











Yannick MEROUR Business Dev. EMEA ymerour@1updistribution.com



### OSEZ LA CONNECTÉE!

Guillaume TREFOIS - guillaume.trefois@ice-watch.com - 06 71 55 23 92

# MM1 N°306 / NOVEMBRE A LEGISLATION OF THE STATE OF THE ST

#### 16 MATÉRIEL GAMING, UN ELDORADO QUI SE CHERCHE

Pas toujours facile de prédire les évolutions du marché du matériel gaming. A long terme, les signaux sont néanmoins a priori au vert, avec une appétence réelle des consommateurs pour le segment. Présentation des principales nouveautés de fin d'année.



# Frac Parameter Control of the Contro

### FNAC: UN PROGRAMME XXL À LA PGW

En 2023, la PGW reprend de l'ampleur. La Fnac participe de cette montée en puissance avec une nouvelle grande scène de 2 200 places et un espace de démonstration au cœur du Hall 1 plus grand. Présentation par Charlotte Massicault, directrice commerciale multimédia et gaming.

# 56 ESCD ACQUIERT UNE NOUVELLE DIMENSION

ESCD renforce une nouvelle fois sa distribution avec la signature d'importants accords de distribution avec The Walt Disney Company France, Universal Pictures, Studiocanal, Orange Studio et ARP. Dominique Masseran, son Président, fait le point.





# MARIO ET SES AMIS SUPERSTARS

2023 et 2024 sont placés sous le signe de Mario. En effet, ce ne sont pas moins de 6 jeux mettant en scène Mario ou des personnages de l'univers de Mario qui vont sortir dans les prochains mois. Présentation.

#### NEWS DOSSIER

#### **MATÉRIEL GAMING / 16**

Jeu vidéo : les comportements d'achat se pérennisent

Pierre Leonard – AOC et Philips

Eric Erbrech – Samsung

Franck Lopez – liyama

Sonia Ouaknine Hadjdaj – Viewsonic

Manuel Simonnet - DreamGear

Christophe Goujon – PDP

Pierre De Laporte – Subsonic

Florian Mirilli – Avermedia

Hugo Loi – Pixminds

Yannick Allaert - Nacon

Renaud Brach - Konix

Romain Seilles – Logitech

Sélection mémoire gaming

Sélection siège gaming

Sélection souris et clavier gaming

Sélection casque gaming

Antoine David & Mikael Bertheau – Turtle Beach

Charlotte Massicault - Fnac Darty

Karim Ouahioune - Acer

Christine Lecalvez - Asus ROG

TCL, partenaire de Gentle Mates sur le gaming

Consoles PC gaming

Fanny Lim - LG

Sélection PC gaming

#### **FOCUS ET INTERVIEWS**

HARDWARE / 14

Jean-Pierre Lutgen - Ice-Watch

#### DVD / BLU-RAY / 56

Dominique Masseran – ESCD

#### **DISTRIBUTION / 58**

Avec Road Sixty Geek, Cora fait Pop

#### MARCHÉ / 60

UHD Partners France: 10° conférence annuelle

#### NOUVEAUTÉS POP CULTURE / 62

Stitch, star de WT&T

#### JEU VIDÉO / 64

Mario et ses amis superstars

#### DVD / BLU-RAY / 65

Elephant Films multiplie les vagues de films Actualités

#### MUSIQUE / 68

Actualités

#### CINÉMA / 69

Les pratiques cinéma des Français en 2023



### VIRTUOS VA CRÉER 100 NOUVEAUX EMPLOIS DANS LE JEU VIDÉO

Virtuos, un des plus importants développeurs indépendants au monde avec plus de 3 500 employés répartis dans 21 studios en Asie, en Europe et en Amérique du Nord, va recruter 100 nouveaux collaborateurs en France. Ils rejoindront d'ici fin 2024 les 3 studios hexagonaux de Virtuos regroupant 250 salariés. Ceux-ci (ingénieurs, artistes, designers...) s'adaptent aux process et outils propres à chaque client pour des acteurs comme 2K, Activision-Blizzard, Microsoft, Sony, Ubisoft ou Warner, en créant du contenu graphique, des niveaux, des quêtes, des DLC, des missions d'ingénierie pour des licences telles que Batman, Assassin's Creed, The Last of Us Part II. Horizon Forbidden West ou Call of Dutv.



#### **NETFLIX AUGMENTE LE PRIX DE SES ABONNEMENTS**

### NETFLIX

Netflix qui vient de mettre fin le 29 septembre dernier à son service historique de location de DVD aux Etats-Unis (plus de 5 milliards de disques expédiés en 25 ans), a annoncé des résultats meilleurs qu'attendus pour le compte de son 3e trimestre 2023. Le géant du streaming a gagné 8,76 millions d'abonnés dans le monde au cours du 3e trimestre portant son total d'abonnés à 247,15 millions à fin septembre, contre 238,9 millions au 30 juin 2023 (+10,8% d'une année sur l'autre). Une croissance que Netflix attribue à l'expansion continue du streaming dans le monde, une programmation solide et régulière mais aussi

au déploiement du partage payant des comptes et à son offre standard avec publicité dont le nombre d'abonnés a bondi de 70% entre le 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> trimestre. Dans le détail, la plateforme a gagné 3,95 millions d'abonnés dans la zone EMEA (87,76 millions au total à date), 1,75 million en Amérique du Nord, 1,18 million en Amérique latine et 1,88 million dans la région Asie-Pacifique. Sur les 3 mois allant de juillet à septembre, Netflix a réalisé un chiffre d'affaires de 8,54 milliards de dollars en hausse de 8%, son bénéfice net ressortant en hausse de 20% à 1.6 milliard de dollars. Le service a profité de la publication de ses résultats pour officialiser une augmentation du tarif de ses abonnements Essentiel et Premium aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et en France. Le premier passe de 8,99 euros par mois à 10,99 euros et le second de 17.99 euros à 19.99 euros en France.

### LE RÉFLEXE RÉPARATION EN HAUSSE DANS LE 6<sup>e</sup> BAROMÈTRE SAV

Le 6e baromètre du SAV Fnac Darty montre que la réparation progresse en tant qu'alternative au rachat de neuf. Les clients réparent plus. La progression est de l'ordre de 10 points sur le gros électroménager (77% rachètent une machine après une panne vs 87% en 2018). Pour un ordinateur ou un smartphone. la hausse est respectivement de +36 et +21 points. Pour mémoire, Fnac Darty, 1er réparateur de France (2,3 millions de produits en 2022) a créé en 2018, cet outil d'aide à la décision, qui donne la possibilité au grand public, avant l'acte d'achat, de s'informer sur la fiabilité des produits de plus de 150 marques, synthétisés par un score de durabilité. Élaboré à partir des informations récoltées par les 3 000 réparateurs Fnac Darty, le Baromètre a été enrichi cette année et recouvre 100 familles de produits. Il montre que la disponibilité des pièces détachées s'est améliorée (+4 mois) avec un bémol, le coût des pièces (+1%). Enfin, avant la future mise en place de

l'indice de durabilité (ID) en janvier 2024, fourni par les constructeurs, le groupe Fnac Darty a comparé les données de l'indice de réparabilité (IR) à celles de son SAV. Les résultats montrent une disparité entre l'IR du gros électroménager qui correspondent davantage aux données du SAV, que ceux des smartphones et téléviseurs.



#### EN BREF

JEUX OLYMPIQUES : Le président du Comité International Olympique Thomas Bach a indiqué que le CIO étudiait la création de Jeux Olympiques dédiés au esport.

Warner Bros. Discovery a annoncé lors du Mipcom le lancement de sa plateforme de streaming Max à l'été 2024 en France et en Belgique. Le service sera par ailleurs disponible dès le 1er trimestre 2024 en Amérique Latine, puis dans 22 pays européens, dont l'Espagne, le Portugal, les Pays-Bas, les pays nordiques et ceux d'Europe central au printemps 2024.

PLAY IT AGAIN!: La 9<sup>e</sup> édition du festival organisée du 13 au 26 septembre dernier par l'ADRC, dans 337 salles de cinémas à travers la France et mettant cette année à l'honneur les Héroïnes du cinéma, a réuni plus de 25 000 spectateurs, affichant ainsi une hausse de fréquentation de 11% par rapport à son édition 2022. L'évènement dédié au classique du cinéma a été accompagné par près de 120 animations (rencontres et débats, ciné-conférences, ateliers à destination du jeune public, cinéquizz ou ciné-concerts). Les 3 films les plus plébiscités par le public sont Le Voyage de Chihiro (4 232 entrées), Thelma et Louise (3 287) et Virgin Suicides (2 606 entrées).

#### UBAI DI

a ouvert son 22<sup>e</sup> magasin à Portet sur Garonne (31) sur un format Megastore, il s'agit du 5e magasin cette année.

#### **ELECTRO DEPOT**

enseigne du groupe United.b (Boulanger) a ouvert son 96e magasin à Abbeville (80) en Baie de Somme.

#### CULTURA

a ouvert un nouveau magasin à Haguenau (67) dans la région Grand

#### COBRA

spécialiste de l'image et du son, fête ses 45 ans. L'enseigne compte deux points de vente, l'un à Paris, et le deuxième à Boulogne-Billancourt.

#### WEFIX

a réactivé son site e-commerce dédié à la vente de smartphones reconditionnés.

a obtenu le label RECQ, synonyme de reconditionnement de qualité

spécialiste de la réparation, vient d'abaisser la note de réparabilité de l'Iphone 14 de 7/10 à 4/10, en raison de l'appariement des pièces Apple entre un téléphone et un composant.









#### **NOMINATION**



#### Clément Schwebia

est nommé à la tête de Warner Bros.
Discovery pour la France, le Benelux, l'Afrique, l'Allemagne, la Suisse et l'Autriche, désormais réunis en un seul groupe de marché « Europe de l'Ouest et Afrique ». Il succède ainsi à Pierre Branco a quitté son poste de directeur général de Warner Bros. Discovery pour la France, le Benelux et l'Afrique. Entré au sein du groupe en 2013, Clément Schwebig était précédemment président de la région Asie.



#### Rafaèle Garcia

est nommée directrice adjointe du cinéma du CNC à compter du 1er octobre 2023, en remplacement de Laurent Vennier, devenu directeur des politiques territoriales du Centre. Entrée au CNC en 1992, elle était depuis 2004 cheffe du service des aides sélectives à la production et à la distribution du CNC.



#### Flavien Dhellemmes

est nommé **Président de Conforama.**Directeur général des achats et du sourcing de But et Giga France depuis 2015, il a succédé à Olivier Baraille le 1<sup>er</sup> octobre dernier. Entré chez Auchan en 2000, il a notamment occupé le poste de directeur des achats non alimentaires d'Auchan France de 2013 à 2015

### FEVAD: LE TOP 20 ECOMMERCE



Comme chaque trimestre, la Fevad, en partenariat avec Médiamétrie, a dévoilé son traditionnel Top 20 des sites et application de e-commerce du 2° trimestre 2023. On retrouve à nouveau en tête des audiences Amazon.fr avec 8 millions de visiteurs uniques par jour, suivi du Bon Coin (6,9 millions). Vinted prend la 3° marche du podium à Cdiscount désormais 4°. Ce trimestre montre clairement que les sites de textile et d'occasion ont le vent en poupe

quand les acteurs du retail traditionnel reculent. Shein progresse de 4 places pour entrer dans le top 10 des plus grosses audiences de France. A contrario, E. Leclerc perd une place (6 $^{\rm e}$ ), la Fnac, deux (9 $^{\rm e}$ ). Seul Carrefour réussi à maintenir sa 8 $^{\rm e}$  place. Decathlon, rebondit sur la période et gagne 5 places pour se classer 12 $^{\rm e}$ .

#### CHIFFRES DU MOIS

#### ♦ 11 millions:

EA Sports FC 24 aurait été vendu à 11 millions d'exemplaires lors de sa semaine de lancement.

#### ♦ 8,78 millions

Après un été particulièrement dynamique (34,29 millions d'entrées cumulées en juillet et août), la fréquentation des cinémas a connu un coup de frein à la rentrée. Selon les estimations du CNC, 8,78 millions d'entrées ont en effet enregistré en septembre 2023, en hausse de 16,1% par rapport à 2022 (alors l'un des plus faibles niveaux depuis l'instauration des statistiques en 1980), mais en retrait de 21,1% par rapport à la moyenne 2017-2019. Sur les 9 premiers mois de l'année, la fréquentation s'établit à 134,08 millions d'entrées, soit 18,1% de plus comparé à la même période en 2022, mais encore en retard de 9,4% par rapport à la moyenne 2017-2019.

#### **400 000.**

Dans un entretien accordé à Variety, Maxime Saada, président du directoire du groupe Canal+, a indiqué que **près de 400 000 jeunes de moins de 26 ans s'étaient abonnés à la chaîne cryptée, grâce à l'offre Rat+** et sa campagne misant sur l'humour et l'autodérision. Pour rappel, l'offre Rat+, lancée en début d'année en deux sessions (marsavril et juin-juillet), est un forfait, sans engagement, réservé au moins de 26 ans, comprenant le bouquet Canal+ et les plateformes OCS, Disney+, Netflix, Paramount+ et Apple TV+. A noter que du 8 août au 11 octobre, Canal+ a proposé une offre Rat+ Sport.

#### **360**

Selon le bilan annuel de l'Arcom, la France comptait 360 services de médias audiovisuels à la demande (SMAD) à fin 2022, dont 32% sont des services de VoD gratuits et payants (AVoD et TVoD), 27% des services de Replay et 41% des services SVOD.

#### **43%.**

Selon une récente étude de l'Arcom, sur la disponibilité des films dans les offres de vidéo à la demande légales et sur les sites illégaux, en 2022, seuls 43% des films sortis en salles en France entre 1950 et 2021 (33 751 films) sont disponibles légalement en VoD, soit 14 450 films. 42% d'entre eux sont disponibles sur des services illégaux (14 154 films), dont 11% (3 875 films) de façon exclusive. 57% ne sont donc pas disponibles dans une offre légale et 46% ni en offre licite, ni illicite. A noter toutefois que 84% des films sortis en salles en 2020 et 2021 et 79% des films des années 2010 sont disponibles en vidéo à la demande légale. A contrario, moins d'un quart des films sortis en salles depuis plus de 30 ans (entre 1950 et 1989) sont disponibles dans les offres légales. Et la quasi-totalité (95%) des films disponibles légalement le sont sur des services TVoD, contre moins de la moitié (43%) sur les plateformes SVoD, 38% d'entre eux étant disponible à la fois en TVoD et SVoD (5 426 films).

#### **47%**

En 2022, 47% des foyers dans le monde payant pour un service étaient abonnés à la fois à un service de vidéo en ligne et à un service de télévision payante traditionnel, contre 13% en 2015, selon le cabinet d'étude Omdia. En 2015, près de 82% des foyers étaient uniquement abonnés à un service de télévision payante. Un chiffre qui était tombé à 38% en 2022 et qui devrait atteindre 27% en 2028, selon les prévisions d'Omdia.



# SALCULATED VICTORY



CASQUE GAMBIT POUR XBOX SERIES X/S, PS5 ET PC







MANETTE GAMBIT

POUR XBOX SERIES X/S ET PC



STICK ARCADE FS PRO POUR PS5

STICK ARCADE FS 12 PRO

Distribué par (innelec

### **ACTIVISION BLIZZARD INTÈGRE** (ENFIN!) MICROSOFT

Après de multiples aléas, Microsoft a pu (enfin !) acheter Activision Blizzard. Une acquisition dont le processus avait commencé en ... janvier 2022. Cette opération va marquer le marché par plusieurs aspects. Le premier est financier. Avec 69 milliards de dollars (63,4 milliards d'euros) dépensés cela en fait et de loin la plus importante acquisition dans le jeu vidéo de tous les temps, l'une des plus importante du monde des contenus (Disney avait ainsi racheté la 21st Century Fox pour 71 milliards de dollars en 2019 et AT&T, Time Warner pour 85 milliards en 2018) et de la Tech (devant par exemple les 66 milliards du rachat d'IMC par Dell ou les 44 milliards pour Twitter d'Elon Musk en 2022). Une somme faramineuse qui faisait elle-même suite à d'autres rachats dans le jeu vidéo par Microsoft comme Bethesda pour 7.5 milliards de dollars en 2022. L'acquisition d'Activision Blizzard a connu de longues péripéties liées en grande partie aux réticences des autorités de la concurrence, notamment britanniques, qui souhaitaient notamment que la plupart des jeux d'Activision Blizzard restent disponibles sur les autres plateformes. Chose faite alors qu'Ubisoft s'occupera de la partie cloud gaming. Et cette acquisition change pas mal de paradigmes. En premier lieu, en cumulant les chiffres d'affaires actuels de Microsoft et d'Activision Blizzard, se crée un géant vidéoludique capable de regarder droit dans les yeux Playstation ou Tencent avec près de 25 milliards de dollars. Une force de frappe qui compte évidemment sur le marché. Microsoft s'empare d'une multitude de licences ultra célèbres et aussi diverses que comme Warcraft, Candy Crush, Call of Duty, Crash Bandicoot, Spyro, Starcraft ou Overwatch. De quoi alimenter pour des années des multitudes de supports vidéoludiques. L'acquisition d'Activision blizzard permet également à la firme de Redmond de rendre son game pass encore plus intéressant. Un enjeu fondamental pour Xbox qui en a fait son cheval



de bataille depuis des années. Autre intérêt, cela permet aussi l'exploitation de jeux référents dans les domaines qui ont le vent en poupe dans le jeu vidéo comme le mobile et le Free 2 Play (Candy Crush, Call of Duty Warzone...), l'esport (Starcraft, Overwatch, Call of Duty...), voire d'envisager une activité transmédia efficiente (Warcraft, Crash Bandicoot...). Microsoft a également désormais une force de frappe énorme en termes de création avec désormais 35 studios vidéoludiques (5 en 2017), dont des acteurs de premier plan comme Blizzard. La nouvelle entité gaming de Microsoft regroupera plus de 13 000 personnes.

#### L'HITCHCOCK D'OR

du 34º Festival du film britannique de Dinard a été décerné au drame Silver Haze de Sacha Polak, programmé en DVD le 22 novembre prochain chez The Jokers. Le prix spécial du jury Barrière est quant à lui revenu à la comédie The Trouble with Jessica de Matt Winn qui est également reparti avec le Hitchcock du public.

### LE FESTIVAL EUROPÉEN DU FILM FANTASTIQUE DE STRASBOURG 2023,

qui s'est déroulé du 22 au 30 septembre dernier, à rendu son verdict décernant son Octobus d'or à Vincent doit Mourir de Stéphan Castang, attendu en salles le 15 novembre chez Capricci. Le Méliés d'argent a de son côté été remis à Sky Dome 2123 de Tibor Bánóczki et Sarolta Szabó (au cinéma le 17/04/24 chez KMBO) et les prix du public, crossovers et animation, respectivement à Vermines de Sébastien Vanicek, The Coffee Table de Caye Casas et Blue Giant de Yuzuru Tachikawa.

#### VANTIVA,

ex-Technicolor, a conclu un accord avec CommScope en vue d'acquérir l'activité réseaux domestiques (box internet et décodeurs vidéo) de l'américain, contre une participation de 25% dans Vantiva et le versement de 100 millions de dollars si Vantiva atteint au cours des 5 prochains exercices suivant la conclusion de l'acquisition un Ebitda égal ou supérieur à 400 millions d'euros. Luis Martinez-Amago, P-dg de Vantiva, espère finaliser l'opération d'ici la fin de l'année.

#### LE 71E FESTIVAL DE SAN SEBASTIÁN

a célébré les femmes remettant la Coquille d'or à la réalisatrice Jaione Camborda pour son 2 longmétrage O Corno (The Rye Horn) Le prix spécial du jury et le prix de la meilleure photographie sont quant à eux revenus à Kalak de la suédoise Isabella Eklöf, et la Coquille d'argent au duo de réalisatrice Tzu-Hui Peng et Ping-Wen Wang pour leur premier film Chun Xina.

