

N° 309 - Février 2024 - 12 euros

Multimédia

À LA UNE

ISSN 1267-7663



NARUTO
SHIPPUDEN
©2002MK - 2007SP

x

LEXA

x

TSUME



Disney

WISH

ASHA ET LA BONNE ÉTOILE



DISPONIBLE LE 29 MARS
EN BLU-RAY™ ET DVD

SOMMAIRE

MM1 N°309 / FÉVRIER

08

CES 2024 : RETOUR EN FORCE

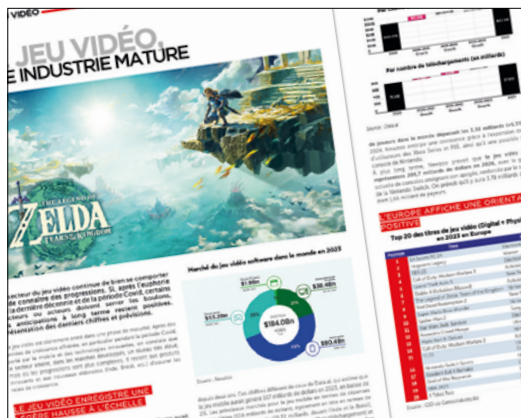
Au menu de ce CES 2024, I.A., technologies vertes et TV transparentes ont tenu le haut de l'affiche. Tour d'horizon de la «grande messe» de Las Vegas qui a retrouvé sa place comme 1^{er} salon de la tech dans le monde.



18

LE JEU VIDÉO, UNE INDUSTRIE MATURE

Le secteur du jeu vidéo continue de bien se comporter. Si, après l'euphorie de la dernière décennie et de la période Covid, certains doivent serrer les boulons, les anticipations à long terme restent positives. Présentation des derniers chiffres et prévisions.



34

SEVEN SEPT FÊTE SES 30 ANS

Seven Sept fête cette année ses 30 ans. Pour l'occasion, nous avons rencontré Véronique Borgé-Poirier, directrice commerciale et marketing de la société.



NEWS DOSSIER CES 2024 / 8

CES 2024 : retour en force
Olivier Semenoux - TCL
Anaïs Libolt - Dolby
Damien Neymarc - Hisense
Asus fait le show au CES avec le Zenbook Duo
Acer démontre sa réactivité au CES 2024

INTERVIEW / FOCUS

JEU VIDÉO / 18

Le jeu vidéo, une industrie mature
Jeu vidéo, 50 ans de croissance exponentielle
Philippe Lavoué - Nintendo

GAMING / 26

Philips/Vitality, les secrets d'un partenariat fructueux
Franck Lopez - Iiyama

HARDWARE / 30

TCL, partenaire des champions en 2024
Camille Castinel - Motorola

CINÉMA / 32

Les salles de cinéma ont poursuivi leur rebond en 2023

DVD/BLU-RAY / 34

Véronique Borgé-Poirier - Seven Sept
ESCD et Disney arrivent en force en 2024

NOUVEAUTÉS

DVD/BLU-RAY / 40

Willy Wonka se prépare à enchanter les linéaires
Actualités

HARDWARE / 42

Actualités

RETROUVEZ LE MOIS PROCHAIN

DOSSIERS :
GROSSISTES
&
CHIFFRES MARCHÉS 2023

MultiMedia
INDISPENSABLE
VIDEO - SVOD/VOD - MUSIQUE
POP CULTURE
EDITION 2024

media industry

La solution

INDISPENSABLE

VIDEO - SVOD/VOD - MUSIQUE POP CULTURE 2024

UN OUTIL AU SERVICE DE LA PROFESSION
REGROUPEANT LES PRINCIPAUX ACTEURS
DU MARCHÉ.

NETFLIX EXPLOSE LES ATTENTES

NETFLIX

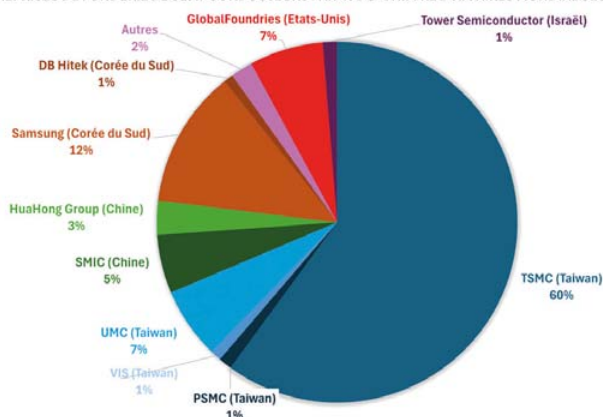
Netflix a engrangé 13,1 millions d'abonnés supplémentaires au 4^e trimestre 2023, portant son nombre total d'abonnement dans le monde à 260,3 millions à fin décembre. Un gain d'abonnés record depuis le 1^{er} trimestre 2020 (16 millions de nouveaux abonnés) qui dépasse largement le consensus qui tablait sur 8,97 millions abonnements supplémentaires. La plateforme a ainsi gagné 2,81 millions d'abonnés en Amérique du Nord, 5,05 millions dans la région EMEA, 2,35 millions en Amérique latine et 2,91 millions en Asie-Pacifiques.

Une hausse qui s'explique notamment par la popularité de l'offre avec publicité (5,99 euros par mois), dont le nombre d'abonnements a grimpé de 70% par rapport au 3^e trimestre 2023, et la fin du partage de comptes. Netflix met également en avant le succès de certains programmes de fin d'année, comme les séries Lupin S3 (50 millions de vues), Berlin (46,6 millions) ou The Crown (30 millions de vues), sans oublier les films Leave the World Behind (134,2 millions de vues), The Rebel Moon : A Child of Fire (74,6 millions) ou The Killer (70,5 millions). A noter par ailleurs que le revenu moyen par abonné a progressé de 1% sur un an. **Le chiffre d'affaires de la société a également nettement dépassé les attentes avec une croissance**

de 12,5% sur un an à 8,83 milliards de dollars, contre 8,72 milliards de dollars attendus. Concernant ses perspectives, Netflix table sur une croissance de son chiffre d'affaires de 13,2% au 1^{er} trimestre 2024 à 9,24 milliards de dollars. Le groupe s'attend toutefois à ce que les gains d'abonnés ralentissent par rapport au 4^e trimestre 2023, tout en s'avérant supérieurs aux chiffres du 1^{er} trimestre 2023 (+1,8 million d'abonnés). Pour ce faire l'entreprise, qui a annoncé la signature d'un accord de 5 milliards de dollars sur 10 ans pour diffuser le championnat de catch de la WWE à partir de 2025, pourra s'appuyer sur de nombreuses séries attendues comme Squid Games saison 2 ou Bridgerton saison 3.

LES SEMI-CONDUCTEURS, UNE INDUSTRIE INDISPENSABLE ET ULTRA-CONCENTRÉE

ENTREPRISES DE FONDERIE DE SEMI-CONDUCTEURS PAR % DU CHIFFRE D'AFFAIRES MONDIAL GLOBAL (Q1 - 2023)



Source : Trendforce

Les semi-conducteurs, que l'on retrouve aussi bien dans les smartphones, les PC, les consoles, que désormais les voitures ou l'électroménager, **sont les rouages aussi essentiels que méconnus de notre vie quotidienne**. Ils sont évidemment le cœur de l'industrie high tech. **Et pourtant le marché des entreprises de fonderie de semi-conducteurs est aussi concentré que les potentiels clients nombreux**. Les investissements étant tellement lourds que seuls quelques mastodontes peuvent exister. Les chiffres de Trendforce le montre parfaitement. Résultat : **les 10 plus grandes**

fonderies de semi-conducteurs représentent 98% du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur. Le Taisanais TSMC rafle, sur la période étudiée par Trendforce, à lui seul 60% du chiffre d'affaires et écrase la concurrence loin devant Samsung, GlobalFoundries ou UMC. Et c'est encore plus vrai en termes géographiques avec **3 géants de la Mer de Chine - Taiwan (70% du total), la Corée du Sud (13%) et la Chine (8%) - qui phagocytent le marché**. Ce qui n'est pas sans poser des problématiques d'approvisionnement et géopolitiques pour le Monde entier.

EN BREF

PATHÉ

a acquis la société de production Les Films des Tournelles, un de ses partenaires historiques, jusqu'ici dirigée par Anne-Dominique Toussaint. Avec cette acquisition, Pathé intègre 27 longs-métrages et 9 courts dans son catalogue dont L'Innocent de Louis Garel ou les Beaux Gosses de Riad Sattouf.

MEDIAWAN

renforce son partenariat avec Mother Production, initié avec la série Dix pour Cent. L'accord entre les deux sociétés prévoit le regroupement de l'intégralité des droits de la série Dix pour Cent au sein du groupe Mediawan, une prise de participation à hauteur de 20% du capital de Mother Production et le renforcement « sur une base non exclusive des capacités de financement et de distribution des séries créées par Mother Production ». Les deux groupes poursuivent par ailleurs le développement en coproduction du film issu de la série.

AMAZON

a annoncé la suppression de centaines d'emplois au sein de ses divisions Prime Vidéo et Amazon MGM studios, racheté en 2021, afin de réaffecter ses dépenses dans la production de contenus.

VANTIVA

a finalisé l'acquisition de l'activité Home Networks de CommScope, renforçant ainsi sa position sur le marché mondial de la maison connectée.

LIONSGATE

a finalisé l'acquisition d'eOne auprès d'Hasbro. Et ce alors qu'il se prépare à se séparer de Starz.

CANAL+

a renouvelé son accord de première exclusivité payante avec Warner Bros. Discovery. L'accord pluriannuel permet à la chaîne cryptée de continuer à proposer les films du studio 6 mois après leur sortie en salles en France.

NPA CONSEIL :

la société d'étude spécialisée dans l'audiovisuel, fondée par Philippe Bailly, rejoint le groupe d'édition et de marketing INfluencia de Sébastien Danet. L'objectif est de développer un nouveau pôle autonome d'intelligence économique, d'études et de conseils. Les équipes de NPA restent en place.

LE FESTIVAL DE L'ALPE D'HUEZ 2024

a livré son verdict sacrant Nous, Les Leroy, premier film de Florent Bernard porté par Charlotte Gainsbourg et José Garcia (Apollo Films) qui remporte le Grand Prix du festival. L'autre grand gagnant de cette édition 2024 est le huis clos Et Plus si Affinités d'Olivier Ducray et Wilfried Meance (Wild Bunch), qui décroche 4 prix : le Prix spécial du Jury, le Prix du public et les 2 prix d'interprétation pour Isabelle Carré et Bernard Campan.

L'ACQUISITION D'OCS ET ORANGE STUDIO PAR CANAL+ AUTORISÉE SOUS CONDITIONS



L'Autorité de la concurrence a donné son feu vert pour le rachat d'OCS et Orange Studio par le groupe Canal+, sous certaines conditions. « Afin de remédier aux risques d'atteinte à la concurrence identifiés, le groupe Canal+ a souscrit des engagements visant, notamment, à préserver la diversité de l'offre cinématographique française », a indiqué l'organisme. Et ce pour une durée de cinq ans.

Canal+ s'est ainsi engagé à maintenir une équipe d'acquisition OCS/Ciné+, dédiée aux préachats de productions françaises de première fenêtre payante auprès de producteurs français, distincte de celle de la chaîne cryptée. Par ailleurs, le groupe s'est également engagé à faire, pour l'équipe OCS/Ciné+, une proposition de préachat sur au moins 25 projets de films français sur les 5 prochaines années, avec un minimum de 4 projets par an (dont un par an d'un devis inférieur à 4 millions d'euros) pour des films dont l'équipe d'acquisition Canal+ aura refusé une diffusion en première fenêtre payante. En outre, afin de répondre aux autres risques anticoncurrentiels identifiés, **le groupe s'est engagé, pour les films français de catalogue dont Orange Studio est, avant l'opération, coproducteur et ne détient pas de mandat de distribution, à ne pas s'opposer à la cession des droits de diffusion sur un service de télévision de rattrapage d'un diffuseur en clair.** Canal+ doit également proposer l'accès à l'offre Ciné+/OCS à tous les distributeurs qui en feraient la demande dans les territoires des DROM dans des conditions tarifaires objectives, transparentes et non discriminatoires. Ces garde-fous promettent de protéger le processus de création cinématographique français et peuvent faire l'objet d'un réexamen, selon l'Autorité de la concurrence.

MICKY TOMBE (EN PETITE PARTIE) DANS LE DOMAINE PUBLIC

Conformément à la législation américaine, 95 ans après leur création, **les premières moutures de Mickey Mouse tombent dans le domaine public. C'est également le cas de celles de Minnie, Tigrou, et... de L'Amant de Lady Chatterley**, après l'avoir été pour Winnie l'Ourson l'année dernière. Attention, néanmoins **pour toutes ces licences, ce ne sont pas l'intégralité des droits des personnages qui tombent mais les versions, noms et designs créés en 1928 et avant** (époque Steamboat Willie). De quoi créer des jolis produits dérivés et... de magnifiques bisbilles avec les services juridiques de la Walt Disney Company.

CHIFFRES DU MOIS

◆ 22 millions.

En 2023, Warner Bros aurait vendu plus de 22 millions copies de Hogwarts Legacy.

◆ 39.

Tencent, boulimique d'acquisitions d'acteurs du jeu vidéo depuis des années, n'a conclu « que » 39 contrats d'investissement en 2023, contre les 95 en 2022 et 299 en 2021.

◆ #1.

Microsoft est devenue mi-janvier l'entreprise avec la plus haute valorisation boursière au Monde, dépassant Apple avec une valorisation de 2 889 milliards de dollars contre 2,87 milliards de dollars.

