU DE L'ANNÉE

Après le déjanté *Swiss Army Man* avec Daniel Radcliffe en 2016, le duo de réalisateurs composé de Daniel Kwan et Daniel Scheinert, plus connu sous le nom des Daniels, a enfoncé le clou en mars dernier avec le délirant *Everything Everywhere All at Once*. Un film aussi déconcertant que fantastique, mais surtout inclassable, explorant une multitude de genres du cinéma - entre science-fiction, comédie d'action et drame, humour et émotions - qui est devenu un véritable phénomène lors de sa sortie en salles aux Etats-Unis. Porté par Michelle Yeoh (*Tigre et Dragon*, *Demain ne Meurt Jamais*) qui se retrouve plongée dans des dizaines de mondes parallèles, mais aussi Jamie Lee Curtis, James Hong (*Blade Runner*), Stephanie Hsu (*The Marvelous Mrs. Maisel*) et Ke Huy Quan que les fans d'*Indiana Jones* connaissent sous le nom de Demi-Lune, **le long-métrage a en effet engrangé 100 millions de dollars au box-office mondial (soit quatre fois le montant de son budget)**, dont 70 millions rien qu'aux Etats-Unis, devenant le plus gros succès de sa société de production A24 (à qui l'on doit *Midsommar*, *Hérédité*, *Moonlight* ou encore *Lady Bird*). « Véritable Ovni totalement dingue, à voir et à revoir, *Everything Everywhere All at Once* est sorti le 31 août dernier dans nos salles, où il a reçu un accueil unanime, obtenant une note spectateurs de 3,7/5 sur Allociné et de 3,9/5 pour la presse, confie Véronique Borgé-Poirier, directrice commerciale de Seven 7. **Numéro 1 du box-office France la semaine de sa sortie, il cumule 333 000 entrées après 6 semaines d'exploitation.** On s'attend à ce qu'il termine entre 350 et 400 000 entrées. Un excellent résultat au vu de la période compliquée pour les salles. Nous le sortirons de notre côté en vidéo physique le 3 janvier 2023, en coédition avec Originals Factory. **Trois éditions seront disponibles : un DVD, un Blu-ray avec Dolby Atmos et une édition limitée collector Steelbook Blu-ray 4K + Blu-ray avec Dolby Atmos.** Des éditions particulièrement soignées avec un visuel différent pour chacune d'entre elles et enrichies de nombreux bonus (commentaires audio des réalisateurs, scènes coupées avec commentaires audio optionnels, modules sur le film ou encore interview exclusive de Daniel Scheinert à Paris sur les éditions Blu-ray et Blu-ray 4K). Pour ce qui est de la mise en place, **nous partons sur un objectif global de 25 000 pièces.** Le film a un vrai potentiel en vidéo et nous allons le pousser au maximum. Afin d'accompagner ce lancement, nous prévoyons un budget marketing de près de 275 000 euros brut avec notamment la réactivation des partenariats mis en place lors de la sortie salles (*Orange*, *Konbini*, *Sens Critique*...) et une présence accrue sur les réseaux sociaux. A noter par ailleurs que le film se positionne comme un prétendant sérieux aux Oscars 2023 ».



UN TICKET POUR DEUX

SORTIE :
07/12/2022

Genre : Comédie / **Editeur :** Paramount Home Entertainment / **Distributeur :** ESC Distribution / **Support :** Blu-ray 4K
Prix public conseillé : 24,99 euros