### MultiMédia **ABONNEMENT** Je m'abonne à MultiMédia à la Une, 1 an, 11 numéros France: 156€ 144€ - Europe: 164€ - Hors Europe: 189€ Pour le règlement : BSC Publications 20, rue Pierre Lescot 75001 Paris ou s'adresser à bsc@multimedialaune.com Nom: Prénom: N° tel: ...... N° d'identification TVA CEE: .....

#### 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 2023. Dépôt légal à la parution

#### STANDARD

#### **DIRECTEUR DE LA PUBLICATION**

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 306**

#### MAQUETTE

#### PURI ICITE

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

#### IMPRESSION : CCI

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



LA VICTOIRE EN ULTIME

# IMERSION

GRÂCE AU

AG493UCX2

49" - 124cm | **5120x1440** | 165Hz | **1ms MPRT** | VESA DisplayHDR 400 | **FreeSync Premium Pro**VA | **INCURVÉ 1800R** | USB-C + USB Hub | **HAUT PARLEURS** | PIED ERGONOMIQUE | PIED **MÉTAL** 



### MEDIACLINIC LÈVE 1,2 MILLION D'EUROS

L'enseigne MediaClinic, spécialisée dans la vente, la réparation et le réemploi d'appareils multimédia, a levé 1,2 million d'euros afin d'accélérer son développement. MediaClinic qui compte 15 magasins, entend doubler le nombre de ses magasins-ateliers en trois ans. MediaClinic affiche des ambitions importantes : devenir le premier réseau français du secteur du réemploi et de la réparation d'appareils multimedia. La société ambitionne de créer 5 points de vente, détenus en propre d'ici 2026 dans la région Grand Ouest et en parallèle, d'ouvrir 10 autres magasins en France

sous franchise, d'ici septembre 2024. Fondée à Angers en 2018 par Véronique et Philippe Cougé, la société MediaClinic fait partie des pionnières dans son domaine. L'enseigne se différencie par un modèle artisanal, local et durable. MediaClinic rachète et reconditionne localement afin de limiter l'impact environnemental de son activité. Dans le cadre du reconditionnement, MediaClinic assure 33 points de contrôle et offre une garantie de 24 mois pour rassurer les consommateurs. « Sur le 1er semestre 2023, la moyenne de progression de C.A. est d'environ 28%, » explique Philippe



Cougé, Président de MediaClinic. Une troisième levé de fonds est déjà programmée pour fin 2024- début 2025.

# CHRONOLOGIE DES MÉDIAS: AVENANT SUR LA COEXPLOITATION ENTRE LES PLATEFORMES ET LES CHAÎNES TV EN CLAIR



Avant une éventuelle nouvelle révision de la chronologie des médias en 2025, un avenant à l'accord du 24 janvier 2022 vient d'être signé par les professionnels du secteur le 25 septembre dernier et publié au journal officiel le 6 octobre. Un aménagement qui introduit des expérimentations relatives à la coexploitation des films entre les services des médias audiovisuels à la demande (SMAD) et

les chaînes de télévisions en claire, et fait ainsi écho au conflit qui avait émergé entre Disney et les chaînes gratuites à l'automne 2022. Deux dispositions sont prévues, à titre expérimental. Selon le 1<sup>er</sup> article portant sur une œuvre n'étant pas produite par une plateforme SVoD ou dont le coût de production est compris entre 5 et 25 millions d'euros, il est ainsi stipulé que l'œuvre ne peut être disponible sur un service de vidéo à la demande à compter de l'ouverture de la fenêtre prévue et jusqu'à l'expiration d'un délai minimum d'un mois suivant la première diffusion sur le service de télévision en clair concerné (celle-ci commencant pour rappel 22 mois après la salle). Le second article concerne quant à lui les œuvres produites par une plateforme SVoD ou par ses sociétés affiliées et dont le

coût de production est supérieur à 25 millions d'euros, sans préfinancement par une chaîne de télévision en clair. Pour ces dernières, l'accord de coexploitation prévoit une période d'indisponibilité sur le service SVoD d'une durée continue de 2 mois autour de la première diffusion sur une chaîne gratuite de chaque œuvre. Cette période d'indisponibilité sera choisie à la discrétion du service de télévision en clair concerné et ne pourra être actionnée qu'une seule fois pour chaque film. Elle ne pourra par ailleurs être mise en place avant un délai de 24 mois à compter de sa sortie en salles. En outre, le service de télévision devra informer la plateforme de la période d'indisponibilité choisie au moins 2 mois avant le début de la diffusion

### HP LANCE UNE OFFRE DE PC RECONDITIONNÉ POUR LES PROFESSIONNELS

HP a lancé en France, son programme de reconditionnement de PC portable professionnels, baptisé HP Revitalize. Il sera étendu à d'autres familles de produits et à d'autres pays par la suite. Avec ce programme, les professionnels vont pouvoir s'inscrire dans la réduction de leur impact environnemental, en choisissant des PC reconditionnés et garantis par HP pour leur parc informatique. En outre, il permet à HP de répondre aux exigences du 20% de reconditionnés nécessaire (en volume annuel) dans les appels d'offres publics (Loi AGEC - décret du 9 mars 2021). Ce programme

est déjà appliqué pour les employés HP et réussi le redéploiement de près de 20 000 appareils par an. Chaque appareil reconditionné par HP est soumis à un processus rigoureux, allant jusqu'à l'amélioration de la mémoire et la capacité de stockage. Les appareils sont testés et inspectés pour garantir des performances et une fiabilité optimales avec une garantie minimale de 1 an. Ce programme s'inscrit dans la stratégie environnementale du groupe. « Sur la fabrication, notre objectif est d'atteindre 75% de circularité sur nos produits et packaging d'ici 2030 » a expliqué Dave Shull, Président de HP

Workforce Solutions. Un PC reconditionné HP a une empreinte carbone réduite jusqu'à 77% par rapport à un ordinateur neuf.



## **ACADIA INFORMATIQUE**, FUSION TECHNOLOGIQUE ET UNIVERS GAMING

Redéfinissez votre expérience gaming avec ACA-DIA. Explorez nos marques, vivez «Le service Assemblage by Acadia», et trouvez des solutions adaptées à vos besoins et univers.

Découvrez avec ACADIA, l'excellence à travers une sélection méticuleuse des produits et marques les plus prestigieux de l'industrie informatique et du gaming.

Plongez dans l'univers du gaming avec AOC Gaming Agon et MSI, explorez des possibilités infinies avec ASUS ROG et ASUS TUF, ou atteignez de nouveaux sommets de performance avec la nouvelle marque GAMING de Philips « EVNIA ». ACADIA INFORMATIQUE s'associe aux marques leaders pour vous offrir une expérience informatique sans compromis. De cartes graphiques ultraperformantes aux processeurs de pointe, chaque composant est soigneusement sélectionné pour garantir des performances optimales. Chez ACADIA, l'innovation ne connaît aucune limite.





@credit Powered by ASUS



#### Le Service Assemblage by Acadia

Plongez dans l'expérience «Le Service Assemblage by Acadia», où l'art de l'assemblage atteint de nouveaux sommets pour créer des configurations uniques et puissantes.

#### Assemblage Personnalisé :

Vivez une personnalisation totale avec notre équipe dédiée à l'assemblage. Du gaming à la bureautique, au workstation, chaque machine est conçue sur mesure pour répondre à vos besoins spécifiques.

#### Fiabilité et Rapidité :

Chaque composant est soumis à des tests rigoureux pour assurer une fiabilité inégalée et une gestion de la DOA. Nous garantissons une configuration rapide, un gain de temps afin que vous vous concentriez sur votre business, un suivi minutieux et un montage expert pour une satisfaction totale.

#### Solutions Clé en main :

Pour ceux qui ne sont pas experts, notre service offre des solutions clés en main, simplifiant l'accès à la technologie de pointe sans tracas.

### Une communauté diversifiée, s'adaptant à chaque besoin

ACADIA va au-delà des attentes en s'adressant à des clients spécifiques, offrant une gamme diversifiée de solutions adaptées à chaque domaine. Plongez dans des mondes virtuels avec des configurations gaming sur mesure. Que vous soyez un joueur passionné ou un compétiteur e-sportif, ACADIA vous offre une expérience gaming inégalée. Sécurité, rapidité, et performance sont cruciales dans le secteur financier. Des solutions puissantes pour des professionnels exigeants. Que vous soyez un créatif, un concepteur, ou un professionnel de la finance, ACADIA personnalise chaque expérience.



# ICE-WATCH, NOUVEL ACTEUR DE LA MONTRE CONNECTÉE







En avril dernier, la marque horlogère Ice-Watch a marqué les esprits avec l'arrivée de sa première montre connectée ICE smart one. Bien positionnée sur un haut niveau de qualité, l'ICE Smart a immédiatement conquis les consommateurs. **Jean-Pierre Lutgen, fondateur et Président de Ice-Watch** revient pour Multimédia à la Une sur les raisons de ce succès et les perspectives de développement de la marque.

#### Pouvez-vous nous présenter votre marque Ice-Watch?

Ice-Watch est une référence dans le monde de l'horlogerie. La marque est née en 2007. Je travaillais à l'époque dans le domaine de l'objet publicitaire et j'étais en contact avec de nombreux acteurs en Asie. Après quelques années j'ai compris qu'il fallait créer de la valeur à travers une marque. J'ai découvert un modèle de montres que l'on a conceptualisé. Les deux piliers du concept étaient la valeur sociale du changement associé à une forte identité à travers sa boite d'emballage. A l'époque le changement devenait plus facile et avec Ice-Watch on pouvait donc changer de montres en changeant la couleur selon l'activité (vacances etc..), son humeur grâce à son accessibilité. Aujourd'hui c'est plus de 1500 modèles de montres mises sur le marché avec une nouvelle diversification qui passe par les smartwatches.

#### Où en est Ice-Watch en 2023?

La société mère est basée en Belgique (Bastogne), est composée d'une quarantaine de personnes qui travaillent sur le développement des produits et qui œuvrent au quotidien pour livrer nos produits en 48/72 heures dans toute l'Europe. Des bureaux à Paris et Hong-Kong complètent les équipes belges. Nous sommes une entreprise familiale, à taille humaine avec une forte réactivité. Nous disposons de 6 000 m² d'entrepôt modernisé qui nous permettent de répondre aux demandes de plus 2 000 clients distributeurs en France, Belgique et Luxembourg, principalement des bijoutiers-horlogers. Nous sommes reconnus pour notre professionnalisme dans le milieu de l'horlogerie. Nous avons un engagement écoresponsable important. Nous sommes autonomes en énergie sur le site de Bastogne. Nos packagings, part importante dans notre stratégie sont fabriqués dans des ateliers de travail adapté. Notre SAV est reconnu comme l'un des meilleurs du secteur. Et désormais, Ice-Watch se positionne en marque leader.

#### Comment en êtes-vous venus à créer une montre connectée ?

La volonté de la marque a toujours été de proposer des montres qui continuent de faire vibrer et qui intègrent également les évolutions modernes et technologiques de notre époque. Depuis longtemps, nous souhaitions créer une montre connectée, tout en respectant l'ADN de la



La nouvelle ICE smart 2.0-à écran AMOLED de 1,96 pouces

marque Ice-Watch. Cette montre connectée et intelligente répond à cette demande de changement. Mais c'est avant tout un produit grand public, bien conçu qui propose un nombre de fonctionnalités très important, à l'esthétique réussie, et proposé à un prix très accessible (99 euros). J'étais convaincu qu'il y avait un créneau important sur le marché pour un modèle comme l'ICE smart one. Cela a été un succès immédiat dès sa sortie en avril dernier. Notre principale difficulté a été alors de répondre à la demande de nos clients. La première livraison est partie en un temps record. Et depuis les ventes se poursuivent sur un rythme particulièrement soutenu. Si l'on compare à nos séries classiques horlogères les plus fortes, on est sur des volumes multipliés par 3.

#### Quelles sont les raisons de ce succès ?

Tout d'abord l'accessibilité. Ice-Watch a innové en lançant une smartwatch des plus complète à 99 euros. Elle bénéficie de tous les attributs des grandes marques. L'application Ice fonctionne sous iOS et Android et permet le suivi santé et le suivi sportif de plus de 100 disciplines sportives. Nos clients et nos distributeurs ne s'y sont pas trompés. De plus, la marque Ice-Watch est bien connue du grand public. Elle bénéficie d'une forte notoriété dans le monde de l'horlogerie, ce qui nous positionne dans le Top 20 des marques de montres au même niveau que Tag Heuer, ce qui n'est pas un mince exploit pour une marque comme la nôtre. Nous figurons dans le Top 10 des intentions d'achats (Etude Opinionway). Ice-Watch est une garantie de qualité pour le consommateur. D'autres marques existent sur

ce marché des montres connectées, mais elles n'ont pas cette notoriété (NDLR en dehors des marques A).

#### Vous bénéficiez déjà d'un fort réseau de revendeurs horlogers dans le monde. Y-a-t'il des évolutions dans votre politique de distribution?

Nous nous appuyons depuis plus de 15 ans sur ce réseau de partenaires privilégiés. Aujourd'hui, avec l'arrivée de la ICE smart one, nous nous ouvrons à de nouveaux distributeurs de l'univers de la Tech. C'est encore très récent pour nous, mais là aussi, depuis ce lancement en avril, l'intérêt de ces acteurs est très fort. Nous sommes déjà présents chez Auchan, Fnac Belgique et LDLC, et en discussion avec de nombreuses grandes centrales françaises. Ice-Watch est très compétitif en termes de marge. Notre équipe commerciale, basée à Paris, peut répondre aux demandes en direct. Car sur le fond, nous avons vocation à travailler avec tous les points de vente qui souhaiteraient proposer nos produits dans les meilleures conditions.

#### Quelles sont les prochaines nouveautés de la marque?

Je suis convaincu que nous devons innover sans cesse. Sur les marchés, les choses vont très vite, il est bon d'apporter du nouveau tous les 6 mois en moyenne. Nous arrivons le 1<sup>er</sup> novembre avec une première bague connectée, ICE ring, qui a pour objet de suppléer la montre connectée au quotidien. Elle capture toutes les données nécessaires à votre suivi physique et transfert les données vers votre téléphone.

Enfin, il n'est pas question de nous reposer sur nos lauriers, nous arriverons dès mi-novembre avec la ICE smart two, nouvelle évolution particulièrement intéressante de notre montre connectée Ice Smart : affichage « always on », écran plus grand AMOLED, boitier en métal, ne sont qu'une partie des améliorations apportées. Et cela va faire du bruit dans le monde des montres connectées et intelligentes.



#### ICE SMART ONE, UNE ÉTOILE EST NÉE

La montre connectée lce Smart One bénéficie d'un boîtier rectangulaire en aluminium 40 x 44 mm avec un écrantactile de 1,85 pouces (240 x 280). Compatible iOS et Android (disponible en 9 langues), elle intègre 64 Mo de mémoire interne. Comme toute montre connectée, elle est équipée d'un capteur de

tension pour le suivi de l'activité (100 disciplines disponibles). Connectée en Bluetooth, son micro permet de passer des appels directement depuis la montre. Certifiée à la norme IP68, sa batterie Lithium-ion rechargeable de 210 mAh promet une autonomie moyenne de 3 à 5 jours, et de 15 jours en mode veille. En cas d'urgence, elle affiche vos trois coordonnées de contact. L'ICE smart one est actuellement disponible en 3 cadrans (noir, rose gold et argent) avec différents bracelets en silicone au choix selon les modèles (noir, bleu, blanc et nude), un bracelet supplémentaire étant offert pour chaque montre.

### MATÉRIEL GAMING, UN ELDORADO QUI SE CHERCHE

Pas toujours facile de prédire les évolutions du marché du matériel gaming. A long terme, les signaux sont néanmoins a priori au vert, avec une appétence réelle des consommateurs pour le segment. Les accessoires consoles s'avèrent ainsi bien orientés avec des PS5 et Xbox Series qui accélèrent, une Switch infatigable en attendant l'arrivée à moyen de sa successeure et la multiplication des consoles « full digital ». Le jeu vidéo s'est aussi largement diversifié en absorbant les accessoires liés au streaming (microphone, webcam, lampe, carte d'acquisition...) qui connaissent une progression rapide. Les accessoires PC devraient eux continuer à être sur le long terme un pole de croissance après des turbulences actuelles assez logiques. En effet, entre équipement anticipé pendant le Covid, inflation, explosion du nombre d'acteurs concernés et parfois manque d'innovation réelles sur certains catégories clés qui se concentrent désormais sur des évolutions esthétiques, certains marchés ou constructeurs sont moins en forme qu'il y a

un an. Ainsi, si la santé des segments premium et petits prix se confirment, d'autres cherchent un second souffle. Second souffle qui devrait arriver quand la phase de rééquipement va s'accélérer.



### **SÉLECTION SIÈGE GAMING**



#### **CHAISE DE BUREAU GAMING ONE PIECE**

- Constructeur : Konix
- Points forts: Licence One Piece, prix abordable, densité d'éponge de 60 DNS avec une épaisseur entre 8 à 10 cm, inclinaison jusqu'à 160°, coussins lombaires et cervicaux, soutien lombaire et appui-tête intégrés...



#### **GAMING PRO LE SEIGNEUR DES ANNEAUX**

- Constructeur : Subsonic
- Points forts: Licence Le Seigneur Des Anneaux, dossier baquet, accoudoirs réglables, prix abordable, mousse haute densité recouverte de cuir synthétique, mécanisme de levage à gaz de classe 3, accoudoirs 3D, inclinaison jusqu'à 135°...



#### **MX850**

- Constructeur: Oraxeat
- Points forts: Aération via le revêtement et le dossier, mousse à mémoire de forme, housse en velours lavable, matériaux de haute résistance, inclinaison jusqu'à 160°, assise du fauteuil disposant d'un basculement allant jusqu'à 15°, accoudoirs 4D, jusqu'à 150kg, mécanisme de levage à gaz de classe 4...

# FPOP INÉGALÉ À TOUS LES NIVEAUX













**MANETTES FILAIRES** 

Pour Nintendo Switch

**HOUSSES**Pour Nintendo Switch









#### **MANETTES FILAIRES**

Pour Xbox Series X|S

**CASQUES GAMING** 



Pour Xbox Series X|S



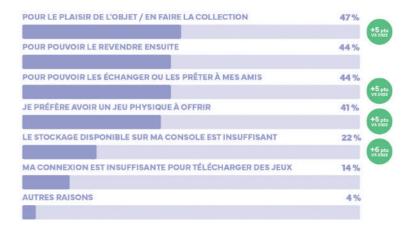


# JEU VIDÉO: LES COMPORTEMENTS D'ACHAT SE PÉRENNISENT

Lieu préféré d'achat des jeux vidéo

### EN MAGASIN EN MAGASIN SUR INTERNET 62 % DES JOUEURS QUI NE JOUENT PAS EN LIGNE 53% DES JOUEURS ASSIDUS (AU MOINS UNE FOIS PAR JOUR) **56% DE 10-14 ANS**

#### Raisons pour lesquelles les acheteurs préfèrent le format physique

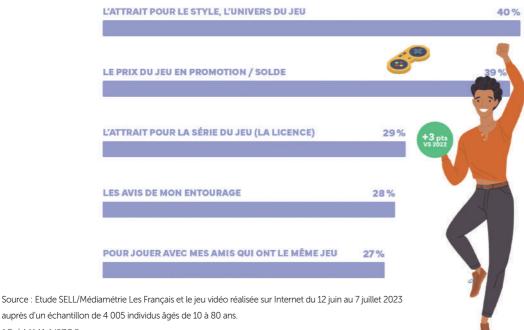


#### Format préféré des jeux vidéo achetés





Top 5 des critères qui incitent à l'achat



auprès d'un échantillon de 4 005 individus âgés de 10 à 80 ans.

### **™** McAfee<sup>™</sup>

Votre activité en ligne ne concerne que **vous**. Nous veillons à assurer **votre vie privée**.





**McAfee Total Protection** 

Pour 3 et 5 appareils



McAfee+

Premium

McAfee+ Premium Familial

Pour un nombre illimité d'appareils



McAfee+ Advanced Familial

Pour un nombre illimité d'appareils

Les **solutions McAfee** sont commercialisées par **TD Synnex France** & **Epay Digital France** 











### AOC/PHILIPS, PILIER DU GAMING



AOC/Philips continue à tracer sa voie dans les moniteurs gaming, et plus globalement le B2C. Pierre Leonard, Country Manager France d'AOC & Philips, nous explique sa stratégie dans le gaming.