◆ 3h19.

La durée d'écoute de la télévision poursuit son érosion passant de 3h26 par jour en moyenne en 2022 à 3h19 en 2023, selon Médiamétrie.

◆ 4,907 milliards.

Grace à un total de 24 films distribués et les immenses succès de Super Mario Bros (1,36 milliards de dollars de recettes) et d'Oppenheimer (945 millions), **Universal Pictures a généré 4,907 milliards de recettes au box-office mondial en 2023, s'octroyant la place de leader du box-office.** Le studio détrône ainsi Disney qui perd sa couronne pour la première fois depuis 2015. La firme de Mickey a de son côté récolté 4,827 milliards de dollars de recettes mondiales avec 17 films distribués. Warner Bros. se classe 3^e avec 3,84 milliards de dollars de recettes, grâce notamment au succès de Barbie (1,44 milliards de dollars) qui termine en tête du box-office 2023.

◆ 12.

Le Règne Animal de Thomas Cailley part favori de la 49^e cérémonie des César, qui se tiendra le 23 février prochain, avec 12 nominations, suivi de près par Anatomie d'une Chute de Justine Triet (11) et Je Verrai toujours vos Visages de Jeanne Herry (9). La comédie dramatique Chien de la Casse crée la surprise avec 7 nominations, dont celles du meilleur premier film et du meilleur film pour Jean-Baptiste Durand. Après le tollé de 2023, où aucune réalisatrice n'avait été nommée dans la catégorie meilleure réalisation, elles sont 3 cette année (Jutine Triet, Jeanne Herry et Catherine Breillat pour L'Été Dernier).

◆ 5.

Anatomie d'une Chute de Justine Triet poursuit sa moisson de récompenses. Après la Palme d'or 2023, 5 European Awards et 2 Golden Globes, le drame distribué par Le Pacte a triomphé aux Prix Lumières 2024, repartant avec les trophées du meilleur film, meilleur scénario et de la meilleure actrice pour Sandra Hüller. Et la récolte pourrait encore augmenter. **Alors qu'il n'a pas été retenu comme candidat pour représenter la France aux Oscars 2024, le film a finalement été nommé dans 5 catégories différentes : meilleur film, meilleur scénario original, meilleur réalisateur, meilleur montage et meilleure actrice.** A noter que le film est également nommé dans 11 catégories aux César 2024

CARLOTTA FILMS LANCE UN NOUVEAU LABEL

La société Carlotta Films dirigée par Vincent-Paul Boncour crée un nouveau label Carlotta Nouveautés, afin de développer son travail autour d'œuvres contemporaines. En plus de ses dizaines de sorties salles et vidéo de films de patrimoine, le distributeur souhaite « faire aussi découvrir des films d'aujourd'hui, des coups de cœur, des films qu'on a envie de montrer, transmettre, d'abord sur grand écran, et ensuite sous ses différents médias, vidéo, VOD, TV. ». Après les sorties

en salles en 2023 de Mad God de Phil Tippett, Italie, le Feu, la Cendre de Céline Gailleurd et Olivier Bohler et Jeune Cinéma de Yves-Marie Mahé, Carlotta vient ainsi de sortir le 24 janvier sous son nouveau label le documentaire Un Été Afgan de James Ivory. Suivra le 1^{er} mai, L'Ombre du Feu, la nouvelle réalisation de Shinya Tsukamoto, sur la rencontre d'une femme qui a tout perdu et d'un orphelin de guerre, au lendemain de la Seconde Guerre Mondiale. Enfin, le distributeur sortira dans



le courant de l'été, Full River Red, la dernière production du cinéaste Zhang Yimou (Epouses et Concubines, Hero). Une fresque historique, mêlant grand spectacle, enquête policière et intrigues de cour qui a été le plus grand succès du box-office chinois en 2023.

FESTIVAL DE GÉRARDMER :

le grand Prix du 31^e Festival international du film fantastique a été décerné à Sleep du coréen Jason Yu (The Jokers). Deux films se partagent le Prix du jury : Amelia's Children de Gabriel Abrantes (Le Pacte) et En Attendant la Nuit de Céline Rouzet distribué par Tandem. Les Prix du public et de la critique ont de leur côté été remis à When Evil Lurks de Demian Rugna (Factoris Films) et le Prix du jury jeunes de la région Grand Est à The Seeding de Barnaby Clay.

AMAZON FRANCE

a été condamné à 32 millions d'euros d'amende par la Cnil. Celle-ci a estimé que le système de surveillance des salariés d'Amazon France Logistique était « excessivement intrusif ». L'amende correspond à 3 % du chiffre d'affaires de l'entreprise en France. Amazon en désaccord avec la décision pourrait faire un recours devant le Conseil d'Etat.

CASH EXPRESS

continue d'ouvrir de nouveaux magasins à Davézieux (07), Flers (61) et Beaucaire (30), portant à 130 le nombre de point de vente du réseau spécialisé dans l'achat et la revente de produits d'occasion.

LDLC.COM

a ouvert une nouvelle boutique à Colomiers dans la banlieue de Toulouse. D'une surface totale de 202 m², elle est installée au cœur de la zone commerciale Le Perget. Il s'agit de la 3^e boutique du franchisé Olivier Bertrand, déjà à la tête des magasins de Pau et Bayonne.

ADN

annonce la signature d'un accord de diffusion et de distribution avec MBS (Mainichi Broadcasting System), l'une des plus anciennes sociétés de télévision et de radio au Japon. L'accord prévoit la diffusion de plusieurs séries animées du catalogue de MBS sur la plateforme ADN à compter de 2024. ADN acquiert également les droits de distribution de ces séries. Le premier anime concerné par cet accord est la série Pon no Michi disponible en simultané depuis le 5 janvier 2024.

CARREFOUR JOUE LA CARTE NETFLIX



Carrefour offre dans le cadre de son offre d'abonnement Carrefour Plus, à 5,99 euros par mois, la possibilité de bénéficier gratuitement d'un abonnement Netflix avec Publicité, d'une valeur de 5,99 euros. Il est

aussi possible de souscrire à un abonnement standard pour 7,50 euros de plus par mois, ou 14 euros/mois pour la version premium. Les abonnés Carrefour Plus bénéficient déjà de 10% de remise sur 7 000 produits Carrefour et d'une livraison gratuite à partir de 60 euros d'achat. « C'est la première fois que Netflix s'associe à un acteur de la grande distribution pour proposer un abonnement », a déclaré Netflix. Ce nouveau programme a été déployé à travers des corners dans 10 magasins qui proposeront des produits dérivés Netflix (figurines, t-shirts, tasses, sacs et affiches telles que Stranger Things, One

Piece et Rebel Moon). Reste maintenant à voir quel sera le retour sur investissement sur une opération unique en son genre. **En cas de succès, le déploiement à l'échelon national est prévu d'ici fin 2024.** Par ailleurs, Carrefour est entré en négociations exclusives avec Intermarché en vue de la reprise de 31 magasins. Le parc concerné représente 94 000 m² et un chiffre d'affaires de l'ordre de 400 millions d'euros en 2022. Carrefour se substitue à Intermarché pour l'achat de 26 magasins auprès de Casino, et les cinq autres magasins sont rachetés directement à Intermarché.

MultiMédia
À LA UNE

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 :
Société :
Adresse :
Code postal : Ville : Pays :
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

01 71 20 30 97

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Eric Choukroun

REDACTION

Jeu vidéo - Hors jeu - Repères : Vladimir Lelouvier - 06 46 91 83 37
vlouvier@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 309 - INCLUS INDISPENSABLE VIDÉO-SVOD/VOD-MUSIQUE-POP CULTURE 2024

MAQUETTE

Réalisation : David Garino

PUBLICITÉ

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

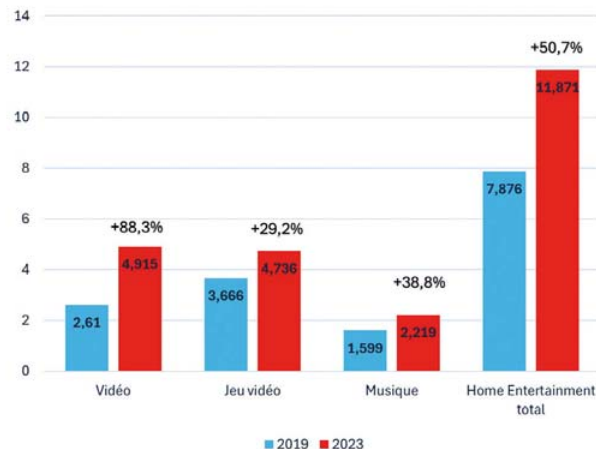
IMPRESSION : CCI

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 VIDÉO DÉPASSE LE JEU VIDÉO AU ROYAUME-UNI

Petite révolution au niveau du home Entertainment : pour la première fois en 12 ans, **le chiffre d'affaires de la vidéo (4,9 milliards de livres sterling) a dépassé celui des jeux vidéo (4,7 milliards de livres sterling) au Royaume-Uni en 2023**. Le chiffre d'affaires de la vidéo physique a baissé de 18% pour arriver à une valeur de 169 millions de livres sterling et celle des visionnages digitaux a, elle, augmenté de 11,6%, jusqu'à 4,7 milliards de livres sterling. Cette forte croissance du marché digitale est due aux services de streaming comme Netflix, Amazon Prime Vidéo ou encore Apple TV qui ont énormément gagnés en popularité, en particulier pendant le confinement. De son côté, la valeur des jeux vidéo sous forme physique a baissé de 4,4% pour arriver à 495 millions de livres sterling, quand celle des jeux digitaux progressent de 3,8% (4,2 milliards de livres sterling). Enfin, **le chiffre d'affaires de la musique est également remontée**, que ce soit sous forme physique (+10,9%, grâce au vinyle et pour la première fois depuis 20 ans du CD) ou digitale (+40%).

Evolution du chiffre d'affaires du Home Entertainment au Royaume-Uni (en milliards de livres sterling)



Source : ERA

LA TNT PASSE À L'ULTRA HD



Alors que les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 se profilent, **France Télévisions a lancé la chaîne TNT France 2 en UHD depuis le 23 janvier dernier, et France 3 UHD à partir du 10 juillet**. Autorisé par l'Arcom, France Télévisions fournit un canal en Ultra Haute Définition

sur la TNT offrant ainsi une qualité d'image et de son inégalée aux téléspectateurs français sur le canal 52 dans l'Hexagone. « **La TNT reste le seul moyen d'accès à la télévision pour près de 20% des Français** : avec cette évolution, France Télévisions fait le pari de sa modernisation et donc de son avenir » a expliqué Delphine Ernotte, PDG de France Télévisions. Le déploiement s'est fait d'abord à Paris, Nantes et Bordeaux, suivi de Toulouse et Rennes en février. Grâce à la couverture de la TNT, les deux chaînes seront disponibles sur une large partie du territoire métropolitain et neuf collectivités Outre-mer. **A noter que ces chaînes seront également disponibles par le satellite (Fransat) et progressivement chez les FAI (Fournisseurs d'Accès à Internet)**. Avec près de 70% des foyers équipés d'une TV 4K / UHD en France, France Télévisions offrira ainsi un nouveau standard de diffusion de qualité à ses téléspectateurs.

MOINS, C'EST PLUS ! CLAVIER MÉCANIQUE 60% RGB

Clavier gaming ACIRA



GAMINGXTrust.

CES 2024, RETOUR EN FORCE



Au menu de ce CES 2024, les thèmes de l'intelligence artificielle et des technologies vertes ont trôné les communiqués des constructeurs. Mais ce sont pourtant les TV transparentes de LG et Samsung qui ont tenu le haut de l'affiche, monopolisant l'attention des médias présents sur place. Côté PC, ce CES marquait une étape importante avec l'arrivée de l'intelligence artificielle qui était au centre des annonces des constructeurs et des fabricants de composants. Les nouveaux processeurs et composants intègrent désormais une couche dédiée à faire tourner l'IA, améliorant significativement les performances du PC dans son ensemble. Tour d'horizon de la « grande messe » de Las Vegas qui a retrouvé sa place comme premier salon de la tech dans le monde.

Après une édition 2023 en demi-teinte, le salon du CES de Las Vegas 2024 a quasiment retrouvé ses affluences du passé en accueillant plus de 135 000 visiteurs, venus de 135 pays, du 9 au 12 janvier dernier avec 4 300 exposants venus du monde entier. Le CES est redevenu le rendez-vous incontournable pour toutes les marques de la tech à travers le monde. Les constructeurs ont pu de nouveau rencontrer la presse et les retailers venus du monde entier, prouvant que les rencontres physiques entre acteurs de la tech sont irremplaçables.

LES TV TRANSPARENTES EN HAUT DE L'AFFICHE

Comme souvent lors du CES 2024, LG Electronics a su innover pour tenir le haut de l'affiche durant ce salon au rayonnement mondial. Cette année, **LG a présenté l'impressionnant LG Signature Oled T, un téléviseur transparent, sans fil, doté d'un écran de 77 pouces.** Une prouesse rendu possible par l'amélioration que mène d'année en année LG sur la technologie Oled. Il peut être placé au centre d'une pièce, séparant deux espaces, grâce à son boîtier sans fil Zero Connect. Ce nouveau modèle, qui a bluffé les visiteurs du salon par sa nouvelle approche design, sera vraisemblablement commercialisé en fin d'année. On ne connaît pas encore le prix de ce produit d'exception.