PARAMOUNT CONTINUE DE POUSSER ACTIVEMENT LA 4K

Très prolifique en matière de Blu-ray Ultra HD 4K, Paramount Home Entertainment continue de soutenir activement le format. « Il y a aujourd'hui une vraie volonté du studio de pousser le support, et plus globalement de proposer la meilleure expérience possible aux consommateurs, confirme Etienne Le Lionnais, chef de projets Paramount chez ESC Distribution. Au-delà de ses blockbusters qui sortent tous sur le format, Paramount a ainsi entamé en parallèle une vaste politique de rééditions de ses grands classiques et franchises cultes en Blu-ray 4K, en cherchant le plus possible à coller à l'actualité et à leur date anniversaire, et en essayant à chaque fois d'offrir le meilleur de l'image et du son. Chaque film est en effet méticuleusement remasterisé en 4K à partir des scans des négatifs originaux ». L'éditeur entend poursuivre sur cette voie dans les prochaines années et va même accélérer pour se construire un véritable catalogue en UHD. Sur cette fin d'année, de nombreuses rééditions de films du patrimoine du studio en Blu-ray UHD 4K sont ainsi programmées. « Nous préparons notamment la sortie le 9 novembre prochain d'une édition Blu-ray 4K simple de **La Fièvre du Samedi Soir (1977)** de John Badham avec John Travolta, à l'occasion du 45^e anniversaire du film, avec un tout nouveau master et un packaging avec effet holographique, annonce Etienne Le Lionnais. Nous enchaînerons le 16 novembre avec la sortie en Blu-ray 4K simple de la comédie culte **Wayne's World (1992)** de Penelope Spheeris avec Mike Myers qui fête cette année son 30^e anniversaire. Le mois de décembre s'annonce également particulièrement chargée avec la réédition en Blu-ray 4K le 7 décembre de pas moins de 5 films cultes, à commencer par **Pulp Fiction (1994)** de Quentin Tarantino (c.f. page précédente), mais également **Sous le Ciel Bleu d'Hawaii (1961)** de Norman Taurog, l'un des plus grands films d'Elvis Presley, inédit en Blu-ray 4K comme en Blu-ray et que nous sortirons pour l'occasion en combo Blu-ray 4K + Blu-ray, ainsi que **48 Heures (1982)** et **48 Heures de Plus (1990)** de Walter Hill avec Eddy Murphy et Nick Nolte, et **Un Ticket pour Deux (1987)** de John Hughes avec Steve Martin et John Candy qui célèbre cette année son 35^e anniversaire. A noter que 48 Heures, 48 Heures de Plus et Un Ticket pour Deux seront tous les 3 proposés, comme *La Fièvre du Samedi Soir* et *Wayne's World*, en éditions Blu-ray 4K simple (24,99 euros TTC). L'idée étant de mettre en valeur le travail de restauration réalisé sur les films ». L'éditeur poursuivra sur sa lancée en 2023 avec notamment la sortie en janvier (le 4) de **Double Jeu (1999)** de Bruce Beresford avec Tommy Lee Jones en combo Blu-ray 4K + Blu-ray mais également de **Cloverfield (2009)** de Matt Reeves en édition Blu-ray 4K Steelbook à l'occasion des 15 ans du film.



#PGW

02.06
NOVEMBRE 2022

PARIS EXPO
PORTE DE
VERSAILLES
PAVILLON 1



RÉSERVEZ VOTRE PLACE >

Billetterie uniquement disponible en prévente sur www.parisgamesweek.com
dans la limite des billets disponibles. Aucun billet ne sera vendu sur le salon.



SCANNEZ MOI



SYNDICAT
DES EXPOSITEURS
DE LOIRE-ATLANTIQUE

COMEXPOSIUM

TikTok

SCÈNE
PGW mac

france.tv

GAME ONE



MGG

lestream



NINTENDO, UNE OFFRE TRÈS SÉDUISANTE POUR LE PRÉSENT ET L'AVENIR



Nintendo a pour cette fin d'année une offre riche avec les nouveaux Pokémon, Bayonetta et Splatoon. De bon augure pour 2023 qui verra notamment arriver de nouveaux Zelda, Kirby, ou Fire Emblem. Ce qui rend le catalogue de la Switch encore plus dense.

Par rapport à ses confrères constructeurs de consoles, et plus globalement éditeurs de jeux premium, **Nintendo a une régularité de sorties de titres et même de blockbusters assez impressionnante.** Sur les premiers mois de 2022 se sont ainsi succédés Pokémon Arceus (28 janvier), Kirby et le Monde Oublié (25 mars), Nintendo Switch Sports (29 avril), Mario Strikers : Battle League Football (10 juin) et Splatoon 3 (9 septembre). Et ce n'est pas fini avec un calendrier de sortie assez dense à court, moyen et long terme.