#### Comment c'est passé 2023 pour AOC/Philips dans les écrans gaming?

Très bien. Nous sommes dans les moniteurs gaming, et plus globalement le B2C, à contrecourant des tendances de marché avec une croissance de notre chiffre d'affaires et de nos parts de marché sur différents canaux. Nous progressons sur l'ensemble de 2023, avec une accélération sur les 2e et 3e trimestres. Le résultat d'une stratégie misant sur le long terme. Ayant analysé les tendances de marché, nos forces et faiblesses et celles de nos confrères, nous offrons à nos partenaires de la distribution une stratégie cohérente et adaptée à leurs besoins en termes de prix et de produits, sans aller chercher « artificiellement » du chiffre d'affaires ou de la part de marché dans une logique court-termiste. De plus, nous disposons d'une offre produits dans le gaming inégalée en termes de variété et de qualité avec de nombreuses nouveautés très intéressantes. Concernant notre gaming Philips Evnia, nous

allons sur cette fin d'année remettre très fortement l'accent dessus avec une gamme enfin complète et un positionnement premium en adéquation avec les demandes du marchés

#### Quelles sont vos technologies phare?

Nous avons notamment une progression phénoménale sur le 240 Hz, dont le chiffre d'affaires chez nous a doublé en 1 an. Il est clairement en train de remplacer le 144hz comme standard en termes de gaming avec des prix publics qui s'en rapprochent et qui incitent les joueurs à franchir le pas. Ce qui permet par ailleurs de maintenir une offre à valeur ajoutée chez les revendeurs. L'Oled sera notre technologie phare qui répond aux demandes exigences toujours plus grandes des joueurs. Nous allons également miser sur les très grandes taille avec des écrans 34 et 49 pouces qui vont compter parmi nos priorités tant pour Agon qu'Evnia. Ils répondent aux besoins d'immersion et d'utilisation mêlant gaming et streaming des joueurs. Le gaming est un marché enthousiasmant avec des besoins qui évoluent constamment, une demande de produits de plus en plus qualitatifs... Ce qui me rend très optimiste pour le futur.



## L'innovation au service du gaming

GRÂCE AU

34M2C8600

34" - 86,36cm | **3440x1440 (WQHD)** | 165Hz

**QD-OLED** | DisplayHDR True Black 400 | **DTS Sound™** 

1800R | **USB-C** | Ambiglow

**PHILIPS** 

### **IIYAMA, VALEUR SÛRE DU GAMING**

#### FRANCK LOPEZ SENIOR ACCOUNT MANAGER RETAIL D'IIYAMA FRANCE

Malgré un marché compliqué sur 2023. nous avons réalisé de la croissance sur nos marchés B2B et B2C. En conséquence, nos parts de marché progressent bien. Cette année, nous avons fait monter en gamme la plupart de nos produits gaming. Ainsi, dans notre gamme casual Black Hawk, les écrans 75 Hz sont passés en 100 Hz. Ce qui apporte un vrai confort en plus. De même, dans notre gamme Red Eagle dédiée au Pro gaming, nos 144Hz/165 Hz sont par exemple passés en 180 Hz comme le GB3466WQSU qui est en train d'être remplacé par le GCB3480WQSU (dalle VA incurvée 1500R, 0.4 ms/180hz, résolution de 3440 x 1440). Nous proposons des moniteurs toujours très qualitatifs avec un design Gaming sobre, comme le GCB3280QSU (dalle VA incurvée 1500R, 165Hz, 0.2ms, résolution de 2560x1440...) qui est un must pour le simracing en simple ou en double écran pour se transporter littéralement dans le cockpit virtuel. Notre gamme Gold Phenix dédiée au esport, continue de séduire avec des écrans comme



les GB2590HSU et GB2790HSU (FreeSync Premium, 240Hz, 0.4ms...). L'évolution se fait également au niveau du design. **Un des grands enjeux pour liyama est d'augmenter la notoriété de la marque G-Master.** Elle est déjà reconnue pour ses qualités, sa solidité

ou sa durabilité, nous souhaitons qu'elle soit plus connue (cf. MM 302). Dans cette optique, nous nous sommes associés à Microsoft pour équiper le stand Xbox à la Paris Game Week avec une trentaine d'écrans dotés de nos meilleures technologies.»

### SAMSUNG, LE GAMING SUR TOUS LES ÉCRANS

#### **ERIC ERBRECH**

DISPLAY GROUP MARKETING MANAGER / LED PM DE SAMSUNG FRANCE

2023 se passe très bien puisque nous avons gagné des parts de marché et sommes en France numéro 1 en volume et en valeur sur les écrans gaming. Et ce, notamment grâce à de nombreuses très belles sorties de concepts innovants et disruptifs comme le Neo G9 57 pouces, l'Oled G9 ou pour cette fin d'année l'Ark V2 encore plus puissant et avec plus de connectiques. Comme on peut le voir sur notre stand à la Paris Games Week, nous sommes le seul constructeur à créer tous les écrans pour le gaming, du moniteur au téléviseur en passant par les smartphones ou les vidéoprojecteurs, sans oublier le storage gaming dont nous sommes un spécialiste. C'est dans cette optique que nous mettons en avant notre Gaming Hub indispensable pour répondre aux besoins des joueurs qui utilisent de plus en plus indifféremment les écrans et les machines pour leur jeu, faire du streaming ou regarder des séries, en basculant entre les sessions voire... en faisant tout cela en même temps. Nous proposons donc une offre très large à même de satisfaire tous les joueurs : fans de simulation de course avec l'Ark 57 pouces, accrocs de jeux vidéo compétitifs avec les G6 et G8, ceux qui veulent un très bon produit d'entrée de gamme avec le G3, ceux qui veulent une immersion parfaite avec l'Oled G9... »







G-MASTER G2766HSU-B1 | GB2766HSU-B1 | GCB3280QSU-B1 | GCB3480WQSU-B1 | GB3467WQSU-B5

### PLONGEZ DANS LE JEU AVEC LES ÉCRANS INCURVÉS IIYAMA G-MASTER RED EAGLE

Avec une fréquence de rafraîchissement de 165Hz à 180Hz et un temps de réponse époustouflant à partir de 0.2 ms MPRT la force est avec vous ! Prenez des décisions en une fraction de seconde et soyez sûr que l'image à l'écran est toujours nette et fluide!











#### VIEWSONIC MULTIPLIERA LES SORTIES GAMING EN 2024

### **SONIA OUAKNINE-HADJAJ**COUNTRY MANAGER FRANCE DE VIEWSONIC

Dans un cadre de marché pas forcément facile, nous nous sommes efforcés de garder une politique commerciale et de prix cohérente, afin de ne pas céder à une course à la part de marché dommageable sur le long terme. Nous avons également travaillé notre notoriété de marque en particulier autour de notre gamme Elite. Nous allons multiplier les belles sorties gaming en 2024 avec un très intéressant début d'année où nous devrions renouveler une partie de notre gamme gaming Elite avec de nouvelles technologies et une multiplication des écrans de grande taille: 32 pouces, 34 pouces, voire plus.... Pour 2024, nous préparons des produits misant l'Oled, qui s'impose comme une solution idoine pour le gaming, mais aussi des comptabilités Thunderbolt 4. L'aspect multi-environnement gaming/travail/Entertainment sera également très important et clairement le moniteur devient un hub. Autre argument très important pour nous dans le gaming : les vidéoprojecteurs gaming qui permettent de faire du jeu dans des qualités



extraordinaires comme notre superbe X2-4K qui peut en effet projeter en 4K HDR une image de

Bionik est la marque destinée aux « hardcore

2,5 m de diagonale en étant placé à seulement 1,5 m de l'écran.»

#### **BIONIK VISE LES GAMERS**

### **MANUEL SIMONNET**SALES MANAGER EUROPE DE DREAMGEAR



gamers » de DreamGear, qui propose traditionnellement une offre d'accessoires plutôt grand public. Nous y proposons des produits différenciants comme le Mantis un casque audio adapté au PSVR2 sur lequel il peut se pluguer de manière très intuitive. La manette NeoGlow est un beau produit pour Switch, PC et Android avec sa coque transparente encadrée d'un tube d'éclairage RVB, son autonomie sans fil de plus de 40 heures et ses 2 boutons mappables. Autre produit intéressant, le Quickshot Pro (pour la Xbox et la PS5) qui avec sa surface de déclenchement améliorée et son système de verrouillage de la gâchette permet un temps de réaction plus rapide pour les FPS par exemple. Un joli atout pour créer une vente liée à une manette en magasin. Je souhaiterai aussi mettre en avant le casque Sirex avec ses transducteurs de 50 mm, ses coussinets d'oreille en mousse à mémoire de forme et son faisceau de tête auto-ajustable pour une ergonomie et un confort améliorés. Nous proposons aussi un pack pour PS5 qui rencontre un joli succès.»





# ANTELIORE TON SETUP GAINING

**VX18** 



Les **écrans incurvés (1500R)**, de la **série VX18 et VX19** offrent une expérience de jeux immersive. Avec ViewSonic profite d'images panoramiques spectaculaires.

Scan ce QRCode pour découvrir nos produits



# VICTRIX, DÉDIÉ À L'ESPORT ET DÉVELOPPÉ PAR DES JOUEURS ESPORT

#### **CHRISTOPHE GOUJON** SALES MANAGER RETAIL

FRANCE ET IBERIA DE PDP

Victrix est la marque premium de PDP, que nous cherchons à développer en Europe au niveau où elle se situe aux Etats-Unis. Ce sont des accessoires premium, dotés des superbes caractéristiques, dédiés à l'esport et développés par des joueurs esport. Pas question de « galvauder » la qualité pour gagner des parts de marché artificiellement. Notre arcade stick, en aluminium brossé avec découpage laser, ou notre manette PS5 Victrix Pro BFG, une merveille de modularité et d'ergonomie, en constituent des exemples parfaits. Ce sont des référents dans leur domaine, qui se vendent très rapidement. Nous avons plein de projets en préparation dans nos domaines traditionnels, mais aussi dans de nouveau secteurs où il y a un besoin de produits haut de gamme. Victrix restera une marque premium avec des revendeurs et des points de vente capables de mettre en avant les capacités de nos produits. Ils vont bénéficier de la hausse de la base installée de la PS5 et du fait que les joueurs PS5 sont plus enclins que la moyenne à plus dépenser



et à miser sur des produits à valeur ajoutée. Afin de soutenir les produits Victrix, nous sponsorisons aussi des compétitions (Red Bull Kumite, EVO...), des influenceurs (l'émission Rage Quit sur twitch et youtube, Benzaie...) que des esportifs comme Kusanagi ou encore Will2pac.»

### SUBSONIC VEUT FAIRE LA COURSE EN TÊTE

#### PIERRE DE LAPORTE DG DE SUBSONIC

Nous proposons avec notre gamme SuperDrive des volants de 50 à 190 euros compatibles avec quasiment toutes les machines du marché. Avec désormais plus de 11 références, elle s'est bien élargie. 2023 a été une année très riche avec les sorties des GS-650X et GS-950X et plus récemment de notre volant haut de gamme GS-850X (149 euros) avec des caractéristiques très intéressante : pédalier 3 pédales, levier de vitesse déporté, angle de rotation de 270 degrés... Nous élargissons notre offre racing avec la sortie prochaine d'un cockpit de très belle facture (329,99 euros) et d'un stand pour volant, pédalier et boite de vitesse (109 euros). Cette variété nous permet de toucher une clientèle plus large et d'accompagner leur montée en gamme. Une stratégie qui porte ses fruits puisque le Racing génère désormais environ la moitié du notre chiffre d'affaires. Nous lançons un arcade stick,



costaud et ergonomique, au prix très agressif (le moins cher du marché à 50 euros) mais, avec comme toujours chez Subsonic, un excellent rapport qualité/prix et préparons l'arrivée de notre gamme de sièges premium Iconic, dont le développement est une priorité pour nous.»



www.iconicchairs.com



### AVERMEDIA DE RETOUR EN FORCE SUR LE GAMING



Avec sa Live Gamer Ultra 2.1, Avermedia marque son retour en force dans le gaming. Florian Mirilli, directeur marketing Europe d'Avermedia, nous explique son importance.

#### Quels sont vos produits phares pour le gaming en cette fin 2023?

Les cartes d'acquisition et plus généralement le gaming ont toujours été la spécialité d'Avermedia. Après une période où nous avons fortement développé la partie webcam et le B2B, nous revenons en force dans notre domaine de prédilection, tout en gardant notre approche premium. Notre porte-étendard sera la GC553G2/Live Gamer Ultra 2.1, la première carte d'acquisition en HDMI 2.1 du marché.

#### Quelles sont ses plus-values?

Pépite de notre R&D, elle utilise le meilleur de nos technologies. Un produit, qui résout la quadrature du cercle d'être à la fois superpuissante avec notamment la gestion de l'HDMI 2.1 qui permet de gérer des vidéos en 144hz, dans une petite taille et à un prix grand public. Un concept sur lequel le secteur travaille depuis des années et que nous sommes les

premiers à proposer. Elle est également dotée d'une nouvelle console permettant de mieux piloter ses flux, de la technologie VRR qui évite les latences, d'une fonction de gestion du chat avec la communauté afin d'être un hub de communication et d'un RGB personnalisable. Elle est en plus connectable directement avec la PS5 et la Xbox Series. Nous la déclinerons en versions externe (en noir ou en blanc) et bientôt interne.

#### Quelle est son importance dans votre offre?

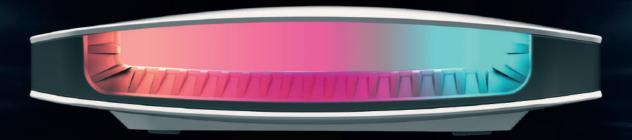
La Live Gamer Ultra 2.1 a un parfait « time to market » puisque de plus en plus de joueurs et plus généralement de personnes streament et dans des qualités d'image et de son de plus en plus grande. Et les cartes d'acquisition traditionnelles ont du mal à gérer la 4K. De plus, être compatible avec les PS5 et Xbox Series et un enjeu important puisque le streaming sur console explose et les ventes de ces machines décollent en cette fin d'année. Nous allons beaucoup la pousser tant en marketing, que sur les réseaux sociaux ou dans les magasins. Elle marque notre retour en force sur le gaming, qui sera aussi souligné par l'arrivée à la même date (le 9 novembre) du Live Streamer MIC 350, un micro USB de qualité studio et d'autres produits prévus pour 2024.



### **AVerMedia**







### LA CARTE D'ACQUISITION LA **PLUS PUISSANTE AU MONDE**













exertis









Q



### PIXMINDS INNOVE DANS TOUS LES DOMAINES

Pour la fin d'année, Pixminds lance 2 gammes innovantes l'une entrée de gamme pour Switch et l'autre Premium pour PC, et inaugure son lieu expérientel Furusato. Hugo Loi, DG de Pixminds, nous les présente.

#### Vous lancez un concept innovant de contrôleurs pour Switch. En quoi consiste-t-il?

Les TwinPad sont des nouveaux contrôleurs pour la Switch, qui constitue une vraie alternative légale et brevetée aux Joycons. Un concept très intéressant pour lesquels il n'y a pas de mimétisme avec les Joy-cons avec notamment un chargement par câble et une attache par pression avec un clips. A la fois, pratiques, ergonomiques, peu onéreux (34,99 euros) et légaux, les TwinPad séduiront une cible plutôt jeune et casual de 8/15 ans qui veulent s'amuser à plusieurs. Les TwinPad seront déclinés dans tous nos design Switch au fur et à mesure (cf. MM301). Ils intégreront la gamme Steelplay qui se concentre de plus en plus sur les produits d'entrée de gamme, mais avec une vraie qualité comme le montre notre garantie de 5 ans. Un positionnement qui répond aux demandes du marché.

#### Vous lancez une gamme d'accessoires très originaux avec Tsume (Cf. MM297). Quelles sont ses particularités?

Nous avons développé des produits
Naruto pour PC en collaboration avec
Tsume avec un design unique sur le marché.
Basés sur de nombreux personnages culte
nous avons résolu la quadrature du cercle en
créant des concepts à la frontière de la Pop
Culture et du Gaming, pensés comme des
statues de collection tout en gardant
l'ergonomie et la superbe qualité de
composants des produits gaming premium.



Des accessoires qui vont inventer un nouveau marché et toucher un nouveau public plus mature que les produits gaming àlicence traditionnels. Ils devraient passionner les enseignes qui sauront mettre en avant ces accessoires uniques au prix premium.

#### Vous venez d'inaugurer le Pixminds Furusato. Pouvez-vous nous présenter ce concept ?

Le Pixminds Furusato est un concept unique dans nos locaux près de Chambéry à la gloire du jeu vidéo. Il met en avant à la fois son passé avec des myriades de produits extraordinaires de rétrogaming (console, borne d'arcade...) et de Pop Culture (statues géantes...), son présent avec la mise en avant



de nos produits, et son futur puisque qu'on peut aussi voir et interagir avec l'équipe esport Valiant. Ce lieu expérientiel, ouvert tant à nos partenaires qu'au grand public, augmente notre notoriété et permet de ressentir en temps réel les demandes des joueurs.

**PIXMINES** 





### **REJOIGNEZ NOS SPONSORS 2024**

5 M Viewers Simultanés

250 M Impressions 40 Évenements

CANDIDATURES OUVERTES JUSQU'AU 30/11/2023

valiant@pixminds.com



### NACON FAIT SA RÉVOLUTION

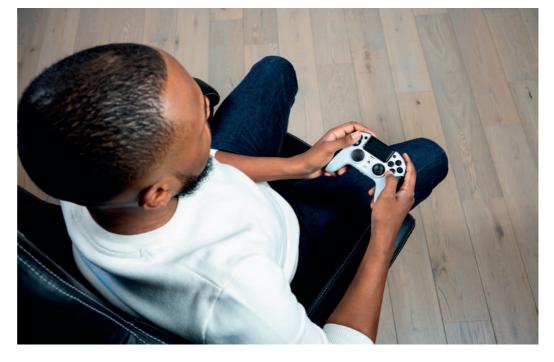
Avec sa Revolution 5 PRO ou son RIG 600 PRO, Nacon joue la carte des produits de grande qualité. 2 produits qui symbolisent une très belle année pour Nacon, comme nous l'explique Yannick Allaert, directeur de la division accessoires de Nacon.

### Comment se porte Nacon dans l'accessoire gaming ?

Nous profitons d'une belle actualité produit avec comme point d'orgue notre manette Revolution 5 PRO. Nous avons de très belles perspectives avec la croissance des PS5 et Xbox Series qui tirent nos gammes dédiées, une offre Switch solide et un renouvellement très important de nos produits PC. 2023 est donc pour Nacon une année solide tant en parts de marché que de chiffre d'affaires. Pour 2024 et 2025, je suis très optimiste avec plein de produits innovants et de bonnes perspectives marché. Nous attaquerons en plus de nouveaux segments comme nous venons de le faire en lançant notre gamme de produits streaming. La qualité de nos concepts nous permet de mettre en avant le reste de notre offre sur de nouveaux territoires comme le font RIG aux Etats-Unis ou notre Arcade stick au Japon.

#### Quel est votre porte-étendard pour cette fin d'année ?

La Revolution 5 PRO (compatible PS5/PS4/PC), avec ses caractéristiques premium, est la quintessence de notre savoir-faire. Nous avons pris le temps de créer une manette premium en collaboration étroite avec Sony qui nous fait confiance pour la 5º fois pour développer une manette sous licence officielle PlayStation. Et c'est une vraie réussite puisque nous avons vendu plus de 6 millions de manettes Nacon PS4 depuis 2016, dont 1,6 million de Nacon Pro. La Revolution 5 Pro a été créé en partenariat avec le champion de VS Fighting Mister Crimson, qui a été totalement intégré dans le processus de création et nous a fait refaire plusieurs fois



nos prototypes dans les moindres détails, afin qu'elle réponde totalement aux exigences des joueurs compétitifs. Parmi les points forts de la Revolution 5 PRO, on peut mettre en avant des joysticks asymétriques, une double connectivité RF pour limiter la latence et Bluetooth 5.2 pour l'audio, une précision et une durabilité accrues pour les joysticks et les gâchettes grâce à la technologie Hall Effect réduisant le "joystick drift", une personnalisation totale (avec 3 sets de poids, 3 bases de joystick, 3 sets de têtes de joystick...), des matériaux premium pour un confort et une prise en main améliorée. Une démarche premium qui nous avait déjà réussi avec notre Arcade Stick développé en collaboration avec Kayane.