Et comme toujours au CES, Samsung a répondu à LG. **Dans ce duel historique que se mène les deux constructeurs coréens, Samsung a fait le choix de la technologie Micro-Led. En dévoilant, son téléviseur semblable à un morceau de verre transparent. Samsung a réussi à quasiment créer un effet holographique d'une image suspendu dans l'air.** Le Micro-Led apporte en effet beaucoup plus de luminosité que l'Oled et se trouve nettement moins impacté par les reflets. Pour Samsung,



le Micro-Led représente la technologie de demain. Pour mémoire, Samsung a fait la preuve de son savoir-faire industriel en commercialisant déjà ses premiers écrans Micro-Led sur le marché, à un prix certes très élevé, au-delà des 100 000 euros. Le constructeur a également mis l'accent sur l'intégration de l'intelligence artificielle au sein de son écosystème, dont la TV constitue toujours un élément central. Les gammes de TV Neo 8K de 2024 bénéficieront notamment du nouveau processeur « NQ8 AI Gen3 » qui améliore l'image et le son de façon considérable pour proposer une image et une expérience en 8K parfaite dans toutes les conditions. Côté Oled, Samsung a présenté la nouvelle technologie anti-reflet baptisée « Glare Free » qui réduit les reflets pour conserver toute la netteté de l'image. Le constructeur a également dévoilé son nouveau partenaire du quotidien, le robot Ballie, lui aussi grandement amélioré par l'intégration de l'IA qui devient un réel compagnon du quotidien.

TCL ET HISENSE DANS L'EFFICACITÉ

De leur côté, les constructeurs chinois de TV ont choisi d'exposer des très grands écrans prêts à la commercialisation à l'instar de TCL et Hisense en étant les premiers à intégrer la technologie Dolby Atmos FlexConnect (cf. interviews pages suivantes). Chez le premier, on a fait le choix de présenter le plus grand téléviseur Mini-Led de 115 pouces qui sera commercialisé dès le mois d'avril dans le monde entier et en France. **Et au-delà du savoir-faire reconnu de TCL sur la technologie du Mini-Led, le constructeur chinois, numéro deux dans le monde, a dévoilé une nouvelle technologie d'Oled par impression, une technologie unique dont la marque détient le brevet.** TCL va ainsi très rapidement proposer au grand public des téléviseurs Oled, ultra-performants, moins coûteux à produire, qui seront proposés en très grande tailles (cf.

interview pages suivantes). Chez Hisense, on a également dévoilé de très grands écrans, prêt à être commercialisé à des prix accessibles, avec notamment un 110 pouces qui repousse lui aussi les limites de la technologies Mini-Led en termes de luminosité et de contraste. Mais c'est également **en présentant sa première Laser TV en résolution 8K que le constructeur chinois a attiré l'attention des observateurs**. Hisense, précurseur de cette technologie, perfectionne encore cette solution en améliorant la définition, la luminosité et le contraste, atteignant des niveaux de contraste similaire à ceux des téléviseurs actuels. Parallèlement à l'univers de la TV, Hisense parie sur cette solution pour convaincre toujours plus de consommateurs de l'adopter avec des très grands écrans de 80 à 120 pouces, proposés à des tarifs bien inférieurs à ceux d'un téléviseur (cf. interview pages suivantes) et dans des encombrements minimums. Un modèle de Laser TV de la taille d'UN PC 14 pouces a notamment été présenté.

L'ÈRE DU PC IA

Pour Intel, 2024 marque l'entrée du PC dans l'univers de l'intelligence artificielle, ce que son PDG, Pat Gelsinger, appelle « l'ère du PC IA ». En lançant, en décembre dernier, juste avant le CES, sa nouvelle gamme de processeurs Intel Core Ultra, l'Américain a marqué des points dans la course à l'IA qui vient d'être lancée dans l'univers du PC. « *Intel Core Ultra est une nouvelle plateforme (nom de code Meteor Lake) construite en tuiles, qui nous permet de gagner considérablement en performance et en flexibilité avec notamment l'intégration dans le SoC, de deux nouveaux cœurs E « low power » associé au NPU (neural network processing unit), un nouveau composant dédié à l'IA.* », explique Mikael Moreau, responsable communication d'Intel France. « *Ce nouveau Soc est capable de prendre en toile de fond de nombreuses tâches du PC, grâce à l'IA, comme l'affichage ou la lecture vidéo, et ce, sans utiliser le processeur ou la carte graphique. Résultat le PC gagne en performance et en autonomie. Tout est plus fluide et mieux géré par le Thread Director qui pilote le PC. C'est la première plateforme qui démocratise l'IA sur le PC. Le monde du PC entre dans une nouvel ère* », conclut Mikael Moreau.

UNE NOUVELLE TOUCHE COPILOT SUR LES PC

Sur ce salon du CES, les constructeurs PC ont donc dévoiler de nombreux de PC portables intégrant les nouveaux processeurs Intel Core



Ultra en 2024 (230 modèles sont annoncés pour 2024). Chez Asus, le nouveau Zenbook 14 Oled, l'un des premiers à être équipé de ces nouveaux processeurs, a obtenu des notes dithyrambiques après les premiers tests de la presse spécialisée (9,5/10). AMD et Nvidia ont également multiplié les annonces sur ce salon autour de l'IA. Nvidia a notamment fait la démonstration d'un dialogue en temps réel avec des personnages non jouables dans un jeu vidéo grâce à l'IA intégrée. Microsoft a annoncé la création d'une nouvelle touche dédiée à son Copilot, son assistant IA, afin de guider l'utilisateur dans l'usage de son PC.

A noter que MSI a présenté sa première console portable PC Gaming, baptisé Claw, qui contrairement aux solutions d'Asus et Lenovo sous AMD, fonctionne sous le nouveau processeur Intel Core Ultra 7. On attend les premiers tests pour la comparer face à la concurrence des ROG Ally et Legion Go. On

assiste à l'émergence d'un nouveau segment, reste à voir si les ventes suivront en 2024. **Asus a dévoilé un nouveau « form factor » très intéressant avec le nouveau Zenbook Duo, le 1^{er} PC portable de 14 pouces à double écran Oled au monde** (cf. Focus pages suivantes) qui sera commercialisé dès février. Enfin, Acer a insisté sur son nouveau PC écoresponsable, l'Aspire Vero 16 IA, qui intègre pour la première fois 60 % de plastique recyclé pour un châssis plus fin et plus léger (cf. Focus pages suivantes). Un pas en avant de plus vers un monde du PC plus « green ».

En résumé, ce CES 2024 de Las Vegas a réussi son retour au premier plan du monde de la « tech », mais aussi en prenant une place qui compte dans les univers de l'automobile, la maison ou la santé. Cette année, le retail, a fait son retour à travers la conférence du PDG de Walmart, Doug McMillon, qui a présenté ses nouveaux outils destinés à améliorer l'expérience client. ■



TCL DEVOILE SES TECHNOLOGIES DE DEMAIN AU CES



A l'occasion du CES 2024, TCL a une nouvelle fois apporté aux visiteurs du salon la preuve de son savoir-faire technologique et industriel. Sur son stand, le constructeur a mis en avant le premier TV de 115 pouces Mini-Led et les futurs modèles de TV Oled par impression, sans oublier les écrans de demain avec la technologie Micro-Led. **Olivier Semenou, chef produit Europe de TCL**, nous présente ces trois technologies d'affichage pour téléviseurs sur lesquelles le constructeur chinois entend capitaliser.

Quelle était l'ambiance sur ce salon du CES redevenu le grand rendez-vous mondial de la technologie?

Ce salon 2024 du CES était en effet un bon cru avec une fréquentation en hausse. Pour ce qui nous concerne, nous avons pu rencontrer de nombreux

journalistes et retailers français et européens sur notre stand. Le CES de Las Vegas a retrouvé son niveau habituel de visiteurs et c'est plus que jamais le rendez-vous mondial de la tech. Chaque année, ce salon est l'occasion de dévoiler les nouvelles innovations technologiques. Pour les produits ce sont des annonces destinées au marché américain. Pour l'Europe, les gammes TV 2024 seront dévoilées au printemps avant l'Euro de football et les Jeux Olympiques de Paris. Néanmoins, on a déjà fait l'annonce de l'arrivée dans le monde, et en France, du premier téléviseur 115 pouces Mini-Led au printemps prochain. Sans surprise, on a retrouvé sur notre stand du CES, nos téléviseurs Mini-Led qui font notre force depuis plusieurs années sur le marché. Nous avons notamment réalisé des démonstrations de la 6^e génération de cette technologie face à des produits concurrents qui utilisent la 4^e génération. Une technologie que nous n'avons cessé d'améliorer depuis son lancement fin 2018. Lors de la conférence du CES, on a annoncé la création de notre laboratoire de R&D en Chine à Wuhan (Pangu Lab), où plusieurs centaines

d'ingénieurs venus du monde entier, travaillent sur les propriétés optiques des leds. Notre savoir-faire industriel va désormais plus loin que celui de la fabrication des panneaux et du rétro-éclairage dans nos usines, pour aller jusqu'à la production de Led elle-même. Cela nous permet d'adresser de nouveaux secteurs d'activité en plus des écrans : l'éclairage public, l'automobile, l'aéronautique ou encore la maison. C'est un bon en avant technologique considérable pour le groupe TCL.

Quelles étaient les autres technologies présentées sur votre stand ?

Le Mini-Led demeure la meilleure solution technologique actuelle pour réaliser de grands écrans à l'image de notre téléviseurs 115 pouces. Mais pour la première fois, nous avons annoncé le lancement d'une nouvelle voie pour la production de TV Oled. Cette nouvelle technologie de production qu'on appelle Oled par impression (de points quantiques), nous permettra de réaliser de très grands écrans, à moindre coût. Elle est issue d'un brevet d'impression d'encre ultraprécis, créé à l'origine par Epson, et reprise par le conglomérat JOLED comprenant Sony, Panasonic et TCL, qui a travaillé sur l'injection de nouveaux produits comme le phosphore. Il y a deux ans, TCL a racheté cette entité et développé depuis les outils de production. Nous sommes prêts à lancer la production à grande échelle. TCL est parti de l'analyse que les technologies existantes par évaporation sur l'Oled ne permettaient pas la production de très grands écrans à moindre coût et que les taux de perte étaient trop importants au-delà du format 55 pouces. La nouvelle solution de TCL fonctionne sur l'impression d'une matière froide, le phosphore, et ce, sans perte et avec une précision total sur chaque pixels RVB. On réalise 8,2 millions d'impression pour un écran 4K. En termes de production, cela réduit nettement l'impact environnemental (vs Oled) par évaporation, et on obtient ainsi des écrans avec une meilleure luminosité et colorimétrie avec 90% du spectre Rec2020. De plus, cela permet la réalisation d'écrans ultrafins (1 mm) et souples. Ces derniers sont étirables et s'adaptent facilement à un intérieur de maison ou dans une automobile. Cela nous permet de réfléchir à de nouveaux concepts. Les perspectives sont donc particulièrement intéressantes pour le groupe TCL. Concrètement dès 2024, nous produirons des écrans de petites tailles (moniteurs et écrans de moins de 32 pouces), et à partir de l'été 2025, arriveront les premières TV Oled RGB en 55 et 65 pouces, suivies par de plus grandes tailles dès 2026.

Où en est TCL sur la technologie Micro-Led ?

Nos ingénieurs continuent également de travailler sur cette autre technologie d'avenir. Sur ce CES, nous avons exposé le plus grand écran Micro-Led au monde de 163 pouces. Techniquement chaque micro-pixel est composé d'une led rouge, verte et bleu. Allumé, c'est du blanc, éteint du noir ; avec tous les dégradés possibles de couleurs et des variations lumineuses quasi infinies. Cette technologie permet d'atteindre une luminosité record de 12 000 Nits, soit l'équivalent de la lumière à la plage, et cela donne une image très proche de la réalité avec une colorimétrie de 100% du Rec2020. C'est en résumé le meilleur des technologies Oled et Mini-Led, porté à un niveau supérieur. La question est évidemment le coût de cette technologie. Chez TCL, on travaille évidemment à le réduire à travers notre centre de recherche. On est encore sur des solutions couteuses réservées pour l'instant au secteur du B2B comme des stades de foot US que nous équipons. C'est une solution pertinente pour l'avenir. La question pour TCL est de déterminer avec nos partenaires du retail quel sera le bon prix pour



lancer un premier TV 55 pouces Micro-Led sur le marché grand public. Et ce d'autant plus que, dans l'intervalle, nous aurons encore amélioré notre technologie Mini-Led qui en sera vraisemblablement à la 8e ou 9e génération et qui sera encore nettement plus performante. L'avenir nous le dira. En attendant chez TCL, on innove en développant trois technologies porteuses d'avenir.

“
La technologie d'Oled par impression ouvre à TCL des perspectives particulièrement intéressantes
”

Votre stand au CES de Las Vegas a également présenté des moniteurs gaming. Avez-vous l'intention de les lancer en France ?

En effet, nous avons présenté des moniteurs gaming Mini-Led sur notre stand. Il faut savoir qu'en Chine, TCL est déjà présent avec une trentaine de références qui couvrent l'ensemble des besoins des gamers. TCL est

précurseur sur les TV Mini-Led 144 Hz, taillées pour le gaming. En France, nous réfléchissons à lancer cette nouvelle catégorie de produits avec le bon positionnement et les bonnes références. La concurrence est en effet très importante sur le segment, il faut donc calibrer cette arrivée. mais nous avons des atouts de taille, notamment notre partenariat avec l'équipe d'esport Gentle Mates.

Quels sont vos objectifs pour 2024 ?