UNE FIN D'ANNÉE AVEC DES VALEURS SÛRES

Sur cette fin d'année, **Nintendo mise sur des valeurs sûres. Bayonetta 3 (28 octobre) est sans conteste le jeu gamer le plus attendu sur Switch de 2022.** Alors que Bayonetta 2 avait été un des meilleurs jeux de la Wii U dès sa sortie en 2014, les joueurs attendent Bayonetta 3 depuis son annonce fin 2017. Il



se positionne donc comme un blockbuster de la Switch pour de longs mois. Et ce alors que Platinum Games est par ailleurs un des partenaires réguliers de Nintendo puisqu'on lui doit dans la dernière décennie The Wonderful 101 (2013), Bayonetta 2 (2014), Star Fox Zero (2016) ou Astral Chain (2019). Toujours dans l'univers de Nintendo et développé par un studio extérieur, Mario + The Lapins Crétins Sparks of Hope vient de sortir (20 octobre). Fruit du travail déjanté des studios Ubisoft Paris et Milan, il est la suite attendue d'une des pépites de 2017 Mario + The Lapins Crétins : Kingdom Battle qui avait fait sensation à sa sortie.



Last but not least évidemment le duo Pokémon Écarlate et Pokémon Violet sera lui le Juggernaut commercial de Nintendo pour au moins tout l'hiver. Nintendo joue gros en termes de ventes puisque depuis le lancement de la Switch 4 jeux Pokémon ont dépassé les 10 millions d'exemplaires (Épée/Bouclier avec 24,5 millions, Diamant Étincelant/Perle Scintillante avec 14,79 millions, Let's Go, Pikachu/Evoli avec 14,66 millions, Legend Arceus 12,64 millions) et se positionnent dans le Top 15 de tous les temps sur Switch.

UNE OFFRE SÉDUISANTE POUR 2023

Pour 2023, le titre le plus attendu est sans doute la suite de **The Legend of Zelda : Breath of the Wild**, baptisée **The Legend of Zelda : Tears of the Kingdom**, attendue pour le 12 mai 2023. L'action se déroulera non seulement sur les vastes terres d'Hyrule mais aussi dans les cieux qui les surplombent. Un enjeu pour la franchise tant d'un point de vue éditorial, puisque **Zelda : Breath of the Wild** était la nouveauté qui avait réellement lancé la Switch en 2017, que commercial puisque **The Legend of Zelda : Breath of the Wild** (sorti en mars 2017) s'est vendu à plus de 27 millions d'exemplaires dans le monde et **Zelda : Links Awakening** (sorti en septembre 2019) à plus de 6 millions.

Nintendo a également annoncé pour 2023 (date non précisée) la sortie de Pikmin 4. Un jeu important pour la franchise puisque les fans attendent un

opus millésimé depuis 2013 et **Pikmin 3** sur Wii U (un spin of **Hey Pikmin** étant sorti sur 3DS en 2017 et un jeu mobile **Pikmin Blood** en 2021). A contrario, **Fire Emblem** a une actualité régulière depuis des années. Ainsi, **Fire Emblem Warriors: Three Hopes**, le deuxième crossover entre **Fire Emblem** et **Dynasty Warriors**, développé par **Omega Force** et **Team Ninja**, est sorti mi juin 2022. Et ce alors que **Fire Emblem : Three Houses** date de mi-2019. **Fire Emblem Engage** qui sort le 20 janvier 2023 sera donc attendu et Nintendo mettra des moyens pour le soutenir comme le montre la sortie d'une édition Divine du jeu incluant le jeu, un boîtier SteelBook, des cartes illustrées, un poster au format A1 ainsi qu'un recueil d'illustrations à couverture souple nommé « **L'Art de Fire Emblem Engage** ». **Kirby's Return to Dream Land Deluxe** le suivra le 24 février 2023. Cela sera le 4^e Kirby sur Switch après **Kirby Star Allies** (2018), **Kirby Fighters 2** (sorti sur l'Eshop en 2020), **Kirby et le Monde Oublié** (2022) alors que **Kirby : Au fil de la Grande Aventure** était sortie sur 3DS en 2019.

Et la liste des très beaux jeux attendus chez les éditeurs tiers en 2023 sur Switch est intéressante.