### Où en êtes-vous du déploiement de votre gamme RIG ?

Nous venons de sortir notre RIG 600 PRO (décliné en version Xbox et Playstation), un superbe produit qui fait la synthèse des deux nouveautés

de l'année dernière : les RIG 300 PRO (en entrée de gamme) et RIG 800 PRO (en haut de gamme). C'est un très intéressant casque sans fil, disposant de technologies de très grande qualité comme le Dual Wireless (Bluetooth + radio fréquence), de haut-parleurs de 40 mm renforcés par des basses puissantes, d'un micro optimisé pour le chat, de 24 heures d'autonomie en Bluetooth... Plus globalement, RIG fait bénéficier à Nacon de son savoir-faire et de ses experts avec leur exigence inspirante.

#### Quelles sont vos autres nouveautés?

Nous avons également rafraichi toute notre gamme d'accessoires pour PC, et nous nous lançant dans les produits répondant aux nouveaux besoins des streamers. Nous proposons également des nouveautés pour la Switch mais aussi pour Xbox Series comme la Evol-X, une manette officielle pour Xbox, qui reprend certains éléments de la Revolution X PRO Controller mais à un prix plus abordable.





MANETTE OFFICIELLE COMPATIBLE PS5®, PS4™ET PC.

# REVOLUTION 5





DISPONIBLE SUR NACONGAMING.COM



PROGRAMMABLE VIA L'APPLICATION PC/MAC\*

MANETTE FILAIRE ET SANS FIL
PLUS DE 10H SANS RECHARGE

ENTIÈREMENT PERSONNALISABLE
RÉDUCTION DU JOYSTICK DRIFT\*





# DRAKKAR, 10 ANS ET TOUJOURS PLUS GRAND



Renaud Brach, directeur commercial de Konix, revient pour MultiMédia à la Une, sur la stratégie de Konix pour sa gamme Drakkar, qui fête ses 10 ans.

#### Comment évolue le positionnement de Drakkar?

Comme il y a 10 ans quand nous avions créé la marque Drakkar, nous misons fortement sur un excellent rapport qualité/prix. Un positionnement important car cette problématique que nous travaillons depuis des années est centrale actuellement. Et surtout un bon rapport qualité/prix ne signifie pas une moindre exigence dans la conception comme le montre notre garantie de 3 ans sur nos produits. L'élargissement continuel de notre offre, notre « story telling » et notre montée en gamme qui permet de maintenir de la valeur sont également appréciés par les consommateurs et la distribution

#### Comment se structure votre offre?

Aucune marque n'a une telle largeur d'offre, car nous sommes les seuls à proposer 100% de couverture des besoins des consommateurs en termes d'accessoires gaming. Nous continuons à enrichir notre gamme à tous les niveaux de prix par exemple avec 7 magnifiques écrans gaming du Vali

(199 euros) au Thanatos (469 euros), des souris de 10 à 60 euros, des claviers de 20 à 80 euros... Cela nous permet de créer des rayons complets Drakkar comme nous le faisons dans certains Leclerc ou Cora ou des corners Drakkar comme chez Casino, mais aussi de suivre la montée en gamme des joueurs et de nous adapter aux temps fort de la distribution. Une stratégie payante, car nous sommes parmi les leaders en volume (selon GSD) sur le marché des accessoires gaming PC et leader des accessoiristes-tiers si on cumule accessoires PC et console.

#### Quels sont vos relais de croissance?

En plus du renouvellement de nos produits traditionnels, de l'élargissement de notre offre ou de l'arrivée d'accessoires PC sous licence (Naruto, FFF, Magic, Donjons et Dragons...), nous continuons à attaquer de nouveaux marchés. Ainsi, nous souhaitons être un des leaders des accessoires de personnalisation du set gamer avec par exemple des rubans Led, des bureaux des chaises des tapis de sol... Notre récent ruban Led 5 m musical constitue un bon exemple. Nous souhaitons rester disruptifs. Dans cette optique, nous avons mis en place notre « Innovation Lab » qui nous permet de proposer des produits originaux imaginés en collaboration avec des consommateurs/ joueurs et d'aborder de nouveaux besoins de manière originale.

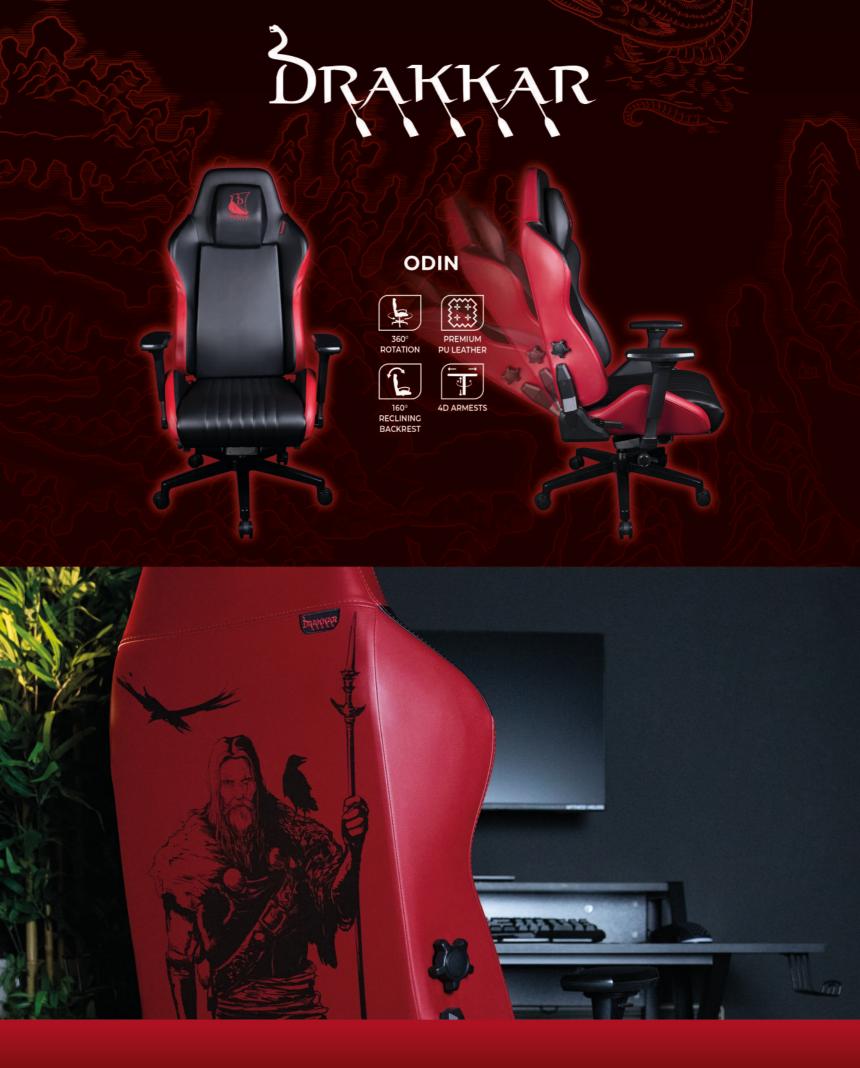
### Bitdefender<sub>®</sub>

LE CHOIX DES EXPERTS EN CYBERSÉCURITÉ



Faites bénéficiez à vos clients d'une totale tranquillité d'esprit sur Internet











# FAUTEUILS GAMING

## HEL



360° ROTATION

150° RECLINING BACKREST



**4D ARMESTS** 





### **BERSERK**





360° ROTATION







## **THOR**



WATER RESISTANT







## JOTUN







COMFORTABLE



# **SÉLECTION MÉMOIRE GAMING**



#### WD\_BLACK SN770M NVME SSD.

Constructeur: Western Digital

**Points forts:** SSD mobile optimisé pour le jeu, format M.2 2230, en 500 Go, 1 To et 2 To, TLC 3D NAND, la technologie nCache 4.0, prise en charge du DirectStorage de Microsoft, avec des vitesses allant jusqu'à 5 150 Mo/s...



#### **GAME DRIVE PS5 NVME SSD**

Constructeur: Seagate

Points forts: Sous licence officielle PlayStation, SSD NVMe PCIe de 4º génération de Seagate, jusqu'à 7 300 Mo/s, contrôleur E18 validé par Seagate, technologie NAND TLC 3D, dissipateur de chaleur conçu pour s'intégrer parfaitement dans la PS5, 1 To et 2 To...



#### ARES RGB DDR5 8400 MEMORY

Constructeur: Lexar

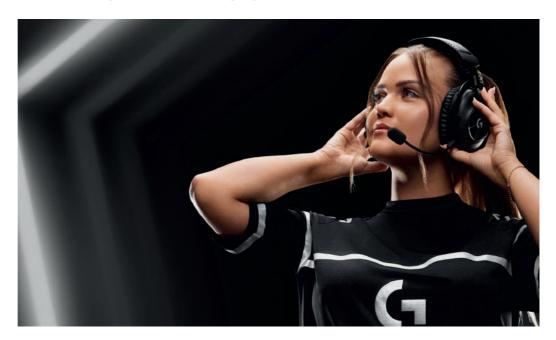
Points forts: Jusqu'à 8 000 MT/s et 8 400 MT/s, DDR5 de nouvelle génération. Lexar RGB Sync afin que les joueurs puissent personnaliser la LED RVB selon leur propre style, dissipateur de chaleur en aluminium haut de

gamme, ECC intégré...

## **LOGITECH SORT LA HACHE DE GUERRE**

# **ROMAIN SEILLES**RESPONSABLE MARKETING CHEZ LOGITECH G

Logitech G est dans une bonne période et intègre désormais en son sein Logitech for Creators et Astro, deux marques avec de fortes affinités, qui en deviennent des gammes. Il y a en effet des synergies évidentes entre le jeu vidéo et le streaming. On retrouve donc dans les actualités Logitech G des nouveautés pour streamer comme la Litra Beam LX (un éclairage pour streaming à double face équipé d'un éclairage principal sur un côté et l'éclairage Lightsync RVB pour décorer l'espace créateurs), le Yeti GX (micro gaming RVB premium conçu spécialement pour les streamers avec notamment le rejet des bruits parasites et autres clics de touche, la garantie d'un son de haute qualité constant) ou le Yeti Orb (micro de jeu premium doté de Lightsync RVB, d'une capsule à condensateur optimisée pour le streaming). Lors de notre évènement Logi Play Days, nous avons également annoncé le développement de notre gamme PRO avec de nombreux produits comme le casque PRO X 2 Lightspeed



(sans fil, autonomie 50h, transducteurs 50mm en Graphene pour une superbe qualité de son...), la souris G PRO X Superlight 2 (jusqu'à 500 pouces par seconde et 32000 PPP) ou encore le clavier G PRO X TKL Lightspeed. Nous sommes également toujours très présents auprès de la scène

compétitive comme le montre notre partenariat particulièrement proche avec la Karmine Corp qui s'est récemment concrétisé par le lancement d'un tapis de souris G640 Logitech x Karmine Corp et nos multiples participations à leurs événements ou à leurs streams.»

# SOURIS ET CLAVIERS, DES ACCESSOIRES INDISPENSABLES

Cela fait des années que les souris et les claviers gaming existent et les constructeurs continuent d'innover que ce soit en termes technologiques (nouveaux capteurs, switchs innovants...), d'autonomie (on arrive parfois à 100 heures) ou d'esthétique. Petite sélection des pépites de cette fin d'année.



# SOURIS DONJONS ET DRAGONS

- **Constructeur** : Konix
- Points forts: Licence Donjons et Dragons, 4 niveaux de DPI associés à une couleur, bouton changement de fenêtre, 7 boutons, câble tressé de 1.8m...



#### **G PRO X SUPERLIGHT 2**

- **Constructeur** : Logitech
- Points forts: Switchs Lightforce hybrides optiques/mécaniques, capteur Hero 2 Lightspeed jusqu'à 500 pouces par seconde et 32 000 PPP, sans fil, jusqu'à 95 heures d'autonomie, compatibilité avec le chargement sans fil Powerplay, détection 2K, patins PTFE sans additif...



#### **FELOX WIRELESS**

- Constructeur : Trust
- Points forts: Sans fil, vitesse réglable de 800 et 4800 DPI, jusqu'à 80 heures d'autonomie sur une seule charge et la possibilité de continuer à jouer pendant la charge, 4 différentes options d'éclairage LED multicolore, 6 boutons pratiques, dont deux boutons latéraux...



#### **COBRA PRO**

- Constructeur : Razer
- Points forts: 10 commandes personnalisables, 5 profils de mémoire embarqués et 11 zones Chroma RGB programmables individuellement, 7 boutons sur le dessus, 2 sur le côté et 1 en dessous, configurés facilement via Razer Synapse, capteur optique Focus Pro 30K, switches optiques Gen-3 et la technologie HyperSpeed, sans fil ...



#### **CL-7500M**

- Constructeur : Nacon
- Points forts: Format compact optimisé pour les FPS, clavier mécanique optique comprend rétroéclairage RGB, anti-ghosting et un logiciel de configuration complet, durée de vie de 50 millions de frappes grâce à la technologie mécanique-optique, repose-poignet détachable en deux parties...



#### **VULCAN II MINI AIR**

- Constructeur : Roccat
- Points forts: Mini format sans fil 65% avec touches fléchées, Stellar Wireless + 3 canaux Bluetooth uniques, interrupteurs optiques Titan II avec actionnement tactile/linéaire ultra rapide, Smart Keys équipées de LED dédiées, plaque supérieure en aluminium anodisé pour encore plus de durabilité, éclairage RGB Aimo...

# LES CASQUES MONTENT LE SON

Compagnons de plus en plus indéfectibles du jeu vidéo, les casques gaming continuent dans un contexte concurrentiel ultra-féroce à se multiplier dans les rayons pour des ventes qui restent à d'excellents niveaux. Petite sélection de nouveautés de cette année à tous les niveaux de prix.



#### **PRO X 2 LIGHTSPEED**

- **Constructeur** : Logitech
- Points forts: Sans fil, autonomie 50h, transducteurs 50mm en graphene pour une superbe qualité de son, technologie sans fil Lightspeed, grand confort avec des oreillettes souples et une charnière durable et rotative...



#### RIG 600 PRO

- Constructeur : Nacon
- Points forts: Technologie Dual Wireless pour une double connectivité sans-fil avec l'adaptateur USB-C 2.4GHz ou la connexion Bluetooth 5.1., micro optimisé pour le chat qui se camoufle dans l'écouteur, 24 heures d'autonomie en Bluetooth, haut-parleurs de 40 mm renforcés par des basses puissantes...



# SONIC GO FAST REALMZ WIRED HEADSET

- Constructeur : PDP
- Points forts: Design original intégrant une figurine de Sonic, licence officielle, prix abordable, transducteurs 40mm, microphone antibruit, licences officielles Nintendo et Sega...



# CASQUE SANS FIL ADVENTURE

- Constructeur : Pixminds
- Points forts: Prix très abordable, design en adéquation avec les tendances de jeu actuelles, Bluetooth 5.3, son équilibré avec basses profondes...



#### **ZIROX**

- Constructeur : Trust
- Points forts: Casque gaming supraauriculaire léger (244 grammes), design et confortable, transducteurs puissants de 50 mm, microphone repliable, prix abordable...



#### **STEALTH PRO**

- Constructeur : Turtle Beach
- Points forts: Transducteurs
  Nanoclear 50mm, égaliseur 10 bandes
  personnalisé, isolation acoustique
  active, microphones ultraperformants
  avec micro amovible TruSpeak et 2
  micros internes, doubles batteries
  échangeables, technologie Advanced
  Superhuman Hearing...



# TURTLE BEACH, LA PGW INCONTOURNABLE POUR PRÉSENTER LA QUALITÉ DE SES TECHNOLOGIES



Mikael Bertheau



Turtle Beach, a établi la Paris Games Week comme un évènement incontournable pour mettre en avant ses produits les plus techniques. Antoine David, Country Manager Mikael Bertheau, France. et Responsable Marketing France chez Turtle Beach, nous font découvrir leurs priorités et les dispositifs mis en place à l'occasion de cet événement clé.

# Quelles sont vos priorités en termes de message pour cette fin d'année ?

Antoine David: Pour nous, il est essentiel de mettre en avant nos produits sans-fil et haut de gamme en cette fin d'année. Cela revêt une importance capitale pour continuer de renforcer l'image premium de Turtle Beach. Le casque Stealth Pro, largement acclamé pour ses performances exceptionnelles, joue le rôle de porte-étendard technologique pour l'ensemble de notre gamme casque. Cette approche nous permet de valoriser nos technologies et nos produits, impactant de manière positive l'ensemble de notre gamme. Notre communication est donc solidement ancrée dans cette direction, et la PGW est la parfaite illustration de cette approche.

# Quels dispositifs avez-vous mis en place concrètement pour la Paris Games Week?

Mikael Bertheau : Nous serons présents en force sur le stand de Game One avec en





particulier une mise en avant de nos dispositifs de simulation aérienne VelocityOne ainsi qu'une trentaine de claviers Vulcan II. Nous bénéficierons de leurs dispositifs digitaux, de leurs émissions et de celles du groupe Viacom/Paramount. Nos produits seront également mis en avant par nos équipes d'esport comme GameWard lors de nombreuses compétitions ou défis avec le public. De même, nous équiperons avec nos casques Stealth Pro de nombreux stands d'éditeurs partenaires comme Plaion, ou de constructeurs de



console. On retrouvera donc nos produits avec les meilleures caractéristiques sur des centaines de postes dans tout le salon.

A.D.: Cela permettra aux nombreux passionnés présents de tester les technologies et produits de Turtle Beach en conditions réelles, en jouant aux meilleurs jeux du moment. Nous avons également renouvelé notre partenariat avec la boutique FNAC, garantissant ainsi la présence de nos produits sur place pour les visiteurs.



VIVE LE NOUVEAU ROI DU SANS FIL : LE STEALTH PRO

329,99 €

XBOX SERIES X|S | XBOX ONE
PS5™ | PS4™
NINTENDO SWITCH™
PC & MAC®
MOBILE



CONNECTER ET CONQUÉRIR

À PARTIR DE 119,99 €



STEALTH™ 700 GEN 2 MAX

STEALTH™ 600 GEN 2 MAX



179,99€



# **VULCAN II** MINI AIR

Le clavier de jeu optique/mécanique Vulcan II Mini Air allie performances et longévité dans un format compétitif 65 %. Jusqu'à 750 h de batterie via sa connectivité 2,4 GHz + Bluetooth !

\*Prix Public Conseillé. Chaque revendeur est libre de sa politique tarifaire

### **REACT-R™ CONTROLLER**

TROIS NOUVELLES COULEURS DE MANETTES REACT-R SONT DISPONIBLES MAINTENANT!

34,99 €





# FNAC: UN PROGRAMME XXL À LA PGW

La PGW reprend de l'ampleur en s'ouvrant comme par le passé sur 3 grands halls en 2023. La Fnac participe de cette montée en puissance avec une nouvelle grande scène de 2 200 places, positionnée dans le Hall 3. L'enseigne dispose aussi d'un espace de démonstration gaming, au cœur du Hall 1, ainsi qu'une « boutique officielle ». Charlotte Massicault, directrice commerciale multimédia et gaming de la Fnac, nous détaille le programme d'envergure de l'enseigne sur cette édition PGW 2023.

#### La Fnac est un partenaire historique de la Paris Games Week (PGW). Quel sera le programme et l'organisation de la Fnac sur cette édition 2023 ?