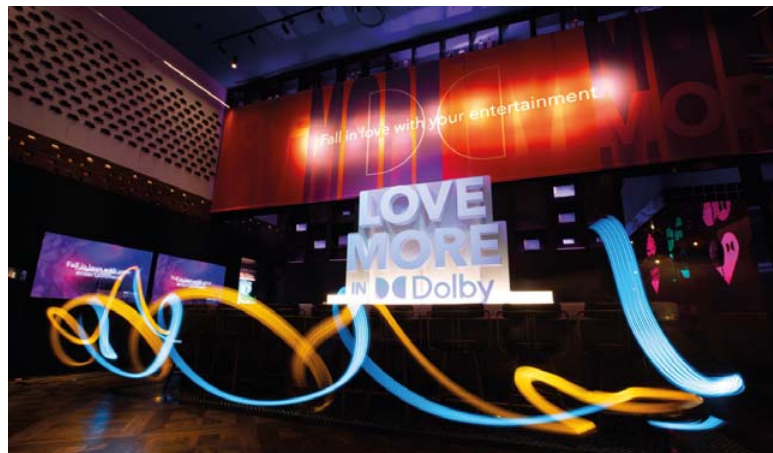
TCL entend évidemment capitaliser sur ces technologies pour se développer. TCL est déjà numéro 2 sur la TV dans le monde (en volume). C'est désormais également le cas en France. Et en valeur, nous étions deuxième sur certaines semaines. Les retours de la distribution sont positifs. Tout cela montre la montée en puissance du groupe TCL qui affiche désormais des ambitions toujours plus importantes. En 2024, nous entendons poursuivre sur les mêmes tendances de croissance qu'en 2023. Parallèlement, nous veillons à surveiller de près sur les notes consommateurs qui récompensent la qualité de nos produits (4,7 en moyenne). C'est l'une des clés de notre réussite. L'ADN de TCL étant toujours le même : apporter les meilleures technologies au meilleur prix. Nous travaillerons aussi énormément à renforcer notre notoriété en France en 2024 autour du sport, du gaming et de l'environnement (cf. Focus TCL pages suivantes). ■

« LE DOLBY ATMOS FLEXCONNECT ARRIVE SUR LES TV EN 2024 »

ANAÏS LIBOLT,

DIRECTRICE BROADCAST & CONTENT EUROPE DE DOLBY LABORATORIES

« Le CES représente pour nous une occasion unique de rencontrer un grand nombre de partenaires, en un minimum de temps. Côté annonces, ce CES 2024 a été une édition riche pour Dolby. Hisense a annoncé l'intégration de la technologie Dolby Atmos FlexConnect sur ses téléviseurs de 2024, à l'instar de TCL qui l'avait déjà fait fin 2023. C'est important car ce sont les deux premiers constructeurs TV à intégrer cette technologie qui apporte plus de flexibilité dans l'usage du Dolby Atmos. L'utilisateur peut déplacer une enceinte, et ensuite, le système recalibre rapidement la pièce pour délivrer, à nouveau, un rendu parfait du son ; A noter que dans le détail, c'est le fabricant de semi-conducteurs Mediatek qui a intégré en premier cette technologie sur un « chipset » bien spécifique, une solution mise en œuvre par Hisense et TCL sur ces téléviseurs en 2024. Dolby a aussi fait des annonces dans le domaine du PC gaming. Les constructeurs Asus et Alienware ont dévoilé deux premiers modèles de moniteurs gaming intégrant le Dolby Vision. Cette technologie d'affichage améliore grandement l'image grâce au HDR. C'est un véritable plus pour l'expérience visuelle du joueur qui bénéficie d'une meilleure luminosité et d'un contraste plus important avec des détails plus nets, même dans les zones les plus sombres. Enfin, le moment fort concernait l'intégration de Dolby Atmos par plusieurs grandes marques automobiles. Ce nouveau

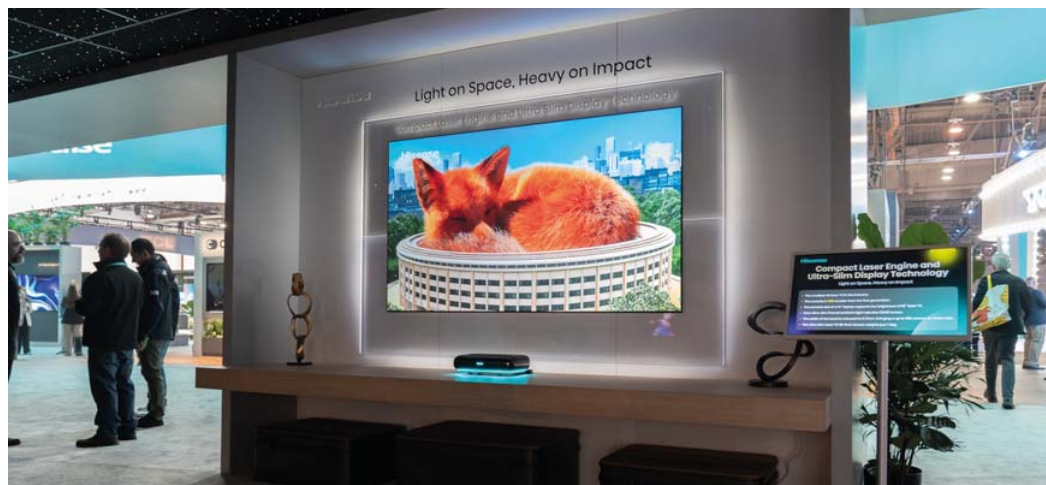


secteur monte en puissance. Une dizaine de marques ont d'ores et déjà annoncé l'intégration du Dolby Atmos dans leurs futurs véhicules. La voiture est un lieu parfait pour écouter de la musique. On a déjà signé avec des marques comme Mercedes, Volvo, Lotus, Lucid, Xpeng... Ce sera un relais de croissance pour Dolby à l'avenir. » ■

« HISENSE VOIT PLUS GRAND AU CES 2024 »

DAMIEN NEYMARC,

RESPONSABLE MARKETING HISENSE



« Sur le CES 2024, Hisense a marqué les esprits en présentant de très grandes tailles et en dévoilant la nouvelle révolution du Laser TV 8K. Pour cela, nous disposons d'un stand trois fois plus grand, reflet de la montée en puissance de la marque sur le marché. Hisense est en effet numéro deux en volume sur le marché de la TV en 2023 (en incluant la marque Toshiba). Sur ce CES 2024, la série UX, véritable

flagship technologique, a été dévoilée en 110 pouces, qui atteint des records de luminosité (10 000 nits) et de contraste (40 000 zones de local dimming) ainsi que les séries de TV Canvas, des modèles design Qled 144hz. Hisense sera l'une des premières marques en 2024 à intégrer la nouvelle technologie Dolby Atmos FlexConnect. Nous avons fait la démonstration de la première solution de Laser TV 8K du marché, sur un écran

de 120 pouces. Les visiteurs ont réellement été bluffés par la qualité de la proposition de Hisense. Cette solution d'affichage en 8K était couplée à une solution audio haut de gamme (Sonic Laser TV). Avec cette technologie, le son est spatialisé très précisément et sort littéralement de l'écran. Hisense a également présenté un Laser TV enroulable. Le futur du Laser TV, est déjà là, avec notamment un modèle 4K plus compact, de la taille d'un PC 14 pouces, et d'autres avec un contraste plus profond, digne d'un téléviseur. Enfin, notre Laser TV, créée en partenariat avec Barco s'appuie sur la technologie « steering light » qui constitue une vraie « révolution. La luminosité atteint des sommets, totalement incomparable à l'existant. Les phares d'une voiture sont éblouissants. Ce modèle qui sera commercialisé d'ici 2 à 3 ans, montre que Hisense possède plus que jamais un temps d'avance sur ce segment. Enfin, sur la catégorie du blanc, Hisense a dévoilé de nombreuses solutions d'Intelligence artificielle. En Chine, Hisense est en effet une marque généraliste de l'univers de la maison qui compte (NDLR : en Europe la marque a racheté Gorenje en 2018). L'objectif est de simplifier la vie des utilisateurs. » ■

TCL

Premium QD-Mini LED 4K TV

X95 | 115" 98" 85"



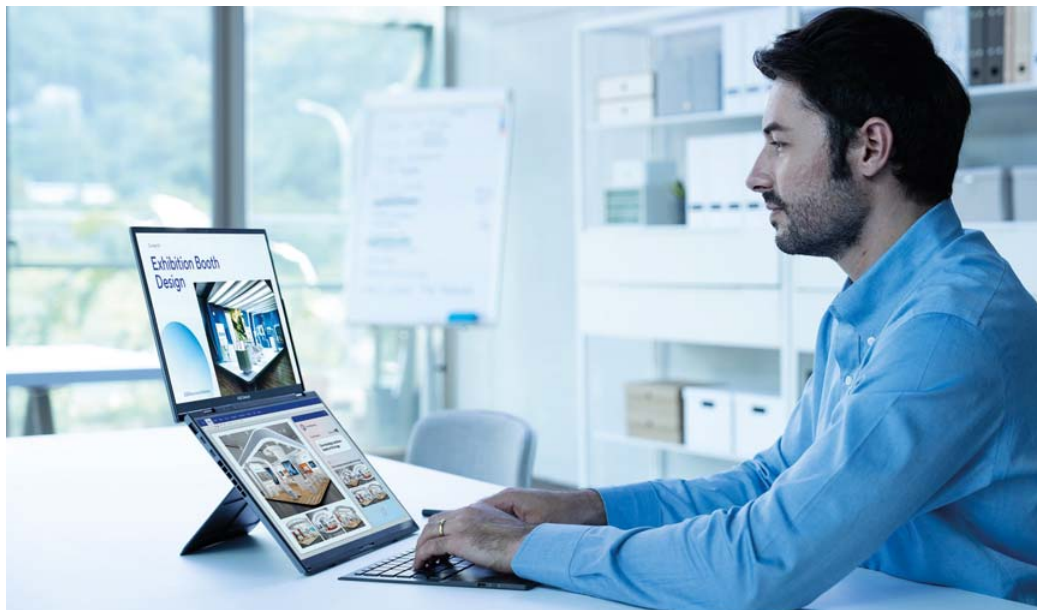
AU PLUS PRÈS DES **EXPLOITS**

4K HDR 5000

144Hz
MOTION CLARITY PRO

Google TV

ASUS FAIT LE SHOW AU CES AVEC LE ZENBOOK DUO



Zenbook Duo, Zenbook 14 et Rog Phone 8 sont quelques-unes des nombreuses nouveautés présentées par Asus au CES de Las Vegas. Des innovations toujours à la pointe des technologies, reflet de l'ADN de la marque taiwanaise.

Fidèle à sa tradition, ASUS a levé le voile sur de nombreux nouveaux PC au CES avec plusieurs produits particulièrement novateurs, dont le « révolutionnaire » Zenbook Duo 2024 (réf. UX8406). Il s'agit du premier ordinateur portable Oled à double écran de 14 pouces au monde, reliés par une charnière à 180°. Ce nouveau pionnier de la productivité mobile offre ainsi un espace unique de travail, et agrandi - jusqu'à 19,8 pouces - et propose une polyvalence exceptionnelle. Il fonctionne selon plusieurs modes : en double écran, ordinateur portable avec clavier physique ou digital, ordinateur de bureau ou partage. Le Zenbook Duo dispose aussi d'un clavier détachable (en Bluetooth) pour être utilisé comme un ordinateur classique. Ce dernier s'insère entre les deux écrans pour un transport facile. Côté écran, Asus propose l'excellence avec de l'Oled Lumina dans une résolution 3K (60 ou 120hz) capable d'afficher une gamme de couleurs 100% DCI-P3. En outre, ce PC d'un nouveau genre bénéficie du meilleur processeur Intel Core Ultra 9 qui intègre les

dernières fonctionnalités d'IA. Il offre également une expérience audiovisuelle haut de gamme avec une connectique complète (Thunderbolt 4 et HDMI 2.1). En résumé, Asus délivre avec ce modèle un exemple unique de son savoir-faire technologique et consolide son offre d'ordinateurs portables à double écran après les Zenbook Pro Duo et Zenbook Fold Oled. **Le Zenbook Duo sera disponible en France début février 2024, à partir de 1 999 euros.**

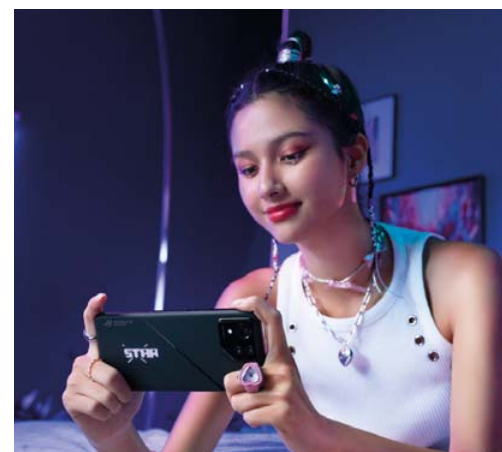
LE ZENBOOK 14 OLED, L'ULTRAPORTABLE DE RÉFÉRENCE

Plus classique en apparence, le nouveau Zenbook 14 Oled (réf. UX3405), constitue pourtant à sa façon une plateforme révolutionnaire en intégrant la nouvelle famille de processeurs Intel Core Ultra, taillée pour répondre aux nouvelles attentes en termes d'intelligence artificielle. **Et lors des premiers tests de la presse spécialisée, il a été largement récompensé obtenant des notes excellentes de 9,5/10 ou 5 étoiles.** Concrètement, ces nouveaux processeurs permettent de gérer de façon fluide des charges de travail complexes et d'améliorer significativement la productivité de ces PC. Le processeur Intel Core Ultra, équipé d'une unité de traitement neuronal (NPU) axée sur

l'IA, fait office de poste de commandement pour l'accélération des charges de travail d'IA, ce qui se traduit par un gain de performance tout en privilégiant l'efficacité énergétique. Côté autonomie, le Zenbook 14 Oled 2024 offre jusqu'à 15 heures de fonctionnement et constitue l'ultraportable quasi parfait pour le quotidien. **Il est disponible à partir de 999 euros.** Par ailleurs, Asus réduit son empreinte écologique dès la conception en incorporant notamment jusqu'à 50% de matériaux recyclés post-consommation et avec des emballages recyclables à 100%.