Les amateurs de jeux culte de la Nintendo 64 apprécieront par ailleurs l'arrivée via l'abonnement Nintendo Switch Online de jeux cultes de cette console comme **GoldenEye 007**, **Pilotwings 64**, **Mario Party 1, 2 et 3**, **Pokémon Stadium 1 et 2**, **1080° Snowboarding** et **Excitebike 64**. ■



SYBERIA, SYMBOLE DE LA MONTÉE EN PUISSANCE DE MICROIDS



Microids mise beaucoup sur le nouvel opus de sa franchise phare Syberia. **Alexandre Breas, VP Trade Marketing & Operations chez Microids**, nous explique l'importance pour le groupe de Syberia : The World Before.

Quelles sont les ambitions pour Syberia : The World Before ?

Syberia : The World Before constitue un symbole parfait de la stratégie actuelle de Microids. Sur ce titre, nous avons en effet des ambitions fortes tant commerciales qu'éditoriales et en conséquence, nous avons mis plus de moyens et pris plus de temps pour le développer... Ce qui aboutit in fine à un jeu de très bonne qualité capable de toucher

aussi bien les fans de la franchise qu'un nouveau public. Déjà sorti sur PC en digital, le titre arrive sur PlayStation 5 et Xbox Series avec un succès critique très intéressant. Une reconnaissance qui nous tient à cœur puisque Syberia : The World Before constitue le premier titre majeur produit en interne par notre studio parisien dirigé par Antoine Villette. Nous avons mis beaucoup d'attention sur ses versions collector, limitée, etc. afin de faire de cette sortie un événement dans les rayons.

Quelle est l'importance de Syberia dans votre stratégie ?

Syberia : The World Before permet à Syberia, qui fête ses 20 ans en 2022, de redevenir clairement notre franchise interne la plus importante. La

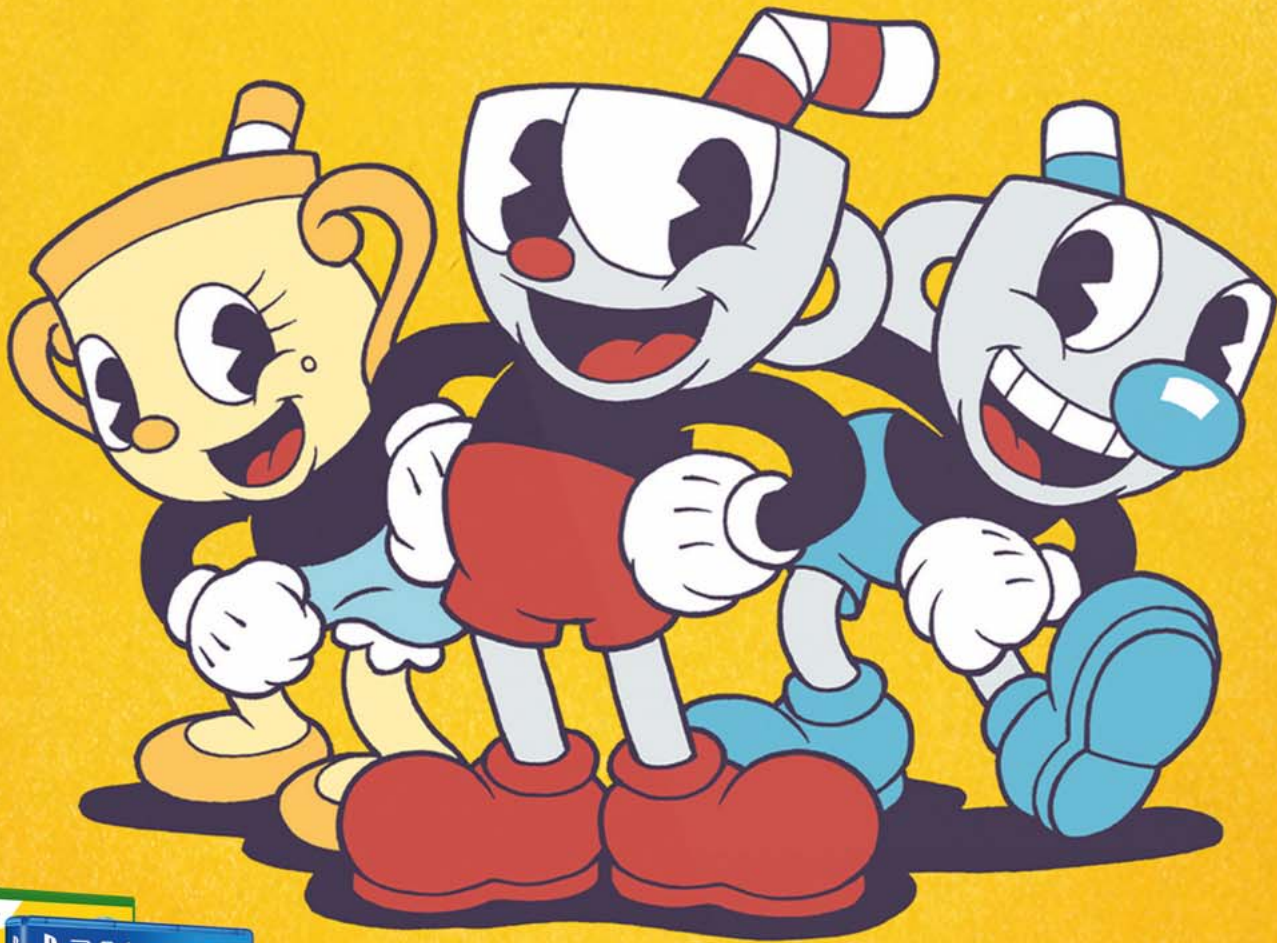
figure de proue de Microids et de la qualité éditoriale de nos productions. Développer des licences internes s'avère important pour l'avenir de Microids, qui cherche à s'appuyer sur des franchises puissantes en France et à l'international.