En partenariat avec le SELL, organisateur du salon, nous souhaitions aller plus loin sur cette PGW 2023. Fort du succès de l'édition « restart » de 2022, nous avons investi fortement sur cette nouvelle édition qui s'étend de nouveau sur 3 grands halls, dont un dédié à l'esport. On retrouve une nouvelle grande scène esport, PGW Fnac, qui pourra accueillir plus de 2 200 personnes (vs 800 l'année dernière). Le salon de la PGW va pouvoir à nouveau atteindre 300 000 participants cette année. Comme en 2022, nous entendons capitaliser sur la complémentarité entre la présence physique sur le salon, et digitale, avec la diffusion online des compétitions d'esport qui se déroulent en Live sur la PGW. En organisant 10 grands événements sur le salon avec les plus grands influenceurs, nous allons interpeller tous les gamers de France. On ne voit pas comment ces derniers pourraient passer à côté sur cette PGW.

## Qu'allons-nous retrouver sur votre stand de démonstration ?

Situé au cœur du Hall 1, notre stand se trouve dans un emplacement stratégique, à côté de



Grande Scène Fnac x PGW 2022 - © Aurelien\_Mignerat

celui de Playstation. En démonstration, on va notamment retrouver les nouvelles consoles portables PC gaming : Legion Go et ROG Ally. La réalité virtuelle prend aussi une place plus importante avec les solutions PlayStation VR2 et le Quest 3 de Meta. Nous avons également donner plus de place aux accessoires gaming avec Hyper X, la marque d'accessoires qui appartient à HP. Elle sera bien exposée sur notre stand. A noter que la boutique Fnac, située juste à proximité du stand, devient boutique « officielle » de la PGW , c'est une reconnaissance qui compte pour la Fnac.

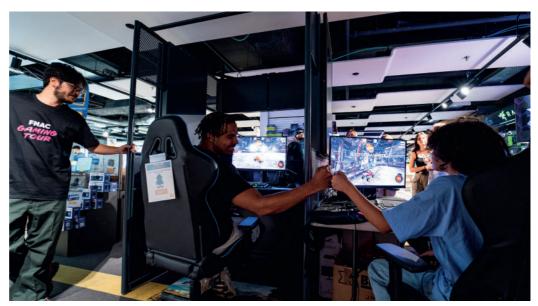
#### Quelles sont les mécaniques mises en place pour capter au mieux les flux de gamers sur ce salon?

Avec 300 000 visiteurs attendus, c'est un enjeu particulièrement important. Nous avons donc travaillé à créer de nombreuses promotions dédiées et animations pour faire gagner aux visiteurs des lots (des jeux, des PC, des consoles, des mangas, etc.). Avec une double présence (Hall 1 et Hall 3), nous avons réfléchi à des mécaniques intéressantes (50% des coupons sont gagnants) et des animations percutantes pour créer du lien avec les gamers

et des flux entre notre scène principale, notre stand de démonstration gaming et la boutique « officielle » Fnac. En créant des offres et animations « funs » pour les visiteurs, à l'image de l'événement, nous voulions récompenser les visiteurs du salon en leur offrant de réels avantages. Les visiteurs viendront avec leur coupon pour découvrir sur une borne le lot gagné (lot ou bons d'achat). Sur le fond, c'est important pour nous d'apporter ce côté festif, lié à l'univers du gaming, tout au long des 5 jours. La PGW est avant tout une grande fête du gaming pour tous les participants. Notre objectif est d'être à leur côté et de partager cette passion.

## Plus précisément, quel sera le programme de la Fnac sur cette PGW ?

Nous aurons 10 événements majeurs sur notre stand durant la PGW. Parmi les nombreux événements qui auront lieu sur notre scène lors de la PGW, on peut déjà citer deux événements (NDLR :entretien réalisé le 16 octobre avant validation définitive), la finale du Fnac Gaming Tour et La Predator Cup. Comme je vous l'annonçait en juin dernier (cf. MM303), il était très important pour nous de faire le lien entre le Fnac Gaming Tour, un programme national d'animations en magasin (plus de 150 événements) et la PGW. Nous avons organisé en amont dans les 4 grandes régions les sélections en vue de cette grande finale de la PGW. Ce sera l'un des points fort de cette édition. On va retrouver les gagnants de chaque région, soutenus par leur coach, en partenariat avec Intel et avec des influenceurs de renom comme Chowh1, Deujna, Doigby ou Zack Nani, sur la scène de la PGW, le vendredi à 17h. Plusieurs jeux, dont certains très grand public seront proposés (Golf it, You suck at parking,



Fnac Gaming Tour 2023

Party Animals). On va également retrouver la finale de la Predator Cup sur Rocket League, commentée par Rocket Baguette et organisée en collaboration avec Acer. Et encore pleins d'autres choses. Le programme complet avec les influenceurs promet d'être particulièrement spectaculaire cette année avec de nombreuses nouveautés qui vont avoir un écho considérable dans la communauté des gamers.

Comme l'année dernière, nous aurons de nombreuses animations et compétitions d'esport sur la scène Fnac, tout au long des 5 jours de la PGW, de 10 heures du matin à 18h. Notre présence physique sur le salon est importante pour aller à la rencontre les joueurs, mais la partie digitale, avec de nombreuses rediffusions le soir l'est également. On a atteint des scores particulièrement important l'année dernière. On le sait les audiences sont beaucoup plus importantes le soir sur Twitch. Le

programme 2023 (NDLR évènements confirmés au 19 octobre) comprend donc en collaboration avec Acer (la Predator Cup sur Rocket League avec Rocket Baguette), Sony (Spiderman 2 avec Donald Reignoux), Lenovo et Intel (Valorant avec Kaatsup, Little Big Whale, Hugo Délire et Grimkujow) et enfin HP et Intel (avec Zerator et Kennystream). Au final, l'écho global de cet événement sera assez énorme pour la Fnac, et ce, sur un temps très court, et à une période stratégique de l'année

## Quelle est la stratégie de la Fnac sur le gaming derrière cet évènement de la PGW?

Cette prise de parole, certainement la plus importante de l'année, est le reflet de notre stratégie sur le gaming. Cela démontre une fois de plus notre volonté d'accompagner les gamers dans leur pratique au quotidien, et tout au long de l'année. Cela passe par une présence renforcée à travers tous nos réseaux sociaux et ceux de nos influenceurs partenaires, mais aussi en magasin à travers toute la France (Fnac Gaming Tour), et enfin cerise sur le gâteau sur cette PGW. L'objectif premier est d'apporter la preuve que la Fnac est l'enseigne de référence sur la culture du gaming. Que nous sommes capables de créer et de faire participer les joueurs aux meilleurs événements gaming, et par conséquent, les mieux placés pour leur faire découvrir toutes les nouvelles technologies et tendances du gaming. La Fnac est dans son rôle de dénicheur d'innovations et de choix éclairés. Notre expertise de gestion des événements culturels et donc du gaming est au cœur de notre ADN. Nos clients gamers nous écoutent et participent en masse sur tous nos événements. Tout cela nous pousse aujourd'hui à aller plus loin sur cette nouvelle édition de la PGW qui promet.





# LA PREDATOR CUP EN FINALE À LA PGW

Nouvelle preuve de son engagement aux côtés des joueurs, Acer a organisé la deuxième édition de la Predator Cup dont la finale se déroulera à la Paris Games Week sur la grande scène Fnac. L'occasion pour le constructeur de mettre en avant ses dernières nouveautés Predator sur le stand de son partenaire. Karim Ouahioune, Directeur Marketing et Communication d'Acer France revient sur les dernières innovations gaming de la marque et sur l'événement.

# Parmi les nombreux produits gaming de la marque Acer, quelles sont les nouveautés majeures de fin d'année ?

Le Predator Helios Neo 16 est l'un de nos produits phare de cette fin d'année au sein de notre gamme Predator. Cette version haut de gamme extrêmement qualitative répond aux attentes des gamers les plus exigeants avec un excellent positionnement prix. Ce PC est équipé de processeurs Intel de 13° génération d'une carte graphique Nvidia RTX 4080 et 4070 (disponible autour de 2 500 euros), le châssis a été retravaillé et encore amélioré avec un écran au format 16/10°. C'est véritablement l'exemple du positionnement de la marque Predator sur le créneau de la valeur. Predator est une proposition haut de gamme, sans aucune concession sur la qualité des composants, nos ingénieurs n'intègrent que ce qui se fait de mieux sur le marché. Le but est de proposer une très belle machine, ultra performante et conçue pour durer. C'est globalement le credo de Predator avec les produits Helios, Triton ou Orion. Acer apporte de cette façon de la valeur au marché du PC.

# Quelles sont les dernières nouveautés sur le segment des tours gaming ?

Le nouvel Orion X. est une tour d'exception qui va retenir l'attention des gamers à partir de mi-novembre, Ce nouveau châssis ultra-compact de 15L constitue une rupture esthétique et technique. Il propose un design unique, il ressemble à un vaisseau spatial de science-fiction dans un style rétro très réussi. Mais surtout ce PC est une véritable vitrine technologique pour Predator notamment dans sa finition. Il se distingue aussi par sa puissance. Malgré sa compacité, il est en effet capable d'intégrer les meilleurs composants du marché : allant jusqu'au processeur Intel Core i9 de 13° génération et des cartes graphiques Nvidia RTX 4090 (disponible à partir de 3 000 euros). Nos ingénieurs ont réussi une prouesse en intégrant la plus grande capacité de cartes graphique du marché dans ce format compact. Cela n'existe pas chez nos concurrents à ce haut niveau de performance.

Toujours dans cette optique de performance et de qualité, nous avons deux nouveaux moniteurs gaming Oled d'exception, les Predator X27U et X45. Deux moniteurs de grandes tailles (27 et 45 pouces) qui offrent des performances uniques grâce à la technologie Oled pour accompagner les PC gaming les plus performants. Le rendu et la qualité de colorimétrie est incomparable. Selon



Predator Orion X

l'expression, il faut le voir pour le croire. Ces deux modèles seront exposés au côté des Predator Orion X et Helios Neo 16 sur le stand de Fnac à l'occasion de la PGW qui va réunir des milliers de joueurs.

#### Quelle sera la présence d'Acer cette année sur la Paris Games Week?

Nous serons présents physiquement en exposant nos plus belles solutions gaming sur le stand de notre partenaire Fnac. Mais pour accompagner les joueurs au plus près de leur pratique, nous avons reconduit cette année, la Predator Cup dont la grande finale se déroulera sur la grande scène de la Fnac. Cela nous tenait à cœur ainsi qu'aux joueurs. C'est une compétition très importante qui monte en puissance d'année en année. En partenariat avec Rocket Baguette, nous avons réussi à créer une compétition qui fait référence sur Rocket League. Predator sera également partenaire de la finale européenne de Rocket League, organisée par l'éditeur du jeu Epic Games, qui se tiendra aussi sur la scène de la PGW le samedi. Cela constitue un investissement très important de notre part qui s'inscrit au cœur de notre stratégie gaming avec toujours pour objectif de faire vivre la marque Predator au plus près des joueurs.





# ASUS ROG: EXTENSION DE L'AUDIENCE À LA PGW

La PGW est le rendez-vous incontournable du gaming pour ASUS. L'occasion de démontrer tout son savoir-faire dans l'univers du gaming et de dévoiler la dernière déclinaison de sa console portable ROG Ally Z1. Entretien avec Christine Le Calvez, responsable marketing PC Gaming chez Asus, en charge de la marque ROG et ASUS TUF Gaming.

#### Quelle a été la grande nouveauté de l'année chez Asus ROG cette année ?

C'est sans conteste la console portable ROG Ally Z1 Extreme a bouleversé le marché du gaming en 2023. Lancée en juin dernier, ce nouveau produit qui change la donne dans l'univers du gaming (cf.MM302). La console ROG Ally présente en effet de nombreux atouts. Véritable tout-en-un : à la fois console portable solo (608 g) ou console de salon, elle offre la possibilité de jouer à tous les jeux PC, grâce à des capacités techniques largement supérieures à ce qui existe sur le marché. De plus, la console se transforme en un mini-PC, une fois connectée à un écran avec un clavier et une souris, elle peut aussi intégrer notre carte graphique externe ultra-puissante (la ROG XG Mobile disponible en RTX 4090). Grâce à ce produit multitâches qui propose beaucoup plus que la concurrence, notre objectif est de fédérer le plus grand nombre de joueurs autour de cette nouvelle console, et ainsi, de sortir d'un marché de niche. Nous sommes d'ailleurs le premier constructeur PC sur ce segment. Pour nous, c'est la console du futur.

Toutefois, ce produit demande à être montré et expliqué en détails. La ROG Ally Z1 sera donc en « guest star » sur notre stand de la PGW et sur celui de la Fnac. Depuis sa sortie, on constate un intérêt croissant des joueurs qui ne se dément pas. Le 16 octobre, nous avons lancé une nouvelle déclinaison, la ROG Ally



Z1, commercialisée à 699 euros (vs 799 euros pour le modèle Extreme), qui s'inscrit dans une logique d'élargissement de gamme, comme nous avons su le faire par le passé sur les PC portable gaming, avec la création de la marque Republic of Gamer (ROG), né en 2006. Résultat, Asus est la marque leader du PC Gaming, et ce, pour la 17e année consécutive.

# Précisément quelles sont les nouveautés de ROG côté PC portable gaming?

La gamme de PC ROG STRIX, arrive cette année avec de nouvelles diagonales en 16 et 18 pouces pour toujours plus de confort au quotidien pour les joueurs, et ce, sans augmenter la taille des châssis. La gamme STRIX est l'illustration de notre savoir-faire premium dans le domaine du PC gaming. STRIX est la gamme esport qui propose ce qui se fait de mieux. La gamme se décline avec deux châssis STRIX SCAR ET STRIX G, la 2º proposition étant plus contenue en termes de prix.

# Vous parlez de premium sur le gaming, quelles sont les technologies qui distinguent ASUS ROG de ses concurrents?

ASUS a créé la certification Nebula pour ses écrans ROG. Ce label de qualité a pour but de faciliter la compréhension des technologies d'affichage auprès du client final. Ces écrans bénéficient d'une luminosité de 500 Nits à minima, une réactivité de 3 m.s, et un taux de rafraîchissement allant de 165 Hz jusqu'à 240 Hz. Ils sont en plus compatibles Gsync et avec le MUX Switch (meilleur temps de réponse). Avec le Nebula HDR, on passe au niveau supérieur, il monte jusqu'à 1 100 nits grâce à la technologie Mini-Led qui assure une meilleure qualité d'image. Une certification que l'on retrouve sur les gammes STRIX et Zephyrus. A noter qu'ils sont aussi certifiés Pantone et TUV Rheinland pour les professionnels.

Nos technologies de refroidissement sont la pierre angulaire de nos PC ROG. Nos ingénieurs



Le stand ROG à la PGW 2022

excellent dans ce domaine. Car sur un PC gaming, c'est le nerf de la guerre. Pour garantir les performances du GPU et du CPU sur la durée, notre système Intelligent Cooling gère l'ensemble des composants. On monte jusqu'à 3 ventilateurs chargés d'inspirer l'air frais et d'expulser l'air chaud avec leurs 84 pales sur la gamme STRIX. On utilise jusqu'à 7 caloducs, du métal liquide (Grizzly) pour le CPU et GPU, ce qui permet un gain de 15°C. Tous ces éléments assurent des performances uniques et une grande fiabilité qui allonge la durée de vie des machines ROG.

## Comment Asus fait face aux difficultés actuelles du marché du PC?

ASUS propose des solutions gaming pour tous les joueurs, sans exception, grâce à sa largeur de gamme unique sur le marché. En proposant à chaque fois le meilleur rapport qualité prix en fonction de chaque cible, on répond aux attentes de tous les gamers. La gamme Zephyrus (M et G), avec un châssis « thin and light » très sobre, ciblent par exemple des utilisateurs hybrides, professionnels le jour, gamers le soir, et ce, sans sacrifice sur les performances. La marque ASUS TUF Gaming propose aux nouveaux joueurs, le meilleur rapport qualité prix avec des configurations accessibles.

#### Quel sera le programme d'ASUS à la PGW?

La PGW constitue le plus grand rendez-vous de l'année en France pour ASUS. C'est un temps fort pour s'adresser aux gamers de France comme nous le faisons depuis des années. Nous aurons à nouveau un stand XXL avec une grande scène qui proposera un programme très riche sur les 5 jours de la PGW. Ce stand a été conçu pour faire découvrir l'image de la marque ROG aux

allures futuristes et Cyberpunk. La deuxième partie du stand est une zone d'expérience qui permettra aux visiteurs de jouer aux meilleurs jeux du moment sur nos PC gaming et sur notre console ROG Ally . Elle occupera l'une de nos 4 zones d'expérience, en démonstration avec le jeu Ghost Runner 2 de 505 Games. On retrouvera une zone Street Fighter 6 avec notre manette Raikiri, connectées au Zephyrus M16 et son écran Nebula HDR. Ensuite on dévoilera en « early access » une zone Call of Duty Modern Warfare 3 sur nos PC STRIX SCAR 18. en collaboration avec Activision Blizzard et Nvidia, pour démontrer tous les avantages des RTX de la série 40. Enfin la zone Lords of Fallen, créée en collaboration avec Intel, sera jouable sur un SCAR 16 et son écran Nebula HDR. ce dernier étant un partenaire majeur. A noter que cette édition 2023 donne toute sa place au PC gaming, notre stand sera situé au centre du salon, au milieu des autres constructeurs de l'univers du gaming dans le hall 1.

## Quelles seront les animations sur la grande scène ROG à la PGW ?

Côté éditorial, le programme sera très dense. Nous avons beaucoup travaillé en amont avec la team BK ROG Esport, notre partenaire clé sur l'esport à la préparation du programme. Ce sera l'occasion de rencontrer nos équipes de proplayers avec la team LOL qui a fait son entrée en LFL cette année et a enregistré d'excellents résultats (Vice championne du Summer Split et 5° au EU Masters). Luffy, notre joueur pro en versus fighting, accompagnera les meilleurs joueurs amateurs qui viendront s'affronter sur Street Fighter 6 lors de la compétition ROG Masters. Il y aura, comme l'an passé, une compétition ROG Masters sur Super Smash Bros

Ultimate. Parmi les nombreuses animations et compétitions d'esport qui auront lieu sur la scène de notre stand, on retrouvera nos ambassadeurs de marque (Locklear, Chowh1, Doigby, Henry, LyeGaia, Whiteshark...) pour un moment d'échange direct avec nos fans. Enfin, nous organisons une opération majeure en partenariat avec la Fnac. Nous aurons comme invité en show case, l'artiste musical du moment, Gazo. ROG est associé à Gazo et sa BSB League, qui a pour but de repérer les futurs talents du basket, pour donner une dimension gaming à cette ligue et proposer ainsi un tournoi sur le jeu NBA2K24 dont la finale se déroulera sur notre stand. Sa présence est le symbole de notre volonté d'élargir notre audience pour toucher un public plus large. Aujourd'hui le gaming élargit son horizon, un évènement comme la PGW dépasse le simple cercle du jeu vidéo. Cela s'inscrit dans la continuité de notre collaboration avec Orelsan sur son jeu Civilisation Fighters qui est devenu le parrain de notre team esport et ambassadeur de l'équipe BK ROG Esports.

## Quelles seront les mécaniques commerciales sur le salon ?

Depuis le 16 octobre dernier, nous avons mis en place une première offre de reprise sur plusieurs modèles d'anciennes consoles (100 euros sur une PS4 en bonne état). A l'occasion de cette PGW, nous installons une offre additionnelle de remise de 100 euros, cumulable à l'offre de reprise. Les visiteurs du salon pourront directement acheter la console sur le stand Fnac en profitant de ces offres, valables sur les deux modèles ROG Ally. Elles seront aussi présentes chez tous nos partenaires distributeurs (Fnac, Darty, Boulanger, Cdiscount, Amazon...) pendant toute la durée de la PGW. C'est une occasion parfaite pour inciter les joueurs à basculer du côté de la console ROG Ally.



# TCL, PARTENAIRE DE GENTLE MATES SUR LE GAMING

Le gaming est devenu un argument majeur pour la vente d'un téléviseur. Et pour se faire une place sur le marché, TCL est le partenaire principal de Gentle Mates. Un moyen puissant pour se faire connaitre auprès de la jeune génération.