LE ROG PHONE 8, UNE NOUVELLE GÉNÉRATION

Asus a complètement revu sa copie pour cette 8^e génération de ROG Phone en proposant un nouveau design, beaucoup plus fin et léger qui s'affranchit des codes du gaming, et avec une qualité photo et vidéo supérieures (capteur principal de 50 MP, zoom optique 3X et stabilisateur gimbal pour la vidéo) afin de répondre à une cible plus large de consommateurs. Néanmoins, le constructeur n'en oublie pas le fondamental de ce smartphone conçu pour le gaming. Sous le capot, on retrouve les meilleures composants et technologies de refroidissement qui font le succès du constructeur auprès des gamers (Snapdragon 8 Gen 3, écran AMOLED de 6,8 pouces, 165 Hz, et GameCool 8), sans oublier la personnalisation avec un mini écran Led au dos (technologie AniMeVision). **Ce nouveau modèle, IP68, est disponible à partir de 1 099 euros (selon configurations).** ■





ROG ZEPHYRUS G14

L'ART DE LA PUISSANCE

Retrouvez la Nvidia GeForce RTX 4070 dans un châssis aluminium CNC de 1.59 cm
Écran OLED 120 Hz G-SYNC et 0,2 ms



ACER DÉMONTRE SA RÉACTIVITÉ AU CES 2024

A l'occasion du CES 2024, Acer a une nouvelle fois démontré sa réactivité en dévoilant de nombreuses nouveautés à la pointe des technologies pour 2024. Le constructeur arrive sur tous le segments du marché avec des offres pertinentes: gaming avec la 3D, ultra-portable avec les Swift Go IA ou encore avec le premier PC écoresponsable Vero 16, composé à 60% de plastique recyclé.

Le salon du CES demeure un rendez-vous incontournable pour l'ensemble des constructeurs du PC qui dévoilent à cette occasion leurs nouveautés de l'année. Et dans ce domaine, **Acer est plus innovant que jamais. Poursuivant dans sa démarche écoresponsable, Acer a dévoilé en détails le nouvel Aspire Vero de 16 pouces. Ce nouveau châssis est le premier à bénéficier de 60% de plastique recyclé (PCR) et il gagne encore en finesse en 2024.** Un bel exploit technologique qui démontre qu'Acer progresse encore dans son objectif de concevoir des PC toujours plus « green ». **Le constructeur garantit qu'il sera entièrement compensé en carbone grâce à l'ensemble des démarches éco-responsables menées au sein du groupe Acer.** Dans le détail, ce PC ultra-performant intègre les processeurs Intel Core Ultra qui utilise l'IA générative pour aider intelligemment les utilisateurs. En outre, il bénéficie d'un nouveau revêtement plus lisse plus agréable. **Son bel écran de 16 pouces (2 560 x 1 600) couvre 100% de l'espace colorimétrique sRGB. Il est attendu en France au 2^e semestre, à partir de 1 199 euros.** Réactif, Acer est le premier constructeur à intégrer la touche Copilot de Microsoft que l'on retrouvera dans les nouvelles gammes d'ultraportables Swift Go 14 et 16 qui intègrent également les processeurs Intel Core Ultra, taillé pour l'IA et des écrans OLED. Le Swift X 14, nouveau flagship, intégrera une RTX 40. Ils sont attendus pour le 2^e semestre.



TOUJOURS PLUS DE 3D SPATIALLABS CHEZ ACER

Sur le gaming, Acer poursuit dans sa stratégie de différenciation grâce à sa technologie 3D SpatialLabs. Après l'avoir lancé au sein de gamme ConceptD, puis élargie au gaming avec le Predator Helios 3D, Acer étoffe son offre avec le premier PC Portable Aspire 3D 15 SpatialLabs, équipé d'un Intel Core i7 13620H et d'une carte graphique RTX 4050. Une démarche qui montre la volonté du groupe de démocratiser cette technologie pour la rendre accessible au plus grand nombre. **Un nouveau moniteur étoffera également l'offre 3D au premier trimestre 2024 : le Predator SpatialLabs View 27.** Parallèlement, quatre nouveaux moniteurs Predator de grandes tailles avec deux modèles Mini-Led (réf. Z57 et X34 V3) et deux OLED (réf. X39 et X34 X) sont attendus en France au 2^e trimestre 2024.

ACER À LA POINTE DU GAMING

Acer renouvelle traditionnellement tous les composants de ces machines en début d'année. Logiquement, Acer met à jour son monstre de puissance, le Predator Helios avec les derniers processeur Intel Core de 14^e génération et cartes graphique GeForce RTX 40 de Nvidia. A noter, les nouveaux **Predator Helios Neo 18 et Helios Neo 16**, dotés des derniers processeurs et GPU pour des graphismes et des fonctionnalités optimisés par l'IA. De nouveaux châssis qui doivent permettre à Acer de couvrir toujours plus de segments du gaming. Ils arborent notamment des codes qui leur donnent un look gaming très réussi. Enfin, **Acer poursuit sa montée en puissance sur les composants en lançant 4 nouvelles cartes graphiques dont la Predator BiFrost AMD Radeon RX 7800 ainsi que trois cartes graphiques Nitro** équipées des derniers GPU de la série AMD Radeon RX 7000. Une initiative qui lui garantit une meilleure maîtrise de ses technologies gaming. ■

CO BRANDZ

COLLAB CONTENT COBRANDING COPYRIGHT

4 & 5 avril 2024 - Paris

LE SALON DES MARQUES
QUI MARQUENT

20 YEARS

Cobrandz et **Multimédia à la Une** vous invitent
au cœur de l'action. **Rencontrez les marques**
qui feront votre **succès**.

Obtenez votre badge sur **Cobrandz.fr** avec le free code

MULTIMEDIA-FREE-24

+ 1000 MARQUES
40 EXPOSANTS
10 CONFERENCES

LE JEU VIDÉO, UNE INDUSTRIE MATURE



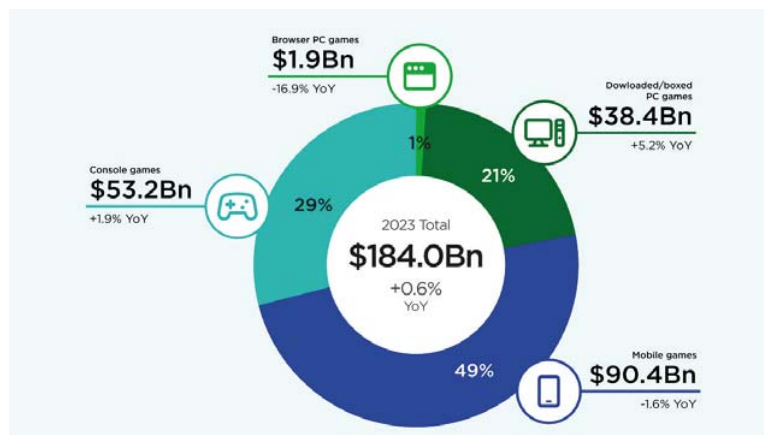
Le secteur du jeu vidéo continue de bien se comporter et de connaître des progressions. Si, après l'euphorie de la dernière décennie et de la période Covid, certains secteurs ou acteurs doivent serrer les boulons, les anticipations à long terme restent positives. Présentation des derniers chiffres et prévisions.

Le jeu vidéo est clairement entré dans une phase de maturité. Après des années de croissance effrénée, en particulier pendant la période Covid, porté par le mobile et des technologies innovantes, on constate que le secteur atteint, dans les marchés développés, un niveau très élevé, mais où les progressions sont plus complexes. Il revient aux produits innovants et aux nouveaux eldorados (Inde, Brésil, etc.) d'assurer les relais de croissance.

LE JEU VIDÉO ENREGISTRE UNE LÉGÈRE HAUSSE À L'ÉCHELLE MONDIALE

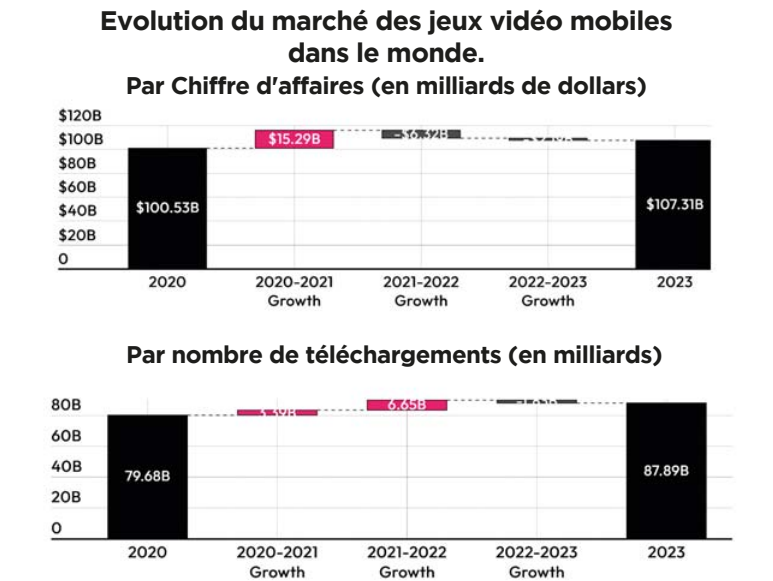
Selon les chiffres de Newzoo, **le marché du jeu vidéo software aurait généré 184 milliards de dollars de chiffre d'affaires (+2%) dans le monde en 2023**. Le mobile représenterait environ la moitié de ce montant, soit 90,4 milliards de dollars, marquant une baisse de 1,6% par rapport à l'année précédente, selon Newzoo, confirmant les tendances observées

Marché du jeu vidéo software dans le monde en 2023



Source : Newzoo

depuis deux ans. Ces chiffres diffèrent de ceux de Data.ai, qui estime que le jeu mobile aurait généré 107 milliards de dollars en 2023, en baisse de 2%. Les principaux marchés pour le jeu mobile en termes de dépenses sont la Chine (37,6 milliards de dollars), également en tête en termes de nombre de téléchargements (29,32 milliards, devant l'Inde et le Brésil), suivie par les États-Unis (24 milliards de dollars, 4^e en téléchargement) et le Japon (12,78 milliards). Newzoo estime qu'à la fin de **2023, le nombre**



Source : Data.ai

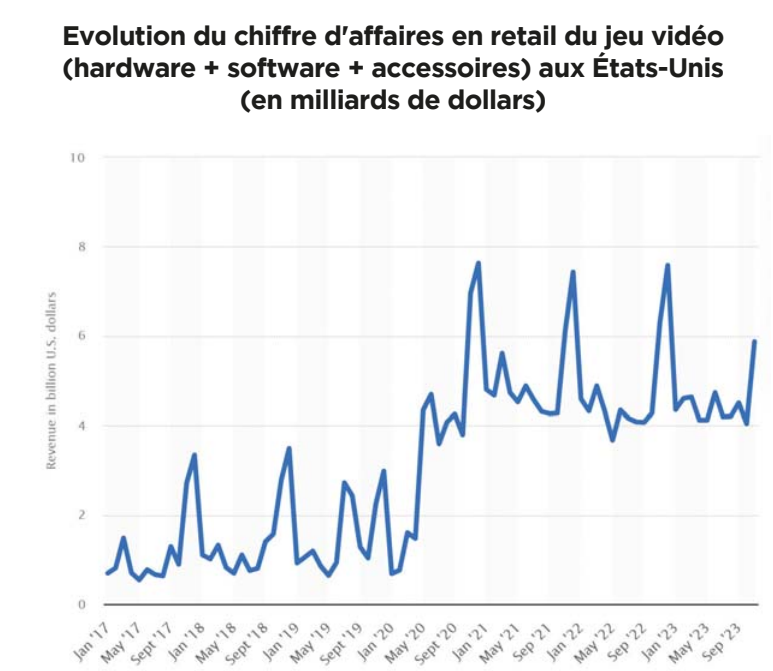
de joueurs dans le monde dépassait les 3,38 milliards (+6,3%). Pour 2024, Newzoo anticipe une croissance grâce à l'expansion des bases d'utilisateurs des Xbox Series et PS5, ainsi qu'à une possible nouvelle console de Nintendo. À plus long terme, Newzoo prévoit que le jeu vidéo software représentera 205,7 milliards de dollars en 2026, avec la génération actuelle de consoles atteignant son apogée, renforcée par le successeur de la Nintendo Switch. On prévoit qu'il y aura 3,79 milliards de joueurs, dont 1,66 milliard de payeurs.