Ce Syberia est aussi le dernier de Benoît Sokal...

La dimension émotionnelle de Syberia : The World Before est réelle. En effet, c'est le dernier jeu sur lequel a travaillé son créateur Benoît Sokal, décédé en 2021 pendant le développement du jeu. Syberia se positionne en effet comme un vrai jeu d'auteur avec un parti pris graphique, une vraie immersion dans l'univers et l'histoire, une héroïne avec une histoire passionnante... ■

CUPHEAD

- Physical Edition -



6 DÉCEMBRE 2022

- Inclut l'extension "Delicious Last Course" -
- 6 cartes à collectionner Cuphead Funnies -
- Carte de membre du Club Cuphead -
- Un visuel exclusif du Studio MDHR* -

*le visuel varie selon la plateforme





ROCCAT®

VULCAN II MAX

229,99€

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



ROCCAT®

KONE XP AIR

169,99€

RESSENTEZ LA DIFFÉRENCE

Le célèbre clavier de jeu ROCCAT Vulcan évolue : bienvenue au Vulcan II Max ! Equipé des interrupteurs optiques ROCCAT Titan II pour une activation à la vitesse de la lumière et de la technologie Dual LED, il s'intégrera parfaitement avec le casque sans-fil 3D RGB Syn Max Air et la souris polyvalente Kone XP Air.

EXPERIENCE
PRECISION

 **ROCCAT**
SYN MAX AIR

249,99€



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

L'expérience ultime



La gamme Odyssey s'agrandit !

Embarquez à bord des derniers-nés des écrans Samsung et plongez dans une expérience gaming ultime : Images incroyables, technologies Mini LED et QLED, temps de réponse de 1 ms et taux de rafraîchissement allant jusqu'à 240Hz... la gamme Odyssey est un concentré de technologie au service de l'émotion pure.

Sur PC ou sur console, incurvé ou plat, c'est vous qui définissez les règles : quel écran Odyssey est taillé pour vous ?

144Hz à 240Hz

1ms

FHD à UHD 4K



et



**AMD
FreeSync**

**NVIDIA
G-SYNC
Compatible***



G3



G4



G5



G7



G8

www.samsung.com/fr/monitors/odyssey-gaming-monitor

*Les spécifications peuvent varier en fonction des modèles.

Retrouvez les étiquettes énergie de l'ensemble des écrans gaming Samsung Odyssey sur notre site.

© 2022 - 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.