Depuis avril dernier, TCL est le partenaire principal de Gentle Mates, la Team esport fondée par Squeezie, Gotaga et Brawks (cf. interview MM302). Et lors du dernier évènement en date, TCL figurait en bonne place sur la voiture de Gentle Mates conduite par Gotaga et Squeezie lors du GP Explorer 2. La course, créée par Squeezie, a réuni plus de 1,3 millions de visiteurs uniques et 60 000 spectateurs sur le circuit Bugatti du Mans. « Ce partenariat nous offre une visibilité considérable auprès des gamers », explique Virginie Guimaraes, responsable marketing de TCL Electronic. C'est un excellent moyen pour nous faire connaitre auprès de la jeune génération et ainsi d'élargir notre cible de clientèle. »

#### LE GAMER, NOUVELLE CIBLE DE TCL

Partant de l'analyse que le gaming est au cœur des préoccupations d'une bonne partie des consommateurs, « les jeux vidéo sont devenus une composante essentielle du divertissement moderne », explique Olivier Semenoux, responsable marketing produit Europe. TCL a donc décidé d'élever le niveau de qualité gaming de ses téléviseurs et de garantir des performances de jeu optimales.

Avec ses gammes de téléviseurs dotées de des caractéristiques technique gaming avancées (144Hz, HDMI 2.1, ALLM, VRR, FreeSync), TCL offre une expérience de jeu très réactive qui répond aux attentes de tous les types de gamers : fluidité d'image, latence réduite, temps de réponse ultra rapide, son de qualité. Les téléviseurs TCL, sont notamment dotés du d'un mode jeu (Game Master ou Game Master Pro) qui assure une très faible latence, Avec une fréquence de 144 Hz, voire de 240 Hz en résolution Full HD, ils offrent des images plus fluides et un gameplay plus réactif. La prise en charge du HDR et du Dolby Vision Gaming



améliore le contraste, la précision des couleurs et la luminosité des jeux, ce qui les rend encore plus vivants et réalistes.

Deux modèles TCL se positionnent tout particulièrement sur cette cible de gamer par leurs qualités techniques, leur taille et prix. La TV TCL C745, commercialisé à 699 euros au format 55 pouces, répond aux attentes avec un taux de rafraîchissement de 144 Hz et un rétro-éclairage Full Array Local Diming particulièrement performant sur le gaming (120 zones). Elle a d'ailleurs obtenues le prix EISA de la meilleure TV Gaming 2023.

#### UN TÉLÉVISEUR MINI-LED AU FORMAT 50 POUCES TAILLÉ POUR LES GAMERS

TCL propose une deuxième offre plus hybride, combinant gaming et divertissement, avec le TV Mini-Led 805. Ce modèle intègre les toutes



dernières technologies Mini-Led Full Array de 5° génération, le 144 Hz, le mode Game Master Pro 2.0 et sa une Game Bar. Ce produit orienté gaming est proposé spécialement au format 50 pouces pour viser les joueurs de console. En outre, c'est la gamme Mini-Led la plus accessible en prix (749 euros). Ce modèle existe aussi en 55 pouces à 799 euros, et dans d'autres tailles plus grandes (65, 75 et 98 pouces).



# TCL Premium QD-Mini LED 4K TV X95 | 98" 85"



# UNE LUMINOSITÉ INCOMPARABLE









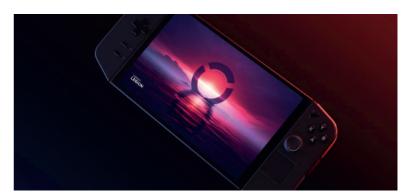






# LENOVO ET ASUS À LA COURSE AUX CONSOLES PC GAMING

Sur cette fin d'année, les deux constructeurs Asus et Lenovo se lancent dans la course des consoles portables PC Gaming, un nouveau format en vogue chez les constructeurs PC. Asus ayant été le premier à lancer sa 1ère console portable ROG Ally Z1 Extreme en juin dernier (à 799 euros). Lenovo lançant le Legion Go en novembre.Ces consoles gaming, fonctionnant sous Windows 11, donne accès à tous les jeux PC du marché, sans exception Les deux consoles fonctionnent sous processeur AMD Z1 Extreme avec une partie graphique RDNA qui rend ces consoles très puissantes. Elles permettent de jouer sur PC en mobilité, principalement dans la maison (connecté à un réseau). Les manettes des consoles permettent de jouer à des jeux comme Street Fighter 6 ou à des FPS. Le Legion Go de Lenovo bénéficie d'un mode FPS spécifique et ses manettes TrueStrike sont amovibles, offrant ainsi une flexibilité accrue pour s'adapter à chaque jeu. Lenovo propose aussi une solution de réalité virtuelle en ajoutant une paire de lunette : les Lenovo Legion Glasses (micro-Oled à 499 euros). Le Lenovo Go sera commercialisé à 799 euros. Asus a répliqué aux annonces de Lenovo en lançant, le 16 octobre dernier, sa nouvelle déclinaison, la ROG Ally Z1 à 699 euros. Sur le fond, le positionnement des deux consoles est assez proche. Ce seront les stars du PC gaming sur le stand de la Fnac à la PGW. Si, ces produits sont de véritable vitrine technologique, on peut toutefois se demander si les gamers adhéreront à ces nouveaux formats, relativement couteux.

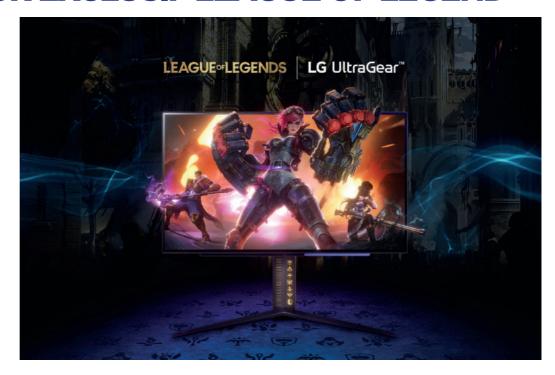




## **LG: UN MONITEUR EXCLUSIF LEAGUE OF LEGEND**

# FANNY LIM CHEE PRODUIT IT I G

Pour cette fin d'année. LG déclinera son moniteur gaming Oled UltraGear 27 dans une édition exclusive League of Legends qui sera mis en avant lors de la PGW sur la scène de notre partenaire Game One. Dans le retail, on retrouve déjà la version classique de l'UltraGear 27 pouces (réf. 27GR95QE) chez Fnac, Darty et Boulanger. C'est un moniteur gaming Oled qui intègre toutes les dernières technologies Oled de LG (dalle Meta). Cellesci répondent aux exigences des gamers avec une très grande qualité d'image ainsi qu'un temps de réponse ultra-rapide (0,03 ms, 240 Hz, produit lancé à 1 099 euros). Parallèlement. **LG** dispose d'un autre produit exceptionnel, un moniteur incurvé XXL de 45 pouces au format 21:9°, techniquement identique au 27 pouces (réf. 45GR95QE, lancé à 1 699 euros). Il est conçu pour une immersion gaming totale avec un rayon de courbure de 800R. Enfin dernière nouveauté lancée sur le marché, LG propose également un moniteur IPS de 25 pouces, 100% esport, avec un taux de rafraîchissement



**de 360 Hz** (réf. 25GR75FG - disponible sur le site LG). LG, partenaire officiel du championnat européen de League of Legends, a mis à disposition ce moniteur lors de la grande finale à

Montpellier (LEC Season Finals). Déjà disponible à la vente sur le site de LG, il sera éventuellement commercialisé dans le retail en 2024 en fonction des premiers retours de vente. »







tintinimaginatio,







# PC PORTABLE GAMING: AU CŒUR DE L'ÉCOSYSTÈME

Sur un marché du PC Gaming portable fortement bataillé, les constructeurs se battent pour conquérir les nouveaux joueurs sur PC qui sont les acheteurs de demain. Dans un contexte d'inflation des prix sur les composants, les constructeurs doivent réussir à proposer des configurations plus accessibles, sans exploser le budget, et sans décevoir ni écorner leur réputation. L'exercice est donc loin d'être évident. Loin des monstres de puissance « haut de gamme » des constructeurs, ces machines plus accessibles offrent des performances satisfaisantes et constituent un élément stratégique dans l'écosystème gaming en vue de fidéliser ses gamers sur la durée. MultiMédia à la Une vous propose une sélection des PC Gaming les plus accessibles du moment.





# ASUS TUF GAMING: SYNONYME DE PUISSANCE

Plus connu pour sa marque Republic of Gamer, Asus propose aussi aux gamers son PC portable ASUS TUF Gaming A15. Ce modèle embarque tous les ingrédients de la performance: un puissant processeur (AMD RYZEN 7), 16 Go RAM, un SSD ultra-rapide, une carte graphique ultra haute performance (RTX 4060). Son clavier rétro-éclairé résistant est taillé pour les gamers. L'A15 bénéficie d'un système de refroidissement ultra-efficace conçu pour durer dans le temps (ventilateur avec 84 pales) et du mode MUX Switch qui réduit la latence du PC. Une configuration qui propose un maximum de puissance à un prix contenu.

#### ASUS TUF GAMING A15 (réf. A15-TUF507NV-LP018)

■ Écran : 15,6 pouces (IPS - Full HD - 144 Hz- 250 nits)

■ **Processeur**: AMD RYZEN 7-7735HS

Mémoire: 16 Go DDR5Stockage: 512 Go SSDCarte graphique: RTX 4060

■ Poids: 2,2 kg ■ Prix: 1 499 euros\*

\* hors promotions

#### **HP OMEN - LE MEILLEUR DU GAMING**

HP a décidé de décliner sa gamme Omen sur des niveaux de prix plus accessibles. Cette gamme a été conçue pour proposer ce qui se fait de mieux en termes de performances et de gaming chez HP avec un grand écran de 16,1 pouces anti-reflet. Le Omen 16 bénéficie d'un châssis noir « céleste », plutôt élégant et discret, pour un PC Gaming. Il s'adresse à cette cible hybride : étudiant le jour qui se convertit en gamer le soir, réactivant au passage le clavier rétro-éclairé via le Omen Gaming Hub. Ce modèle bénéficie d'un système audio Bang & Olufsen et d'un son DTS X Ultra pour une meilleure spatialisation du son.

#### **HP OMEN 16 (RÉF. OMEN 16 - WD0038NF)**

**■ Écran**: 16,1 pouces (IPS - Full HD - 144 Hz - 250 Nits)

■ **Processeur**: Intel Core i5-13420H

■ Mémoire : 16 Go Stockage : 512 Go de SSD ■ Carte graphique : Geforce RTX 4050

■ Poids : 2,36 kg
■ Prix : 1 299 euros\*



# ACER NITRO V15 : UN PORTABLE GAMING ÉQUILIBRÉ

Avec un châssis à l'esthétique renouvelée, le Nitro V15 d'Acer offre un design qui sort du lot avec un clavier rétroéclairé orange. Equipé des processeurs Intel Core de 13e génération, d'une RTX 4050 et soutenu par son système de refroidissement à double ventilateurs, le Nitro V15 bénéficie de composants internes parfaitement ventilés et performants sur la durée. Le joueur pilote, via Nitrosense grâce à de simple raccourci clavier, chacun des éléments de son PC. Son écran de 15,6 pouces en 144 Hz affiche un ratio rapport châssis/écran de 82 %. Un PC accessible capable de répondre aux attentes d'une très grande majorité des joueurs PC.

#### ACER NITRO V15 (Réf. ANV15-51)

■ Écran: 15,6 pouces (IPS-Full HD-144 Hz)
■ Processeur: Intel Core i7-13620H

Mémoire: 16 Go DDR5Stockage: 512 Go SSDCarte graphique: RTX 4050

■ **Poids**: 2,1 kg

■ Prix: à partir de 1 200 euros\*

#### LENOVO LOQ 15 : À LA CONQUÊTE DU GAMER

La gamme LOQ a été créée par Lenovo pour cibler les nouveaux joueurs, suppléant ainsi sa gamme Legion destinée aux gamers le plus exigeants. Plus accessible, le LOQ 15 offre néanmoins des performances très satisfaisantes avec son processeur Intel de 13e génération et sa carte graphique RTX 4050 grâce à son système de refroidissement particulièrement efficace. Les ports de la connectique sont placés à l'arrière du PC. En outre, il bénéficie du mode de recharge rapide (70% de recharge en 30 minutes). A noter que pour l'achat d'un PC LOQ, le joueur se voit offrir 3 mois d'accès au Xbox Game Pass. De quoi commencer à jouer sereinement.



#### LENOVO LOQ 15 (réf. 11UG-087FR)

**Écran**: 15,6 pouces (IPS-Full HD-144 Hz-350 nits)

■ Processeur: Intel Core i5-13420H

■ Mémoire : 16 Go DDR5 ■ Stockage : 512 Go de SSD ■ Carte graphique : RTX 4050

■ Poids: 2,38 kg ■ Prix: 1 299 euros\*



#### MSI CYBORG 15 (RÉF. A12VF-466FR)

Avec son design futuriste, le Cyborg 15 a été pensé comme l'ordinateur portable gaming le plus révolutionnaire de sa génération. Avec son design translucide sur le clavier et le châssis, le gamer voit littéralement à travers son PC. Le châssis inférieur arbore des motifs et une écriture futuriste. Fin et léger, avec un poids de 1,98 kg et une épaisseur de 21,95 mm, le Cyborg 15 s'adresse aux joueurs les plus nomades. L'utilisation de l'aluminium dans la composition supérieure du châssis lui donne un toucher agréable et de qualité, et assure la légèreté globale de l'ordinateur.

#### MSI CYBORG 15 (réf. A12VF-466FR)

■ Écran: 15,6 pouces (IPS Full HD – 144 Hz)
■ Processeur: Intel Core i5-12450H

Mémoire : 16 Go DDR5Stockage : 512 Go de SSD

■ Carte graphique : Geforce RTX 4060

Poids: 1,98 kgPrix: 1 299 euros\*



# ESCD ACQUIERT UNE NOUVELLE DIMENSION

Lancée en 2020, ESCD renforce une nouvelle fois sa distribution avec la signature d'importants accords de distribution avec The Walt Disney Company France, Universal Pictures, Studiocanal, Orange Studio et ARP. Afin d'en parler et de faire le point sur la nouvelle organisation de la société, nous avons rencontré Dominique Masseran son Président.

Vous renforcez aujourd'hui votre distribution avec la signature d'importants contrats de distribution avec The Walt Disney Company France, Universal Pictures, Studiocanal mais également Orange Studio et ARP. Pouvezvous nous en parler ?

Le point de départ de ces différents accords réside dans la performance de la structure que nous avons mis en place depuis maintenant 3 ans. Nous avons en effet développé ESCD pour en faire une structure de distribution agile, réactive et ultra efficace, centrée à 100% sur le physique. ESCD a été pensée pour être au quotidien au service de nos clients distributeurs afin que ceux-ci puissent chaque jour satisfaire le consommateur final acheteur de vidéo. Nous travaillons ainsi chaque catalogue que nous distribuons avec la même envie et la même volonté de simplifier les interactions avec nos partenaires éditeurs et distributeurs. Et ça a marché. ESCD est très vite devenu le premier distributeur indépendant du marché et le distributeur préféré des retailers. Et tous les éditeurs que nous distribuons, à tous les points de vue : efficacité, transparence, parts de marché, reporting, gestion du fond de catalogue... sont plus que satisfaits. Depuis que nous distribuons Paramount Home Entertainment en 2021, le studio obtient des résultats exceptionnels sur le catalogue et nous en sommes assez fiers. Du coup, quand des majors américaines comme





MANDALORIA





The Walt Disney Company et Universal Pictures ont décidé de changer d'organisation (elles n'arrêtent en aucun cas la vidéo physique), elles se sont naturellement tournées vers nous, avec dans l'idée que nous étions parfaitement rodés et habitués à gérer ce genre de transition. Nous sommes ravis de les accueillir.

## Quelles sont les modalités des différents accords ?

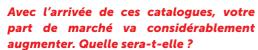
Concrètement, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024, nous gérerons pour le compte de The Walt Disney Company France, au même titre que Sony Pictures Home Entertainment avant lui, l'ensemble des prestations éditoriales et







commerciales de leur catalogue auprès des retailers en France, mais également au Benelux que nous allons également ouvrir à partir du 1er janvier 2024. Seule la distribution des produits physiques est concernée. De la même manière, Universal Pictures nous a confié à partir du 1er avril 2024 l'exploitation de l'intégralité de son catalogue en France, de la conception des produits à la distribution, en passant par le marketing. Nous leur apportons ainsi tout notre savoir-faire de distributeur mais également d'éditeur. Enfin, pour ce qui est de Studiocanal, Orange Studio et Arp, distribués jusqu'ici par Universal Pictures Vidéo qui arrête son activité fin mars 2024, nous prendrons uniquement en charge la distribution de leurs titres, et ce à compter du 1er janvier 2024. Chacun d'entre eux reste en effet maître de ses éditions.



Structurellement, elle devrait se situer, en fonction des mois et des nouveautés, aux alentours de 55% au global, si on additionne le chiffre d'affaires de chacun. En 2022, nous avons ainsi clôturé l'année avec une part de marché de 22% en valeur, juste devant Universal Pictures Vidéo et Disney, avec des parts de marché respectives autour de 17% en valeur. Nous allons ainsi vite nous positionner comme numéro un du marché.

#### Quel a été l'accueil de la distribution ?

L'accueil des retailers a été enthousiaste. Nous avons de fait su dès le départ instaurer une relation de confiance et de transparence avec



la distribution, en mettant en place avec chacun de nos clients distributeurs un partenariat dynamique pour continuer à défendre la vidéo physique. Les résultats de la dernière enquête de la vidéo le confirment. Tout est mis en œuvre pour simplifier et fluidifier au maximum leur quotidien que ce soit au niveau de la logistique, de la planification éditoriale, des conditions commerciales ou des flux financiers. Et nous allons une nouvelle fois leur simplifier les choses avec désormais moins d'intermédiaires à gérer pour eux.

# Quels changements l'arrivée de ces catalogues va-t-elle entrainer en termes d'organisation?

Pour mener à bien l'intégration de ces catalogues, nous avons renforcé nos



équipes avec notamment le recrutement au pôle marketing de chefs de projets supplémentaires, de façon à avoir un chef de projets dédié à chaque studio. Nous avons également étoffé notre structure commerciale et financière, afin de renforcer notre efficacité commerciale. Pour ce qui est de la logistique, nous nous appuyons sur notre partenaire Media Logistique qui nous accompagne dans cette dynamique, et ce depuis le lancement de la structure. Les équipes sont aujourd'hui totalement opérationnelles et déjà au travail avec les équipes de transition des différents studios. Nous nous concentrons désormais sur ce que nous savons faire : sortir des beaux produits, au bon prix et dans les bons volumes, et travailler chaque catalogue en profondeur.

# AVEC ROAD SIXTY GEEK, CORA FAIT POP

Depuis 5 ans, les espaces Road Sixty Geek mettent en avant les produits dérivés de la Pop Culture chez Cora. David Kaufman, PDG de BuzzAttitude, et Nelly Damar, directrice des opérations de CLD, les deux entreprises co-créatrices du concept, nous l'explique.