L'EUROPE AFFICHE UNE ORIENTATION POSITIVE

Top 20 des titres de jeu vidéo (Digital + Physique) en 2023 en Europe

Position	Titre	Editeur
1	EA Sports FC 24	Electronic Arts
2	Hogwarts Legacy	Warner
3	FIFA 23	Electronic Arts
4	Call of Duty: Modern Warfare 3	Activision Blizzard
5	Grand Theft Auto 5	Take Two/Rockstar
6	Diablo 4 (Activision Blizzard)	Activision Blizzard
7	The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom	Nintendo
8	Red Dead Redemption 2	Take Two/Rockstar
9	Super Mario Bros Wonder	Nintendo
10	Spider-Man 2	Sony I.E.
11	Star Wars Jedi: Survivor	Electronic Arts
12	Assassin's Creed Mirage	Ubisoft
13	Mario Kart 8: Deluxe	Nintendo
14	Call of Duty: Modern Warfare 2	Activision Blizzard
15	F1 23	Electronic Arts/Codemasters
16	Nintendo Switch Sports	Nintendo
17	Resident Evil 4 Remake	Capcom
18	God of War Ragnarok	Sony I.E.
19	NBA 2K23	Take Two/2K
20	It Takes Two	Electronic Arts

Source : GSD via Gamesindustry.biz



Source : Statista

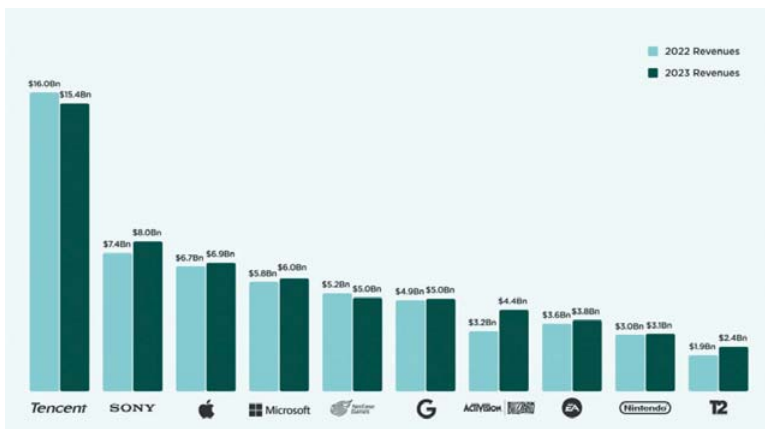
En Europe, selon GSD, cité par nos confrères de Gamesindustry.biz, 182 millions de jeux (digital + physique) pour PC et consoles auraient été vendus en 2023, en augmentation de 1,7% par rapport à l'année précédente. En 2023, 34% de tous les jeux vendus étaient des titres sortis cette même année. En termes de plateformes, le PC est en tête des ventes de jeux, suivi de la PS5 (2^e), de la Switch (3^e), de la PS4 (4^e) et de la Xbox Series (5^e). La Switch et la PS4 sont logiquement les seules à enregistrer une baisse. Sur le plan géographique, le Royaume-Uni est en tête, suivi de l'Allemagne (2^e), de la France (3^e), de l'Espagne (4^e) et de l'Italie (5^e). EA Sports FC 24 (1^{er}, avec Fifa 23 en 3^e position) et Hogwarth Legacy sont les deux grands vainqueurs de l'année. Côté hardware, 7,4 millions de consoles de jeux vidéo auraient été vendues en Europe en 2023 selon GSD (+42% par rapport à l'année précédente), principalement grâce à l'explosion des ventes de la PS5 (+177% par rapport à l'année précédente) et de la PS4 (+671% en 2023) suite à la fin des ruptures de stock. La Switch (2^e) maintient un niveau élevé de ventes (seulement -10% sur sa 7^e année de commercialisation), tandis que la Xbox Series connaîtrait une baisse d'environ 18%. Du côté des accessoires, 20,5 millions auraient été vendus en Europe l'année dernière (+9% par rapport à l'année précédente), avec la manette PS5 DualSense en tête. Peu à peu, les résultats par pays sont dévoilés. Au moment de la rédaction de notre article, on sait qu'au Royaume-Uni, 38 millions de jeux vidéo (physique + digital) ont été écoulés, en hausse de 2,6%, tandis qu'en termes de hardware, la PS5 a enregistré une croissance de 55,2% par rapport à 2022, la PS4 de 633%, la Switch a baissé de 16,7%, et la Xbox Series de 4,5%. Les accessoires ont enregistré une baisse de 4,5%.

UNE CONCENTRATION TOUJOURS PLUS IMPORTANTE DU NOMBRE D'ACTEURS

Une autre tendance majeure est la concentration croissante des acteurs du jeu vidéo, accélérée par la vague d'acquisitions effrénée de ces dernières années. Cette vague a atteint son apogée avec la finalisation du rachat d'Activision Blizzard King par Microsoft pour 70 milliards de dollars en décembre 2023. Les 10 premières sociétés de jeux vidéo en



Les 10 premières entreprises du jeu vidéo dans le monde en termes de revenus de jeux au premier semestre 2023*



Source : Newzoo / * Les revenus combinés de Microsoft et d'Activision Blizzard s'élèvent à 10,4 milliards de dollars.

termes de chiffre d'affaires ont généré 54 milliards de dollars au premier semestre de 2023, soit près de 30% des revenus de l'ensemble du marché pour toute l'année.

JEU VIDÉO : UNE RESTRUCTURATION SANS PRÉCÉDENT

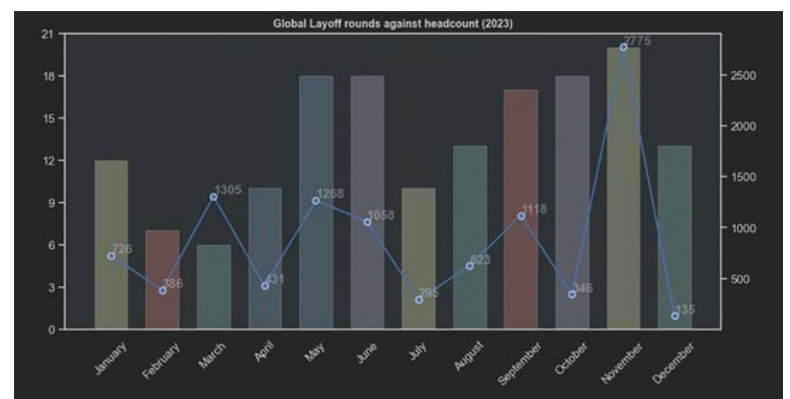
Après une longue période de croissance du chiffre d'affaires et des effectifs, le secteur du jeu vidéo traverse une période un peu moins favorable. Cela se manifeste par une restructuration des effectifs au sein des acteurs du secteur, devenus parfois pléthoriques. **Cette restructuration se traduit à la fois par la fermeture de studios, des vagues de licenciements et une concentration toujours plus grande du nombre d'acteurs.**

Ainsi, Embracer, qui a fait preuve d'une boulimie d'acquisitions au cours des années passées, a fermé plusieurs studios tels que Volition, arrêté certains développements et s'est séparé de 900 employés. D'un autre côté, Unity a dû supprimer 1 800 postes, Epic Games 1 080, Amazon 180 chez Twitch (soit 17% de ses effectifs), licenciant au total plus de

27 000 personnes depuis le début de l'année 2023. Sega, pour sa part, a supprimé 121 postes uniquement chez Relic, Electronic Arts plus de 1 100 et Microsoft 1 900. Selon les estimations, entre 7 000 et 9 000 personnes ont été touchées au total par cette vague de licenciements dans le monde en 2023. Cette tendance pourrait se poursuivre en 2024, car plus de 3 000 employés ont déjà été licenciés dans l'univers du jeu vidéo à travers le monde cette année.

Parmi les raisons évoquées figurent la quantité de jeux créés depuis les années Covid, un nombre important de recrutements effectués pendant la période d'euphorie, ainsi qu'un contexte économique plus complexe que prévu, un marché qui atteint sa maturité et une concentration toujours plus forte sur quelques grandes franchises. Ce phénomène ne se limite pas au secteur du jeu vidéo, mais touche également d'autres secteurs tels que le divertissement (Disney a ainsi supprimé 7 000 emplois, et Netflix a licencié un tiers de ses animateurs) et la haute technologie dans son ensemble (où plus de 400 000 personnes ont été licenciées en deux ans - source : Le Monde). **L'enjeu à plus long terme est de savoir si cette restructuration, attendue et somme toute logique après la croissance effrénée des dernières années et l'explosion des acquisitions, des effectifs et du nombre de jeux vidéo, est simplement un mauvais moment à passer ou le symbole d'un secteur qui doit se remettre en question.** ■

Evolution des licenciements dans le jeu vidéo dans le monde en 2023



Source : Video Game Layoffs



CASQUEIMPULSE

FILAIRE ET SANS-FIL MULTI-PLATEFORMES
CONTRÔLES INTÉGRÉS
MICRO DÉTACHABLE

«UNE TRÈS BONNE SURPRISE»
JEUXVIDEO.COM

MANETTEMETALTECH

SANS-FIL COMPATIBLE AVEC PS4 ET PC
PALETTES PROGRAMMABLES
RÉDUCTION DE LATENCE

«LA MEILLEURE MANETTE DU MARCHÉ»
GERMAN DESIGN AWARDS



Steel
play

DISPONIBLE MAINTENANT. BÉNÉFICIEZ DE NOS CONDITIONS 2024 : SALES@PIXMINDS.COM

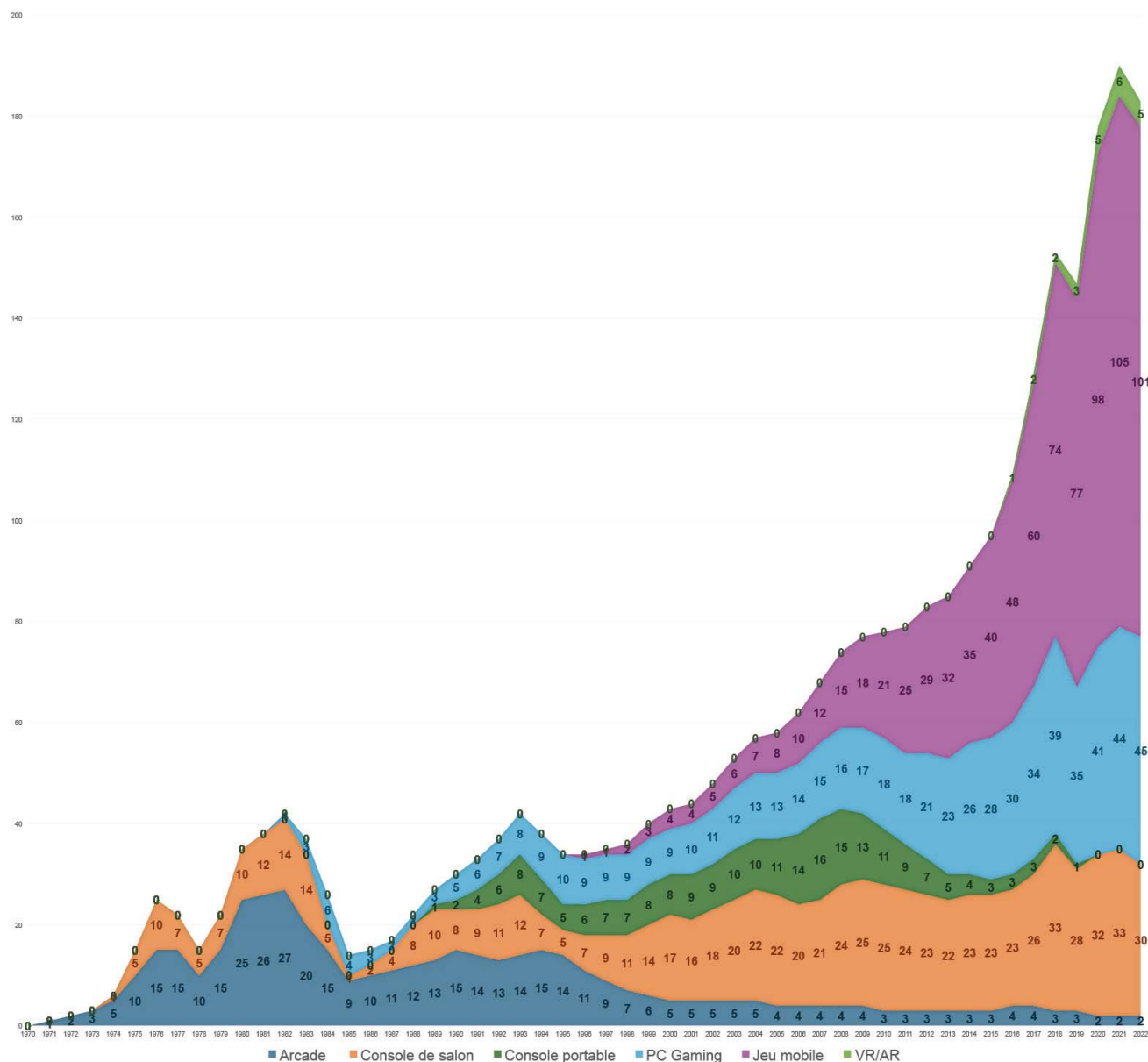
DISTRIBUTION.PIXMINDS.COM / +33 (0)4 79 25 83 18

JEU VIDÉO, 50 ANS DE CROISSANCE EXPONENTIELLE

Le jeu vidéo est une industrie qui, malgré quelques aléas, connaît, depuis sa création il y a un peu plus de 50 ans, une croissance explosive jusqu'à plus de 180 milliards de dollars de chiffres d'affaires juste pour la partie software en 2022, selon l'institut d'études britannique Pelham Smithers.

Une réussite phénoménale due à l'arrivée régulière de nouvelles technologies disruptives qui ont su faire passer brutalement le marché à un nouveau palier. Ça a été le cas de l'arcade dans les années 70/80, du PC depuis les années 80, des consoles de salon et portables depuis la fin des années 80, puis du jeu sur mobile depuis les années 2000 ou de la réalité virtuelle depuis le milieu des années 2010. Cela n'a pas été évidemment sans périodes de doute (fin des années 1970, milieu des années 80, 90 et 2010...) ou abandons douloureux (arcade, console portable...), mais que de chemin parcouru depuis les humbles débuts en 1970. Et les perspectives sont resplendissantes avec en plus la création d'un écosystème complété par les revenus du hardware gaming, de l'esport ou du transmédia.

Evolution du chiffre d'affaires du jeu vidéo software dans le monde (en milliards de dollars)*



Evolution du chiffre d'affaires du jeu vidéo software dans le monde (en milliards de dollars)
Par support et total*

Année	Arcade	Console de salon	Console portable	PC Gaming	Jeu mobile	VR/AR	Total jeu vidéo software
1970	0						0
1971	1						1
1972	2						2
1973	3						3
1974	5	1					6
1975	10	5					15
1976	15	10					25
1977	15	7					22
1978	10	5					15
1979	15	7					22
1980	25	10					35
1981	26	12					38
1982	27	14		1			42
1983	20	14		3			37
1984	15	5		6			26
1985	9	1		4			14
1986	10	2		3			15
1987	11	4		2			17
1988	12	8		2			22
1989	13	10	1	3			27
1990	15	8	2	5			30
1991	14	9	4	6			33
1992	13	11	6	7			37
1993	14	12	8	8			42
1994	15	7	7	9			38
1995	14	5	5	10			34
1996	11	7	6	9	1		34
1997	9	9	7	9	1		34
1998	7	11	7	9	2		36
1999	6	14	8	9	3		39
2000	5	17	8	9	4		43
2001	5	16	9	10	4		44
2002	5	18	9	11	5		48
2003	5	20	10	12	6		52
2004	5	22	10	13	7		57
2005	4	22	11	13	8		57
2006	4	20	14	14	10		62
2007	4	21	16	15	12		68
2008	4	24	15	16	15		74
2009	4	25	13	17	18		77
2010	3	25	11	18	21		78
2011	3	24	9	18	25		79
2012	3	23	7	21	29		83
2013	3	22	5	23	32		85
2014	3	23	4	26	35		91
2015	3	23	3	28	40		97
2016	4	23	3	30	48	1	108
2017	4	26	3	34	60	2	128
2018	3	33	2	39	74	2	152
2019	3	28	1	35	77	3	147
2020	2	32	0	41	98	5	177
2021	2	33	0	44	105	6	190
2022	2	30	0	45	101	5	183

Source : Visual Capitalist / Pelham Smithers / * Nombre arrondi au milliard le plus proche



LA SWITCH VERS DE NOUVEAUX HORIZONS



La Nintendo Switch semble indestructible. Pour sa 7^e année de commercialisation, elle continue inlassablement à se vendre par centaines de milliers de machines, avec des blockbusters qui trident les hauts des charts de vente. En 2024, elle va poursuivre sa glorieuse carrière et découvrir de nouveaux horizons en termes de durée de cycle de vie et de parc installé. Philippe Lavoué, DG France de Nintendo, nous présente les chiffres de 2023 et les perspectives pour 2024 autour de la Nintendo Switch.

Comment s'est comportée la Nintendo Switch en 2023 en France ?

Pour sa septième année de commercialisation, la Nintendo Switch s'est écoulée à 855 000 unités en France (987 000 en 2022) et a atteint, à fin décembre, un parc installé de 7,976 millions de machines dans l'Hexagone. Ainsi, 27,5% des 29 millions de foyers français et 11,7% des 68 millions de Français sont équipés d'une Nintendo Switch. Elle se dirige vers des horizons encore jamais atteints en termes de volume (la Wii s'était arrêtée à 6,3 millions d'unités en France) et de durée de cycle de vie. On peut juste la comparer au combo DS/3DS et ses 16 millions de consoles en France. La Nintendo Switch devrait connaître une année 2024 encore

très solide en termes de hardware et de software. Elle a en effet encore beaucoup de coffre pour poursuivre sa magnifique carrière, la demande restant soutenue. Concernant les modèles, la Nintendo Switch OLED a été la meilleure vente de 2023 (969 000 au total depuis son lancement), devant la « flagship » (5,737 millions au total) et la Lite (1,27 million au total). 50% des acquéreurs sont des jeunes adultes et 50% des familles avec enfants, grâce à la variété des jeux proposés.

Quels ont été les résultats en termes de ventes de jeu vidéo sur la Nintendo Switch ?

55% des ventes de jeux physiques en France en 2023 se font sur Nintendo Switch (6,793 millions d'exemplaires), devant la PS5 et la Xbox Series.



2023 a été une excellente année pour Nintendo France avec, selon GfK, les 3 premiers titres du marché en physique à la référence avec The Legend of Zelda : Tears of the Kingdom (1^{er}), Super Mario Wonder (2^e), Mario Kart 8 Deluxe (3^e), 5 dans les 10 premiers avec 2 excellents titres d'acteurs-tiers : Minecraft (8^e) et EA Sport FC 24 (10^e) et 12 dans les 20 avec Nintendo Switch Sport (11^e), Mario Party Superstars (12^e), Hogwarts Legacy (13^e), Animal Crossing : New Horizons (14^e), New Super Mario Bros. U Deluxe (16^e), Fifa 23 (19^e) et The Legend of Zelda Breath of The Wild (20^e). Les grosses nouveautés ont tiré le marché avec les titres précédemment cités mais aussi Pikmin 4 ou 1, 2 Switch et ont accompagné les « long sellers ».

La licence Mario a connu une actualité massive. Comment s'est déroulée concrètement l'année pour elle ?

La licence Mario a connu une année 2023 exceptionnelle. Avec des titres comme Super Mario Wonder, Mario Kart 8 Deluxe ou Mario Party 8, plus de 2,7 millions d'exemplaires de jeux de la franchise se sont écoulés en France en 2023. La vedette a été Super Mario Wonder avec ses 747 000 exemplaires écoulés en quelques semaines, ce qui en fait le meilleur

démarrage d'un jeu Mario en France. Par ailleurs, Super Mario Bros : le Film a terminé numéro un du box-office français avec 7,3 millions d'entrées, grâce à un excellent travail d'Universal. Cerise sur le gâteau et conséquence de cette actualité massive, 2023 a été une année excellente en termes de produits dérivés de la licence Mario, avec par exemple les produits Lego Mario, les peluches, etc. La franchise touche un public de plus en plus varié.

... Et pour Zelda ?

The Legend of Zelda : Tears of the Kingdom, avec ses 968 000 exemplaires rien qu'en physique, a été la meilleure vente de l'année en France, tant à la référence qu'au global. Le titre a en particulier connu un démarrage tonitruant avec 500 000 exemplaires écoulés le premier week-end. Et la licence s'est très bien comportée puisque The Legend of Zelda Breath of the Wild est le 20^e titre de l'année avec 101 000 exemplaires vendus. Last but not least, Zelda devrait être porté au cinéma.

Quelles sont les perspectives pour 2024 pour la Nintendo Switch ?

L'offre de jeu sur Nintendo Switch en 2024 sera très intéressante. Après Another Code Recollection

(déjà sorti), ont déjà été annoncés Mario vs Donkey Kong (16 févr.), qui marque le retour d'un des blockbusters de la GBA, Princess Peach Showtime (22 mars), le premier jeu Peach sur Nintendo Switch, mais aussi Luigi Mansion 2 HD, qui se base sur l'excellent jeu sur 3DS sorti il y a une dizaine d'années (cet été). Fantasy life i : The Girl Who Steals Time, Paper Mario : La Porte Millénaire et un nouveau Professeur Layton arriveront à plus long terme. Il y aura également une belle offre de produits d'acteurs-tiers comme Prince Of Persia The Lost Crown, Tomb Raider 1 + 2 + 3, Unicorn Overlord ou Blade Chimera. Nous multiplierons par ailleurs les opérations de soutien massives, que ce soit pour les nouveautés avec, par exemple, des campagnes nationales d'affichage ou le déploiement de PLV magnifiques en magasins, mais aussi, pour soutenir les ventes sur la durée, avec des opérations commerciales comme celle que nous développerons des semaines 6 à 10 pour mettre en avant nos Evergreen. 2024 verra également le développement de nos licences dans de nombreux domaines, avec par exemple l'arrivée de produits dérivés très importants comme les Lego Animal Crossing. ■



Xeni Bairaktari

PHILIPS/VITALITY, LES SECRETS D'UN PARTENARIAT FRUCTUEUX



Nicolas Maurer



Afin de lancer sa gamme d'écrans gaming Evnia, Philips s'est associé à l'équipe esport française Team Vitality. Xenia Bairaktari, Head of Global Marketing EU de Philips/AOC, et Nicolas Maurer, CEO de Team Vitality, nous décryptent ce partenariat.

Dans quelle optique avez-vous mis en place ce partenariat entre Philips pour Evnia et Team Vitality ?

Xeni Bairaktari : Lancer Evnia requiert un partenaire à valeur ajoutée, capable d'un réel engagement. Team Vitality, équipe esport de très haut niveau, nous accompagne très efficacement depuis des années. Logiquement, ils nous soutiennent dans le lancement de notre marque de moniteurs PC Gaming Evnia, en tant que seul partenaire esport.

Nicolas Maurer : En raison de l'exigence de nos joueurs, nous ne collaborons qu'avec des marques premium capables de nous fournir du matériel avec les meilleures spécifications. Nous

travaillons déjà ensemble, par exemple avec les écrans Momentum. De plus, la mise en avant des valeurs d'inclusivité chères à Evnia constitue un atout majeur, rejoignant notre propre démarche, notamment avec notre équipe esport féminine.

Quelles opérations avez-vous prévues pour mettre en avant les produits Evnia avec Team Vitality ?

X.B. : Team Vitality a été impliqué très tôt pour Evnia, par exemple en participant à la soirée de lancement au Stade de France. Leurs joueurs donnent leur avis sur nos produits en amont et en aval de la sortie, jouent en compétition et s'entraînent sur nos écrans, arborent notre nom sur leurs maillots... Notre équipe a des besoins spécifiques selon les jeux (Rocket League, Fifa, CS Go ou League Of Legends) auxquels l'ensemble de nos gammes répondent.

N.M. : Nos joueurs mettront en avant très régulièrement les produits Evnia en compétition, à travers des vidéos, les réseaux sociaux, lors d'événements tels que le lancement ou la Paris Games Week.

Quels impacts concrets ce partenariat a-t-il ?

X.B. : Ce partenariat à long terme nous permet de développer notre image de marque et d'établir définitivement Evnia comme une référence dans le monde des moniteurs gaming. Il s'avère fondamental pour séduire les joueurs exigeants d'être utilisés par les meilleurs, à l'instar du marketing sportif.

N.M. : La communauté gamer s'avère complexe à séduire. Afin d'éviter les revers d'une communication mal calibrée et de bien comprendre les attentes des consommateurs, Team Vitality travaille avec Philips au-delà de la "simple visibilité", non seulement en tant qu'équipe esport, mais aussi en partageant conseils et expériences, pour interagir au mieux avec les fans d'esport. ■



EVNIA



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

EVNIA.PHILIPS.FR

PHILIPS



G-MASTER, LE PILIER GAMING D'IYAMA

Près de 10 ans après son lancement, la gamme dédiée au gaming G-Master d'Iiyama se porte à merveille. **Franck Lopez, Senior Account Manager Retail / Ecom chez Iiyama International, nous la (re)présente.**

À près de 10 ans de son lancement, où en êtes-vous avec votre gamme G-Master ?

Notre gamme gaming G-Master représente l'essence de ce que propose Iiyama : des produits durables de qualité, aux technologies éprouvées et reconnues, répondant véritablement aux besoins des consommateurs. Tous partagent un socle commun (très hautes fréquences, technologies telles que FreeSync, Black Tuner, etc.) qui assure aux joueurs des écrans véritablement dédiés au gaming. Et ce, à des prix étudiés et avec un design intégrable dans tous les univers (bureau, chambre, salon...).

Pouvez-vous nous présenter la gamme G-Master ?

Créée il y a une dizaine d'années afin de regrouper l'intégralité des produits gaming d'Iiyama, elle les catégorise sous 3 grands avatars. Les Black Hawk, avec le slogan « Entrez dans le Jeu », sont des moniteurs de plus de 100 Hz et moins de 1 ms, destinés à des achats budget/casual gamer ou à des joueurs nécessitant des temps de réponse très faibles. Les Red Eagle, avec le mantra « Rejoignez les Pros », constituent le cœur de notre gamme et regroupent des écrans incurvés ou non, de 24 à 45 pouces, en 2K ou 4K, etc. Avec d'excellentes spécifications et une fréquence de plus de 180 Hz, ils sont très prisés en LAN party et des joueurs de RTS, FPS, MOBA ou MMO. Les écrans Gold Phoenix, et leur slogan « Contrôlez le jeu », sont équipés des dernières technologies telles que le FreeSync Premium, des taux de rafraîchissement de 240 Hz ainsi qu'un temps de réponse époustoufflant de 0,4 ms. C'est notre gamme porte-étendard que l'on retrouve sur les nombreux événements où nous sommes présents. Très appréciée, tant par les joueurs professionnels



que par le grand public qui recherche du matériel de qualité, elle excelle sur des jeux comme CS:GO ou Fortnite.

De plus en plus de joueurs streament également et ont besoin d'écrans avec des caractéristiques adaptées. Quelle est votre offre pour les satisfaire ?