« Depuis 5 ans, CLD et BuzzAttitude développent avec Cora le concept Road Sixty Geek, en premier lieu en Belgique (10 magasins) avant de s'étendre, à la France (60 magasins), la Roumanie ou le Portugal. Et ce, dans des concepts multimarques de 10 à 40 m², axés sur la culture Geek au sens le plus large du terme (film, jeu vidéo manga, sport...). »



« Il ne s'agit pas seulement de proposer les meilleurs produits dérivés, CLD et BuzzAttitude accompagnent Cora sur tout le déploiement du concept Road Sixty Geek : de la sélection des produits auprès des meilleurs fournisseurs, à la création de temps forts tout au long de l'année (15 à 20 momentum par an en moyenne) en fonction de l'actualité. En 2023, on y a retrouvé des opérations autour de Mario ou de Disney, Marvelmania ou pour cette fin d'année Wish. »



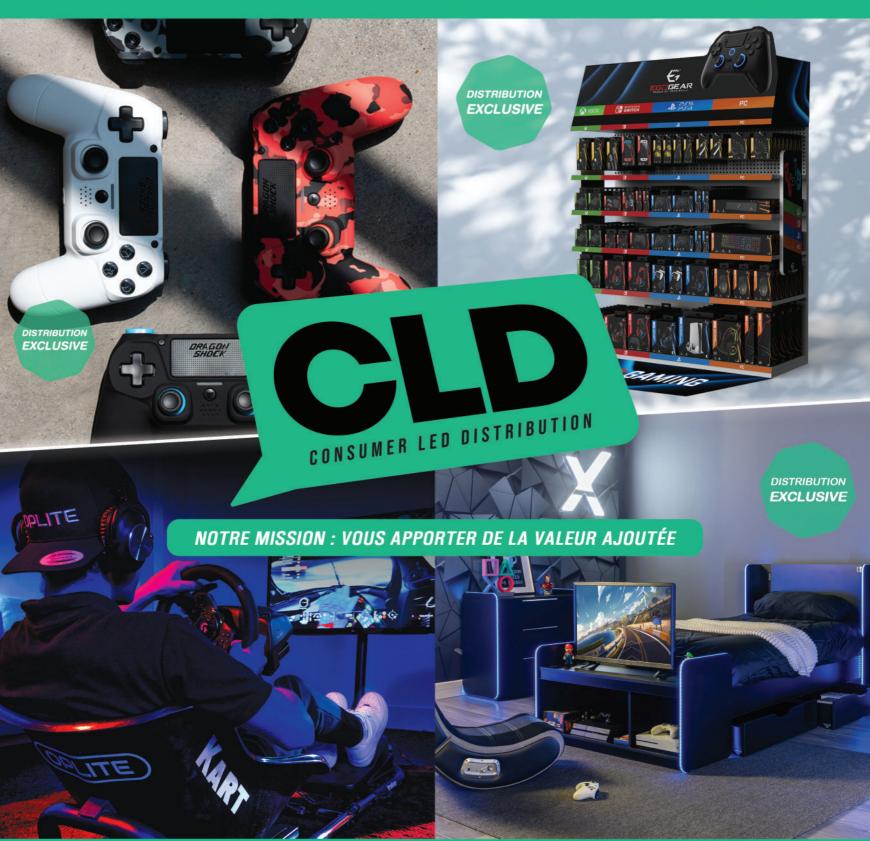
« Afin de réinventer et réenchanter les points de ventes autour de la Pop Culture, il faut travailler le « story telling » en magasin en créant des événements, en travaillant les réseaux sociaux et l'influence via des posts réguliers ou des partenariats avec des influenceurs, en mettant des chartes graphiques impactantes, en travaillant la signalétique... »



« Il faut mettre de l'affect là où il n'y en a plus et créer des histoires dans les magasins. Ainsi, autour de Batman, nous avons créé une sorte de jeu de rôle dans les Cora où il fallait mener une petite enquête dans le magasin pour trouver le Joker, autour de Mario les consommateurs pouvaient tester notre mini-jeu exclusif... »







OPLITE



SITE: WWW.CLD.EU TEL: 06 73 73 02 91

# UHD PARTNERS FRANCE: 10° CONFÉRENCE ANNUELLE



L'UHD Partners France et son président Laurent Villaume annoncent la tenue de sa  $10^{\rm e}$  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'Elysée Biarritz à Paris.

Engagée dans la promotion et le développement de l'Ultra HD 4K, l'association UHD Partners France, sous l'égide de son président Laurent Villaume et de son délégué général Hubert Boüan du Chef du Bos, entend continuer à accompagner activement la montée en puissance de l'écosystème Ultra HD et soutenir son déploiement en France. L'association qui était une nouvelle fois présente sur le salon Paris Audio Video Show les 21 et 22 octobre dernier au Palais des Congrès de la Porte Maillot à Paris, annonce la tenue de sa 10e grande conférence annuelle dédiée à l'Ultra HD le 30 novembre, à partir de 9h, dans la salle de l'Elysée Biarritz à Paris dans le 8<sup>e</sup> arrondissement. « L'évènement qui réunira comme à chaque fois un large panel d'intervenants aura pour thème de fond cette

année: L'incidence de l'intelligence artificielle sur les métiers de l'audiovisuel et de l'industrie musicale, avec notamment l'intervention de Pascal Lechevallier, président de What's Hot Media. Olivier Robert-Murphy, Chief Executive Officer de Spitfire Audio, viendra de son côté, nous parler de l'importance de la musique dans les films et séries TV et de la manière dont elle est aujourd'hui composée », annonce Laurent Villaume.

« La conférence sera bien évidemment également l'occasion de faire le point sur les avancées et le déploiement de l'Ultra HD 4K dans le monde et en France avec la participation de Victor Matsuda, président de la Blu-ray Disc Association (BDA), qui nous fera une nouvelle fois l'honneur de sa présence, afin de nous partager sa vision du marché mondial, mais également d'Yves Elalouf, président du SEVN et Senior vice-président sales & operations de Warner Bros. Discovery France qui apportera un éclairage sur l'état du marché français et ses évolutions, fait savoir Laurent Villaume. Un point précis sera également apporté sur l'arrivée de l'UHD 4K sur la TNT ».

Comme chaque année, 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 4e 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. « Nous invitons tout le monde (constructeurs, éditeurs, distributeurs, chaînes de télévision...) à nous rejoindre », appelle Laurent Villaume.



# Plus de 20 millions de foyers français sont déjà passés en UHD 4K, et 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** 



# STITCH, STAR DE WT&T





Divine surprise des produits dérivés, Stitch est l'une des stars du catalogue de WT&T. Marc Fayad, Responsable du développement de WT&T, nous explique sa stratégie pour cette licence.

#### Comment expliquez-vous le succès de Stitch?

Stitch est l'une des nouvelles idoles de la Pop Culture. Un phénomène qui sait séduire aussi bien les femmes que les hommes, les enfants que les adulescents. On peut le considérer comme une des divines surprises de l'Entertainment, puisqu'il n'y a pas particulièrement d'actualité sur la licence en termes de films ou de séries. A mon sens, Stitch a l'avantage d'être un personnage fort, doté d'un caractère entier, tout en restant mignon. Les fans s'identifient en conséquence à ce personnage attachant. Pour les professionnels, c'est aussi une licence polymorphe que l'on peut utiliser de bien des façons. Chez WT&T, nous l'avions identifié très tôt et avons été parmi les premiers à la remettre en avant dès 2019/2020.

#### Comment se structure votre offre autour de Stitch?

L'offre Stitch est structurée autour des produits de nos partenaires et également des créations conçus et développés par WTT. Nous avons donc une gamme importante de produits Stitch, avec une approche de produits originaux et souvent premium. Pas question pour nous de

dévaloriser la licence et de la « tuer dans l'œuf » avec des concepts qui ne la mettent pas en valeur. Nous nous adressons aux fans de la Pop Culture qui sont prêts, si les produits répondent à leur passion, à dépenser, mais pas à avoir un produit raté. Un pari sur la qualité qui nous a toujours réussi dans la Pop Culture.

#### Quels seront vos produits phare pour cette licence?

Nous proposons par exemple un sac Lilo & Stitch Nomadict avec un design sobre, une broderie ton sur ton et une très belle qualité de finition. Autre concept que l'on ne retrouve que chez nous : le Monopoly Stitch de Winning Moves, dont la version française est une innovation de WT&T. Au sein de notre gamme de coussins forme, en tissus ultra doux, nous lançons plusieurs modèles incluant des broderies spécifiques. Nous distribuons enfin la lampe Stitch de Paladone, qui est devenue récemment une des meilleures vente de la marque dans le monde.

#### Que peut-on attendre chez WT&T à plus long terme ?

Nous réfléchissons pour la suite à d'autres produits innovants comme des concepts à la croisée d'autres univers ou créés par des artistes. C'est le cas par exemple des produits Stitch Gallery Art, un concept de statuettes reprenant des pauses d'œuvres d'art célèbres, dont vous venons de lancer la commercialisation.







# Retrouvez tous nos produits exclusifs

# STITCH



Pour toute demande d'information : infos@wtt.biz
Tél +33-(0)1 48 10 77 77

www.wtt.biz



2023 et 2024 sont placés sous le signe de Mario. En effet, ce ne sont pas moins de 6 jeux mettant en scène Mario ou des personnages de l'univers de Mario qui vont sortir dans les prochains mois. Présentation.

Nintendo est bien décidé à battre le fer tant qu'il est chaud. Après le récent lancement à succès de Super Mario Wonder et au printemps du film Super Mario Bros. (1,3 milliard au boxoffice mondial et 7 millions d'entrées en France), le Japonais est bien décidé à creuser le filon de son personnage phare. En effet, ce ne sont pas moins de 6 jeux mettant en scène Mario ou des personnages de l'univers de Mario qui vont sortir dans les prochains mois. Et ce alors que le prochain film Mario (baptisé Mario X Wario : The Super Mario Bros) a d'ores et déjà été annoncé.

#### MARIO SUPERSTAR

Le premier (le 17 novembre) à sortir est Super Mario RPG, le remake d'un des jeux culte de la Super NES. Et ce, avec des graphismes améliorés et de nouvelles fonctionnalités mais toujours l'alliance inédite entre Mario et Bowser qui unissent leur force pour des actions coordonnées. Autre jeu mêlant Mario à un de ses anciens ennemis Mario vs. Donkey Kong qui est la refonte d'un des plus beaux succès de la Game Boy Advance sur Switch. En 2024, arrivera également Paper Mario: La Porte Millénaire, un

classique de la GameCube, lui aussi en version mise aux standards actuels.

#### PEACH, WARIO ET LUIGI DANS LES PAS DE MARIO

Si Mario est mis en vedette, il entraine derrière lui de nombreux personnages de son univers qui auront le droit à des jeux prochainement. Ainsi, un de ses ennemis préférés Wario aura le droit à WarioWare: Move It! où l'on retrouvera plein de mini-jeux déjantés basés sur les mouvements (le 3 novembre sur Switch). C'est le cas également de Princess Peach Showtime! la

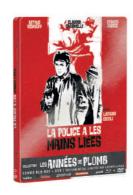
nouvelle aventure de la princesse Peach, prévue pour le 22 mars 2024 sur Switch. Un titre qui sera suivi de **Luigi's Mansion 2 HD**, une version de Luigi's Mansion 2 aux graphismes améliorés qui arrivera à l'été 2024.

Mario est donc plus que jamais l'icone de Nintendo et verra se multiplier les jeux l'utilisant. Ça ne sera cependant pas le cas a priori sur smartphone puisque Shigeru Miyamoto a déclaré il y a quelques mois que « les applications mobiles ne seront pas la principale voie d'accès aux futurs jeux Mario ». Et ce, après la semiréussite de Super Mario Run sorti sur mobile en 2016.



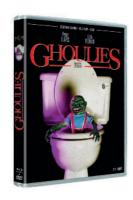
# ELEPHANT FILMS MULTIPLIE LES VAGUES THÉMATIQUES DE FILMS











Entre pépites du cinéma anglo-saxon des années 80, poliziotteschi des années 70, grands classiques du cinéma américain et westerns italiens, les prochains mois s'annoncent chargés pour Elephant Films. Tour d'horizon des nouveautés cinémas de l'éditeur sur la fin d'année et début 2024.

En parallèle du segment des séries TV, axe fort de son catalogue, où sont notamment programmés en décembre des intégrales saisons 1 à 4 de Un Cas pour Deux (le 12/12) ou de la saison 7 de Un Soupçon de Magie (le 19/12), Elephant Films prépare la sortie chaque mois de nouvelles vagues thématiques individuelles de 3 à 5 films, centrées sur un genre ou une époque. Et ce, en alternant avec sa collection de grands classiques du cinéma américain Cinéma Master Class. « Au rayon des films cultes, nous sortirons le 21 novembre une vague de 5 films assez disparates mais représentatifs du cinéma anglo-saxon des années 80. Des films importants qui ont une aura particulière dans leur pays d'origine, que nous proposerons dans de nouvelles restaurations HD en combo Blu-ray + DVD et DVD collector, moyennant un premier tirage de 1 000 exemplaires pour chaque support, fait savoir Victor Lopez, chef de produits de l'éditeur. On retrouvera ainsi **Ghoulies, série B horrifique dans** la lignée de Gremlins réalisée par Luca Bercovici et produite par Charles Brand (Puppet Master), devenue culte auprès des fans de cinéma bis gore, et un peu dans le même esprit, très années 80, le film d'aventure **BMX Bandits, l'équivalent** australien des Goonies selon Quentin Tarantino.

avec Nicole Kidman dans son premier rôle au cinéma. Viendront s'y ajouter dans des genres complétements différents, Ça Chauffe au Lycée Ridgemont, teen movie à la Breakfast Club, réalisé par Amy Heckerling (Clueless) d'après un scénario de Cameron Crowe (Vanilla Sky, Jerry Maguire), avec un casting impressionnant de futures stars : Sean Penn, Jennifer Jason Leigh, Forest Whitaker, ou encore Nicolas Cage, mais aussi L'Homme dans l'Ombre, mélodrame poignant de Jack Fisk (directeur artistique de Terrence Malick) dans lequel il met en scène sa femme Sissy Spacek (La Balade Sauvage) et Eric Roberts (Runaway Train), et enfin Where the Buffalo Roam, pépite oubliée de Art Linson (producteur entre autre de Fight Club), portée par Bill Murray et Peter Boyle et sublimée par la musique de Neil Young. Une comédie détonante, inédite en France, qui rend un hommage décalé au gonzo et à Hunter S. Thompson, avant Las Vegas Parano ». L'éditeur enchainera le 12 décembre avec le lancement de la 3e et dernière vague de sa collection « Les Années de Plomb », initiée le 22 août et présentant quelques poliziotteschi majeurs des années 70 inédits en DVD et Blu-ray. « Pour la dernière vague de la collection, nous proposerons 3 films du milieu des années 70, véritables témoignages de la société italienne de l'époque : La Police à les Mains Liées de Luciano Ercoli, Magnum 44 Spécial de Stelvio Massi et Les Féroces de Romolo Guerrieri, confie Victor Lopez. Chaque film sera décliné en édition collector Blu-ray + DVD + livret avec boîtier métal FuturePak limitée à 500 exemplaires ainsi qu'en combo Blu-ray + DVD et édition DVD simple (tirés à 1 000 pèces chacune), et largement accompagné de suppléments. »

#### DEUX NOUVELLES VAGUES DE FILMS PROGRAMMÉES AU 1ER TRIMESTRE 2024

Pour ce qui est du 1er trimestre 2024, Elephant Films enrichira notamment sa collection Cinéma Master Class avec la sortie le 16 janvier en combo Blu-ray + DVD et DVD de 3 adaptations littéraires des années 40 : Le Prix du Silence (1949) de Elliott Nugent, inspiré du roman Gatsby le Magnifique de F. Scott Fitzgerald, Le Mystère d'Edwin Drood (1935) de Stuart Walker, adapté du dernier roman de Charles Dickens, et Désirs de Bonheur (1947) de Robert Sjodmak d'après le roman Time Out of Mind de Rachel Field. « Au niveau de la mise en place, nous partons comme à notre habitude sur un premier tirage de 1 000 pièces pour chaque édition, en privilégiant les réapprovisionnements, annonce Victor Lopez. Enfin sur février (le 13), nous éditerons en combo Blu-ray + DVD et DVD une vague de 5 westerns italiens en HD et VF: Pistolets pour un Massacre (1968) de Umberto Lenzi avec Peter Lee Lawrence et John Ireland, O Cangaceiro (1969) de Giovanni Fago, remake du western brésilien Sans peur, sans pitié de Lima Barreto, Garringo (1969) de Rafael Romero avec Anthony Steffen et Peter Lee Lawrence, Et Sabata les Tua Tous (1970) de Rafael Romero Marchent et Ben & Charlie (1971) de Michele Lupo ». Afin d'appuyer ces différentes vagues, l'éditeur a mis en place des partenariats annuels avec divers revues et magazines cinéma comme Sofilm, Mad Movies, Transfuge, Positif, Cinéma Teaser, Les Cahiers du Cinéma et Les Années Laser.

#### **EQUALIZER 3**

SORTIE: 03/01/2023

Genre: Action / Thriller / Editeur: ESCD / Distributeur: ESCD / Entrées salles: 872 759 / Supports: DVD / Blu-ray 4K /
Prix: 16,99 euros (DVD avec fourreau), 24,99 euros (Blu-ray avec fourreau), 29,99 euros (combo Blu-ray 4K + Blu-ray avec fourreau et coffret trilogie 3 DVD), 34,99 euros (éd. limitée Steelbook Blu-ray 4K + Blu-ray et coffret trilogie 3 Blu-ray) et 49,99 euros (coffret trilogie 3 Blu-ray 4K simple)

### DENZEL WASHINGTON S'ATTAQUE À LA MAFIA ITALIENNE



Cinq ans après la sortie d'Equalizer 2, Denzel Washington a retrouvé le costume de l'ancien agent de la CIA Robert McCall et le réalisateur Antoine Fuqua pour un 3e et ultime opus de la célèbre saga d'action. Un chapitre final sur fond de Dolce vita et de mafia italienne, où il retrouve également Dakota Fanning, 19 ans après Man on Fire de Tony Scott. « Sorti au cinéma le 30 août dernier, Equalizer 3 a très bien performé en salles, surpassant, comme Gran Turismo avant lui, les attentes de Sony Pictures, confie Laurilène Charpentier, cheffe de produit Sony Pictures chez ESCD. Après 6 semaines à l'affiche, le film totalise plus de 872 000 entrées en France. Ce qui en fait le plus gros succès de la saga dans l'Hexagone (le 1<sup>er</sup> volet sorti en 2014 avait réuni un peu moins de 740 000 spectateurs et le

second n'avait pas dépassé les 820 000 entrées) mais également le plus grand succès de Denzel Washington depuis American Gangster en 2007 (1,2 million d'entrées). Et il va tranquillement atteindre les 900 000 entrées ». De quoi nourrir de fortes ambitions quant à sa sortie en vidéo. « Programmé en vidéo physique le 3 janvier (le 28 décembre 2023 en EST et le 4 janvier en VOD), Equalizer 3 se déclinera en pas moins de 5 éditions, enrichies de nombreux bonus : un DVD, un Blu-ray et un combo Blu-ray 4K + Bluray, tous avec un fourreau, ainsi que 2 éditions Blu-ray 4K + Blu-ray Steelbook limitée, l'une nationale et l'autre spéciale Fnac. Auxquelles s'ajouteront des coffrets trilogies DVD, Bluray et Blu-ray 4K avec étui, positionnés à un prix assez élevé et disponibles dans un volume limité, annonce Laurilène Charpentier. Côté mise en place, nous nous sommes positionnés sur un taux de transformation élevé de 2,8%, assez comparable à John Wick - Chapitre 4 qui superforme en vidéo depuis sa sortie. Nous partons ainsi sur une implantation de 42 000 pièces au national, avec une répartition de 16 000 DVD, 10 000 Blu-ray, 3 500 combos Bluray 4K + Blu-ray et un volume limité à 2 000 unités pour chacune des 2 éditions Steelbook. Et pour ce qui est des coffrets trilogies : 4 500 coffrets DVD. 2 500 coffrets Blu-ray et 1 500 coffrets UHD 4K. Nous sommes confiants et nous ferons le maximum pour offrir de belles éditions aux consommateurs de vidéo physique ainsi qu'aux fans de la franchise. Pour atteindre cet objectif, nous nous appuierons sur campagne marketing de plus de 50 000 euros avec notamment un important dispositif digital sur les sites de Webedia ciblant en particulier un public masculin, fan d'action et de thriller (Allociné, PureBreak, Jeuxvidéo.com). Rien de confirmé à ce stade, mais nous allons également essayer de réaliser une vaste campagne radio et digitale avec le groupe Lagardère. Enfin, nous prévoyons également un dispositif trade chez nos plus gros clients comme la Fnac, les Espaces Culturel Leclerc et Cultura. »



## PLUS DE NOUVEAUTÉS



#### MAIN BASSE SUR LA VILLE

Date de sortie : 22/11/2023 Genre : Drame Editeur : Rimini Editions Distributeur : ESCD Support : Edition Mediabook 2 Bluray + 2 DVD + livre de 100 pages Prix : 34,99 euros



### COLUMBO – L'INTGÉRALE (1971) Date de sortie : 05/12/2023

Genre: Série TV
Editeur: L'Atelier d'Images
Distributeur: Arcadès
Supports: Intégrale 22 Blu-ray + Livret
de 60 pages
Prix: 149,99 euros



#### DOGMAN

Date de sortie : 31/01/2024 Genre : Action/Thriller Editeur : EuropaCorp Distributeur : ESCD Entrées salles : 215 000 Supports : DVD / Blu-ray Prix : 16,99 euros (DVD) et 19,99 euros (Blu-ray)



#### COUP DE CHANCE

Date de sortie : 27/01/2024 Genre : Comédie dramatique Editeur : Metropolitan Distributeur : Seven Sept Entrées salles : 105 000 Supports : DVD / Blu-ray Prix : 19,99 euros (DVD et Blu-ray)

#### **EN EAUX TRÈS TROUBLES**

SORTIE: 06/12/2023

Genre: Action / Thriller / Editeur: Warner Bros. / Distributeur: Warner Bros. Discovery / Entrées salles: 1,7 million / Supports: DVD / Blu-ray 4K

Prix: 19,99 euros (DVD), 24,99 euros (Blu-ray et bipack DVD En Eaux Très Troubles + En Eaux Troubles), 34,99 euros (éd. Steelbook Blu-ray 4K + Blu-ray et bipack Blu-ray En Eaux Très Troubles + En Eaux Troubles) et 39,99 euros (bipack Blu-ray 4K + Blu-ray En Eaux Très Troubles + En Eaux Troubles)

# JASON STATHAM REPLONGE DANS DES EAUX TOUJOURS PLUS TROUBLES



Cinq ans après le succès d'En Eaux Troubles, Jason Statham a replongé au cœur de l'été dans les profondeurs de l'océan, où grouillent de redoutables monstres marins préhistoriques, dans En Eaux très Troubles. Une suite survoltée qui pousse les curseurs encore plus loin. Réalisé cette fois-ci par Ben Wheatley (In the Earth, Free Fire), le long-métrage voit en effet la star du cinéma

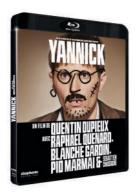
d'action affronter non pas un mais 3 mégalodons, en plus d'autres terribles prédateurs échappés du jurassique et d'un groupe de mercenaires. « Sorti en salles le 2 août, le film frôle à fin septembre les 1,7 million d'entrées en France. Un résultat comparable au premier opus qui avait terminé sa carrière au-delà d'1.6 million d'entrées », note Alexandra Bougartchev, Vice-présidente sales France & Benelux de Warner Bros. Discovery. Il s'apprête aujourd'hui à submerger les linaires. « Sa sortie est programmée le 30 novembre en EST et le 6 décembre en VoD et vidéo physique, annonce Alexandra Bougartchev. Une période qui avait été propice au premier volet en 2018. Six éditions nationales seront proposées pour l'occasion : un DVD, un Blu-ray et une édition Blu-ray 4K + Blu-ray Steelbook, ainsi que des bipacks DVD, Blu-ray et UHD 4K réunissant En Eaux très Troubles et En Eaux Troubles. En ce qui concerne la mise en place, nous partons sur la

même base de ce que nous avons vendu sur En Eaux Troubles, sachant que les coffrets sortent en plus. De fait, le genre action / monstre continue de bien performer en vidéo physique et digital, avec des taux de transformation généralement très bon. Au global, nous mettrons ainsi en place 68 000 pièces en day-one. Et nous allons essayer de pousser au maximum cette sortie. Un important dispositif de PLV et CLV sera ainsi déployé en magasins. Nous sommes notamment en train de travailler sur des silhouettes, avec une créa jouant sur le ton décalé du film. Ce qui avait très bien marché pour le premier opus ». « Notre parti pris est de nous amuser sur cette sortie, avec une créa décalée et impactante, de souffler un coup de chaud sur le mois de décembre, en la déploieyant principalement en digital et sur nos réseaux sociaux », confirme Anne-Joelle Casenaz-Dewavrin Marketing Director Games & Films de Warner Bros. Discovery.

YANNICK SORTIE: 05/12/2023

Genre: Comédie / Editeur: Diaphana / Distributeur: Arcadès / Entrées salles: 440 000 / Supports: DVD / Blu-ray / VoD / Prix: 19,99 euros (DVD et Blu-ray)

## YANNICK, LE FILM SURPRISE DE QUENTIN DUPIEUX



Quentin Dupieux est assurément l'un des réalisateurs les plus inventifs et prolifiques du cinéma français actuel. Neuf mois après Fumer Fait Tousser et alors que son prochain long-métrage Daaaaaaali! est attendu courant 2024, le cinéaste a fait un retour remarqué en salles le 2 août dernier avec Yannick. Un huis clos corrosif dans lequel un spectateur mécontent interrompt une mauvaise pièce de boulevard en pleine représentation pour reprendre la soirée en main. « Porté par Raphaël Quenard, acteur montant du cinéma français

(Chien de la Casse, Cash) mais aussi Blanche Gardin, Pio Marmaï et Sébastien Chassagne, le long-métrage cumule à date près de 440 000 entrées, fait savoir Chine Modzelewski, chargée de projets édition vidéo de Diaphana. C'est tout simplement le plus grand succès du réalisateur au box-office, devant Incroyable mais Vrai et ses 317 000 entrées. Un excellent résultat pour un film débarqué par surprise. Quentin Dupieux a en effet pris tout le monde de court. Tournée en secret. Yannick a été annoncé un mois seulement avant sa sortie au cinéma. Et la surprise a été double, puisqu'à sa sortie il a été décidé d'offrir une place gratuite à tous les Yannick lors de sa première semaine d'exploitation. Au-delà du côté non conventionnel de sa sortie, il l'est également dans sa fabrication. Le film a été tournée en une durée record de 6 jours et surtout il est très différent de ce que Quentin Dupieux a l'habitude de faire. Il s'agit en effet de son film le plus réaliste. Même si le point de départ du long-métrage se nourrit de l'aspect absurde qui irrique son cinéma, il s'ancre dans une situation plus probable. Il est plus accessible, moins

loufoque. Tout dans ce film est atypique, c'est son atout majeur. Nous le sortirons de notre côté le 5 décembre en VoD, DVD et Blu-ray avec une parité prix de 19,99 euros. Nous proposerons pour l'occasion des éditions particulièrement complètes avec en bonus un entretien exclusif de plus de 20 minutes avec Quentin Dupieux et Raphaël Quenard sur la fabrication du film et la manière dont ils ont travaillé ensemble, mais également un commentaire audio du réalisateur et un module de 5 minutes avec les scènes de répétition où l'on voit l'évolution du personnage de Yannick. Il y aura également une autre petite surprise au sein de ces éditions, qui pour le moment reste secrète. Pour ce qui est de la mise en place, nous partons sur une implantation de 4 000 DVD et 3 000 Blu-ray, dans la lignée d'Incroyable mais Vrai sorti en octobre 2022 et qui a très bien fonctionné. Afin de sountenir cette sortie des pages catalogues et CLV seront mises en place avec la Fnac. Côté plan média, nous nous appuierons sur des partenariats avec Télérama et SensCritique et communiquerons largement sur nos réseaux sociaux. »

## BEYONCÉ BAT UN RECORD AVEC SA TOURNÉE RENAISSANCE WORLD TOUR



Beyoncé est rentrée encore un peu plus dans l'histoire avec sa tournée Renaissance World Tour. Selon Live Nation, les 56 dates dans 39 villes de la tournée, qui a débuté en mai et s'est achevée le 1er octobre à Kansas City, ont réuni 2,7 millions de fans et rapporté plus de 579 millions de dollars dans le monde entier. Un record! La popstar signe en effet la tournée féminine la plus lucrative de tous les temps,

surclassant le Sticky & Sweet Tour de Madonna qui avait engrangé 411 millions de dollars de recettes en 85 concerts en 2008 et 2009, et la 7º la plus lucrative de tous les temps devant les Rolling Stones, mais loin derrière la tournée d'adieu d'Elton John qui détient le record absolu avec 939 millions de dollars amassés en 330 concerts. A noter que le film du Renaissance World Tour sera diffusé dans les salles de cinéma du monde entier le 1º décembre 2023. Reste que ce record devrait bientôt être dépassé par Taylor Swift et son Eras Tour (dont la dernière date est prévue le 23 novembre 2024 à Toronto au Canada) qui devrait lui rapporter plus d'un milliard de dollars, selon les estimations. Le magazine professionnel Pollstar a même avancé le chiffre de 1,9 milliard de dollars.

## LA DIVERSITÉ MUSICALE EN FRANCE EN 2022

Le Centre national de la musique vient de publier son rapport annuel sur la diversité musicale en France en 2022. Ce dernier appréhende la diversité musicale sous tous ses aspects, de l'amont (la production) à l'aval (la diffusion en radio, télévision et streaming



audio et vidéo). Du côté de la production, il ressort que plus de 265 500 nouveaux titres, produits par plus de 1 400 membres ou associés de la SCPP et SPFF, ont été commercialisés en France en 2022. Parmi ces nouveautés près des trois-quarts relèvent du répertoire international et 8% sont francophones. Pour ce qui est des esthétiques, c'est la Variété/Pop qui se classe au 1er rang des genres musicaux avec 32% des nouveautés déclarées (soit 85 514 titres), suivie du Rock/Metal (21%). Côté radio, 135 136 titres (-4% vs 2021) de plus de 51 000 artistes, diffusés près de 7,1 millions de fois, ont été recensés, dont 16% de titres francophones (ces derniers représentant 33% des diffusions). Là aussi, la Variété/Pop reste le genre dominant en titres (28%) et en diffusion (42%), devant la Dance/Electro (17% en titre et 19% en diffusion). Pour ce qui est de la télévision (20 chaînes observées), l'exposition de la musique reste massivement portée par la diffusion de clips (95% des diffusions musicales), diffusés à 80% sur les chaînes musicales du câble-satellite. Et ce, même si la diffusion live progresse avec 3 200 heures de live diffusées (+27%) à 85% par la TV numérique hertzienne. Enfin, concernant les plateformes de streaming audio, 59,6 milliards de streams de 4 740 artistes ont été comptabilisés sur le Top 10 000 en 2022. Une consommation très largement dominée par le Rap avec 29,2 milliards de streams recensés et 4 518 titres écoutés, soit 49% des streams et plus de 45% des titres du Top 10 000. C'est également le genre qui compte le plus de nouveautés avec 1 517 titres. Il se classe loin devant la Variété/Pop (19% des streams) et le Rock/Metal et la Dance/Electro (10% chacun).

# CHIFFRES CLÉS

#### 225 millions.

Katty Perry a vendu les droits de ses 5 derniers albums studios publiés chez Capitol Records (One the Boys, Teenage Dream, Prism, Witness et Smile) à Litmus Music, société de droits musicaux co-fondée en août 2022 par Dan McCarroll, ancien président de Warner Music et Capitol Records et Hank Forsyth, ancien vice-président exécutif de Warner Chappell Music, avec le soutien de la société de capital-investissement Carlyle. Le montant de la transaction est évalué à 225 millions de dollars, selon Billboard. La popstar américaine rejoint ainsi les rangs d'autres artistes comme Bruce Springsteen, Bob Dylan, Phil Collins, Sting ou Justin Bieber qui ont cédés avant elle leurs droits musicaux.

#### 40 000.

Orelsan, qui a signé fin mars chez le label RCA de Sony Music France (qui distribuera le catalogue du rappeur à partir du 1er janvier 2025), après 13 ans passés au sein de la maison de disques Wagram, continue de rassembler les fans. Près de 40 000 spectateurs se sont en effet déplacé au cinéma le 28 septembre dernier pour assister à la retransmission du concert évènement de l'artiste capté lors de sa tournée Civilisation Tour à Paris la Défense Aréna en décembre 2022. Diffusé pour une séance unique dans plus de 400 salles de cinéma en France, mais également en Suisse, Belgique et au Luxembourg, le concert a dominé le box-office français de la journée, devant le longmétrage de science-fiction The Creator. L'interprète dont la tournée a rassemblé plus de 600 000 fans confirme ainsi sa popularité mais également celle de ce genre de séances exceptionnelles. Le prochain artiste à investir les cinémas sera SCH avec la diffusion le 23 novembre dans les salles du groupe Pathé, de son concert évènement, donné le 22 juillet dernier dans l'enceinte de l'Orange Vélodrome à Marseille.

#### 500 000.

Décidemment tout sourit à **Jul.** Le rappeur, qui a décroché début juin un double disque de platine pour Cœur Blanc, suivi d'un disque de platine pour C'est quand qu'il s'éteint ? fin juillet, vient d'ajouter une nouvelle certification à sa liste déjà impressionnante. **Emotions, son 5**° **album studio sorti en juin 2016, vient ainsi d'être certifié disque de diamant par le Snep** pour plus de 500 000 équivalents ventes. C'est le 3° de l'artiste récolté en mois d'un an pour 3 albums différents.

### 1 million.

Quatre ans et demi après sa sortie (le 5/04/2019), **Deux Frères, 3º et dernier album en date de PNL, vient de franchir le cap du million d'exemplaires vendus en France,** décrochant ainsi un double disque de diamant. Le 2º du duo de rappeur après Dans la Légende sorti en 2016. A noter que tous les titres du projet ont été certifiés platine ou diamant par le Snep.

#### 200 000.

Alors qu'elle a sorti son troisième album, The Fool, le 21 avril dernier, et ce après 3 ans d'absence, **Jain vient de se voir décerner un double disque de platine pour plus de 200 000 ventes par le Snep pour son 2e album Souldier,** sorti en août 2018. Une certification que vient également d'obtenir le rappeur Zola avec son 2e album Survie, sorti en novembre 2020.

### 300 000.

Depuis la sortie de son premier album solo **Mélo** le 27 mai 2022, Tiakola s'est forgé un nom sur la scène rap française. L'opus long de 16 pistes, qui comprend des featuring avec Niska, Gazo ou encore Rsko, **vient d'être certifié, fin septembre, triple disque de platine** pour 300 000 équivalents ventes, et ce un peu moins d'un an et demi après sa sortie.

# LES PRATIQUES CINEMATOGRAPHIQUES DES FRANÇAIS EN 2023

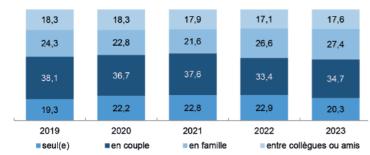
Quelles sont les pratiques cinématographiques des Français depuis le début de l'année ? Afin de répondre à cette question, le CNC a réalisé une étude s'appuyant sur l'enquête CinExpert de l'institut Vertigo, menée du 3 au 10 mai 2023 auprès d'un panel de 2 000 Français âgés des 3 ans et plus, et scrutant en détail les habitudes des spectateurs hexagonaux. Principaux enseignements de l'étude.

Après deux années de crise sanitaire, la fréquentation des cinémas a repris progressivement en 2022 et continue de se redresser en 2023, les spectateurs hexagonaux retrouvant peu à peu leurs habitudes cinématographiques. Un constat que vient confirmer la récente étude du CNC sur leurs pratiques en 2023. Cette dernière fait notamment ressortir que bien que le contexte concurrentiel ait considérablement évolué depuis l'avant crise, les salles obscures restent le lieu privilégié pour découvrir de nouveaux films (à 81,5%), loin devant la télévision (7,8%), internet (4,4%) et la vidéo à la demande (3,5%). Une proportion plus marquée chez les 50 ans et plus (89,3%) que chez les 24-34 ans (70,4%) et les 15-24 ans (73,4%) qui à l'inverse présentent des taux légèrement plus élevés pour la VàD à respectivement 6,4% et 6,1%.

#### UNE PRATIQUE COLLECTIVE

D'après l'étude, pour la majorité des spectateurs, le cinéma est d'abord une pratique collective. Lors de leur dernière sortie cinéma, 79,7% des Français interrogés y sont ainsi allés à plusieurs (34,7% en couple et 45% entre amis ou en famille). Une dimension sociale qui est particulièrement important chez les jeunes : seulement 13,7% des 15-19 ans se sont rendus seuls au cinéma (soit la part la plus faible), tandis qu'ils sont 38,9% à y être allés en famille et 36,4% entre amis. Les assidus se démarquent des autres spectateurs avec une pratique plus solitaire : 31,4% d'entre eux déclarent s'être rendus au cinéma seuls la dernière fois, contre 20,3% pour l'ensemble des spectateurs et seulement 12,3% pour les

#### Mode de fréquentation de la dernière visite au cinéma¹ (%)



Source: CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus. 

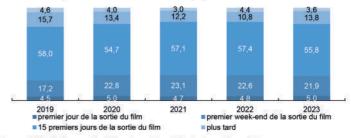
<sup>1</sup> Question posée entre le 01/02/23 et le 14/02/2023.

spectateurs occasionnels.

#### UNE SORTIE D'AVANTAGE ANTICIPÉE

Il ressort par ailleurs que les spectateurs montrent un certain empressement à la sortie de nouveaux films. La très grande majorité d'entre eux (82,6%) se rendent en effet au cinéma dans les 15 jours suivant leur sortie en salles. A contrario, la part de ceux qui choisissent d'y aller plus tard s'est réduite à 13,1% en 2023, contre 15,7% en 2019. Dans le détail, une minorité (5% en 2023, +0,5 point par rapport à 2019) préfère aller voir un film le premier jour de sa sortie. En revanche, une forte part de spectateurs préfère y aller avant la fin du premier week-end (21,9%), en hausse de 4,7 points par rapport à 2019, portée par les 25-34 ans (31% d'entre eux déclarent aller voir un film le premier week-end de sa sortie en 2023, +10 points par rapport à 2019) et les assidus (34,2% en 2023, +9,4 points). La décision d'aller au cinéma semble par ailleurs plus anticipée qu'avant la crise sanitaire. Ainsi, en 2023, 38% des sondés indiquent prendre la décision de se rendre en salles plusieurs jours à l'avance (36,9% en 2019), et 33% prévoient d'y aller la veille (31,6% en 2019). Une anticipation qui se retrouve également dans les réservations. L'étude pointe ainsi qu'un tiers des spectateurs (33%) ont réservé leur place en amont en 2023, contre un quart (25,6%) en 2019.

#### Moment de fréquentation des salles de cinéma (%)



Source: CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus Question posée entre le 15/03/23 et le 28/03/23.

#### LA PROXIMITÉ, 1ER CRITÈRE DANS LE CHOIX DU CINÉMA

Enfin, pour ce qui est du choix du cinéma, 82,1% des répondant ont déclaré aller toujours dans le même cinéma, 74,2% d'entre eux citant comme premier argument la proximité entre la salle et leur domicile. Suivent le confort (31,1% des spectateurs), la facilité d'accès (27,2%) et la richesse de l'offre (22,6%). La politique tarifaire de la salle n'apparaît en revanche comme déterminant que pour 14,9% des répondants en 2023 (17,5% pour les séniors) et le fait de posséder une carte illimitée que pour 11,7% (+5,7 points comparé à 2019). A noter qu'en 2023, 46,1% des spectateurs interrogés ont bénéficié d'une réduction tarifaire (contre 44,6% en 2022 et 34% en 2019), dont 26,1% grâce à un carte illimitée. Autre élément de plus en plus plébiscité par les spectateurs, selon l'étude, les activités liées au cinéma (avant-première, ciné-club, retransmission de spectacle ou de sport dans une salle...). 36,1% d'entre eux ont ainsi déclaré avoir profité en 2023 d'au moins une de ces offres, contre 25,3% en 2019.











# RÉSERVEZ VOTRE PLACE DÈS MAINTENANT!







BILLETTERIE DISPONIBLE SUR WWW.PARISGAMESWEEK.COM