Nous misons sur des écrans très grands, parfaits pour le streaming, en format 34 pouces comme notre GB3480WQSU (180 Hz, dalle VA 1500R, 0,4 ms, 3440 x 1440...), voire 45 pouces avec le spectaculaire GCB4580 (Dual QHD, 32/9, 5K, 165 Hz, 0,8 ms, HDMI 2.1...). Nous avançons également de plus en plus sur les stations d'accueil USB-C et croyons fortement en sa standardisation. Des écrans gaming avec des spécificités adaptées au graphisme se multiplient également.

Vous venez de lancer de nombreuses références dans la gamme Black Hawk. Dans quelle optique ?

Si tous nos moniteurs montent en puissance technologiquement, il ne faut pas oublier, surtout dans le contexte actuel, que le prix reste un argument très important. Fidèle à son ADN, Iiyama propose des produits fiables, aux caractéristiques très intéressantes, mais à des prix qui peuvent satisfaire les consommateurs exigeants qui ne veulent pas investir trop. Avec leurs technologies éprouvées (IPS, MPRT de 1 ms, en 100 Hz, Black Tuner, AMD FreeSync pour certains, pieds réglables, 2K...), nos nouveaux moniteurs G-Master (G2445HSU, GB2445HSU, G2745HSU, GB2745HSU, G2745QSU, GB2745QSU) sont proposés à des prix allant de 119,99 à 219,99 euros.

Quelles sont les perspectives pour le futur ?

Globalement, pour le futur, l'OLED gagne clairement en puissance et nous augmentons considérablement la fréquence de nos écrans. Nous allons également lancer de nombreux écrans gaming cette année dans toutes nos gammes. ■



G-MASTER™
MONITORS 4 GAMERS
by **iiyama**

BLACK HAWK™

MONITEURS GAMING GAGNEZ AVEC LES MONITEURS G-MASTER BLACK HAWK!

Améliorez votre jeu avec les moniteurs iiyama **G-Master Black Hawk** ! Ces écrans de **22"** jusqu'à **27"** bénéficient de la dalle **IPS** ou **VA** et d'un temps de réponse de **1ms MPRT** pour une qualité de jeu optimale.

Avec un taux de rafraîchissement rapide de **100Hz**, la technologie **FreeSync** et la fonction **Black Tuner**, vous aurez un contrôle total sur votre expérience de jeu. De plus, vous profiterez d'images d'une clarté cristalline, même dans les scènes les plus sombres. Élevez votre jeu à un tout autre niveau !

Pied fixe: G2245HSU-B1, G2450HS-B1, G2445HSU-B1, G2745HSU-B1, G2745QSU-B1, G2755HSU-B1
Pied réglable: GB2445HSU-B1, GB2745HSU-B1, GB2745QSU-B1

IPS

VA

Full HD

1ms

2560 x 1440

AMD
FreeSync



Trouvez votre moniteur sur
gmaster.iiyama.com

TCL, PARTENAIRE DES CHAMPIONS EN 2024

« Au plus près des exploits » sera le message au cœur de la campagne TCL pour 2024 en France. Un slogan porté par trois grands champions sportifs en 2024 : Kevin Mayer, Kingsley Coman et Thomas Ramos, ambassadeurs de TCL dans une année rythmée par l'Euro de Football et les Jeux Olympiques de Paris. Détails et explications.

TCL a réuni à Paris, sur la scène de l'Elysée Biarritz, deux des trois grands champions qui seront les nouveaux ambassadeurs de la nouvelle campagne de communication multicanale en 2024, chargée d'animer une année riche en événements sportifs avec le Tournoi des Six Nations, l'Euro de Football et les Jeux Olympiques de Paris. Pour chacune de ces compétitions, la campagne « Au plus près des exploits » sera incarnée par un athlète qui portera haut les couleurs de TCL : **Thomas Ramos, l'emblématique numéro 15 du XV de France, Kévin Mayer, double champion du monde de décathlon et Kingsley Coman, le second joueur de football français le plus titré de l'histoire.** Cette campagne s'inscrit dans la continuité de la stratégie de TCL acteur engagé aux côtés du monde sportif pour continuer à gagner en notoriété auprès du consommateur français. Pour mémoire, en janvier 2023, TCL est devenu le partenaire officiel de la Fédération Française de Rugby (FFR), des équipes de France à XV, et à 7, avec Thomas Ramos comme ambassadeur. Kingsley Coman et Kévin Mayer se joindront donc à lui pour porter les couleurs de TCL, et représenter la marque sur le volet football et athlétisme, durant cette année charnière pour le sport en France. Ces deux derniers champions étaient présents au cours de la soirée, en compagnie de Brawks de Gentle Mates, streamer et ancien joueur pro de sport, pour revenir sur leurs exploits respectifs face à un public composé de retailers et de journalistes. L'occasion pour les équipes de TCL de rappeler les forces et les ambitions de la marque au début d'une année 2024 qui s'annonce sous les meilleurs auspices pour le constructeur.



Kevin Mayer, Brawks, Kingsley Coman

Concrètement la communication de TCL « Au plus près des exploits » s'exprimera sur tous les canaux : à travers des spots publicitaires lors des moments clés de l'année 2024, via des relais sur les réseaux sociaux et sur les médias externes (presse, radios, affichages, etc.) et évidemment avec de la communication en magasin. **Cette campagne prévoit 3 campagnes TV, de l'affichage événementiel durant les JO, avec parallèlement 3 campagnes de PLV en magasin, en lien direct avec les opérations des retailers sur ces périodes qui s'annoncent stratégiques pour la vente de TV en France.**

UNE CAMPAGNE 360° QUI NE SE LIMITE PAS AU SPORT

Inédite, cette campagne englobe également tous les partenariats de TCL conçus avec des acteurs qui sont au plus près de réaliser des exploits. Elle couvre le domaine du sport à travers le partenariat ambitieux avec Gentle Mates, le nouveau géant du sport qui a réussi, en moins d'un an, à remporter des trophées prestigieux à l'échelle française et européenne sur le jeu Valorant et qui ambitionne de devenir une référence mondiale en 2024. Elle porte également sur l'expédition scientifique Polar Pod, menée par Jean-Louis Etienne, qui prévoit la construction du nouveau vaisseau d'exploration maritime destiné à l'étude de l'océan Austral. Précurseur et champion de la technologie Mini-Led sur la TV, TCL, deuxième marque mondiale de téléviseurs, entend capitaliser sur cette campagne pour convaincre toujours plus de consommateurs en France. La marque, déjà numéro deux en France (en volume), affiche des ambitions plus élevées pour 2024. ■





MOTOROLA RÉVÈLE LA COULEUR PANTONE DE L'ANNÉE

Motorola en collaboration avec Pantone a dévoilé la couleur de l'année 2024 : le Peach Fuzz. Pantone, véritable référence dans son domaine est un partenaire de choix de Motorola pour se démarquer sur le marché ultra-concurrentiel des smartphones. **Explications sur la stratégie de la marque en 2024 avec Camille Castinel, Directrice Marketing France et Benelux de Motorola.**

Pourquoi Pantone est-il un partenaire si important pour Motorola ?

Il s'agit d'un partenariat exclusif signé fin 2022 avec Pantone qui constitue une référence dans les domaines de la mode, du design et de l'art. S'adosser à un tel acteur nous permet de gagner en crédibilité et de dynamiser notre image auprès des jeunes générations. C'est un moyen stratégique pour se différencier sur le marché très concurrentiel des smartphones, où la similarité des modèles prédomine. Deux modèles Motorola, le edge40 neo, notre premium abordable et le razr40 ultra, notre modèle iconique, pliant et compact, arboreront la couleur Pantone de l'année 2024 : le Peach Fuzz. Ce partenariat revêt un double intérêt, à la fois en termes d'image et de notoriété qui nous aidera à émerger en linéaire. Et cette année nous allons encore plus loin : nos équipes design ont travaillé conjointement avec celles de Pantone pour créer une nouvelle palette de couleurs pour les gammes 2024, s'inscrivant dans les tendances mode et design du moment, positionnant Motorola dans une esthétique plus « arty ». Chaque couleur a été pensée pour être en phase avec le positionnement spécifique de nos différentes gammes.

Motorola a tissé des liens stratégiques avec des marques prestigieuses. Comment ces partenariats redéfinissent-ils la trajectoire de Motorola en 2024, influençant à la fois son image de marque et ses performances commerciales ?

Motorola a scellé un partenariat d'exception avec Bose depuis 2023, conférant une dimension singulière à notre stratégie. Ces alliances ont un rôle central dans le renforcement de notre empreinte, portant les valeurs d'exigence et de qualité qui nous sont chères. Ce partenariat, couronné de succès, a profondément marqué notre performance lors du Black Friday, propulsant Motorola vers de nouveaux sommets en 2023. En 2024, nos ingénieurs travaillent avec l'équipe de Bose pour développer de nouvelles gammes d'accessoires intégrant des technologies de pointe. Cette synergie prendra forme au cours du second semestre, promettant des avancées significatives. En parallèle, notre alliance olfactive avec Firmenich transforme l'expérience de l'« unboxing » en un moment marquant, ajoutant une touche premium et inoubliable. Dans le domaine sportif, nous sommes fiers d'être devenus, depuis le début 2024, le partenaire majeur de l'Euroleague de Basket pour les deux prochaines années. Ce partenariat stratégique renforcera notre notoriété, particulièrement auprès d'une clientèle plus jeune. Aux États-Unis,



Motorola est déjà le partenaire des équipes emblématiques des Chicago Bulls et des Milwaukee Bucks. Le basketball, porteur de la touche « mode et tendance », s'aligne parfaitement avec l'ADN de la marque Motorola.

Quels sont vos objectifs pour 2024 ?

Forts de nos excellents résultats en 2023 (cf. interview MM307), nous disposons de moyens accrus pour investir en mettant l'accent sur les aspects premium. Côté produits, nous bénéficierons des nouvelles gammes aux couleurs Pantone, mises en avant de manière événementielle en magasin, et de nouveaux accessoires pour présenter un écosystème Motorola complet en linéaire. En résumé, l'année 2024 s'annonce comme une étape décisive pour Motorola. Forts de partenariats stratégiques et d'une approche innovante, nous aspirons à redéfinir les normes de l'industrie tout en répondant aux attentes toujours croissantes de nos consommateurs. ■

LES SALLES DE CINÉMA ONT POURSUIVI LEUR REBOND EN 2023



Les chiffres de 2023 laissent planer un vent d'optimisme pour les salles obscures. Si la fréquentation n'a pas encore retrouvé les niveaux d'avant Covid-19, le retour des spectateurs dans les salles de cinéma françaises s'est en effet poursuivi à bon rythme en 2023, avec une hausse de la fréquentation de près de 19% par rapport à 2022. Bilan.

La dynamique de reprise se poursuit dans les salles de cinéma. Selon les premières estimations du CNC, la fréquentation des salles françaises a en effet atteint 180,76 millions d'entrées en 2023, en hausse de 18,9% par rapport à 2022 année de reprise (152,02 millions d'entrées) et de 89,4% par rapport à 2021 (95 millions d'entrées). Elle réduit ainsi peu à peu l'écart avec les niveaux d'avant Covid-19, affichant un décalage de seulement 13,1% par rapport à la moyenne historiquement élevée des exercices 2017 à 2019 (207,95 millions d'entrées). Ce résultat « confirme la puissante dynamique enclenchée en 2022 », s'est félicité Dominique Boutonnat, président du CNC.

UN ÉTÉ EXCEPTIONNEL

L'année a encore enregistré des coups d'éclats, mais aussi des périodes creuses. Après un premier trimestre profitable (48,63 millions d'entrées, en hausse de 31,5% par rapport à 2022) porté notamment par la continuation d'Avatar : La Voie de l'Eau (5,18 millions d'entrées), mais également les sorties d'Astérix & Obélix : L'Empire du Milieu et d'Alibi.com 2 début février qui ont tous les deux dépassé les 4 millions d'entrées, la fréquentation a égalé son niveau pré-pandémique au mois d'avril (18,53 millions d'entrées, +0,1% par rapport à la moyenne 2017-2019) grâce au succès conjugué de Super Mario Bros et Les Mousquetaires : D'Artagnan, et s'en est encore approché en mai (11,2 millions d'entrées, -2,5% par rapport à la moyenne 2017-2019). Les salles ont ensuite poursuivi leur belle dynamique en été dans le sillage du phénomène Barbenheimer (près de 10,3 millions de spectateurs au cumulé) et de Mission : Impossible – Dead Reckoning Partie 1 (2,6 millions). Près de 33,7 millions d'entrées ont ainsi été enregistrées en juillet et août : 18,21 millions en juillet (+9,1% par rapport à la moyenne 2017-2019) et 15,46 millions en août (-1,3% vs 2017-2019). Des résultats qui ont poussé les analystes à revoir

leurs prévisions pour 2023 autour des 190 millions d'entrées, mais la suite a été « plus difficile à partir de la rentrée avec des niveaux d'environ 20% inférieurs à ceux d'avant crise, notamment en raison de la Coupe du monde de rugby qui a enregistré de belles audiences à la télévision », selon le CNC. Le mois de décembre, malgré les très bons démarrages de Wish – Asha et la Bonne Étoile, Wonka et Les Trois Mousquetaires : Milady, a ainsi clôturé l'année en retrait de 2,1% par rapport à 2022 et de 20,2% par rapport à la moyenne 2017-2019. Il s'agit du moins bon résultat pour un mois décembre depuis 2007. À noter que les opérations tarifaires du Printemps du cinéma et de la Fête du cinéma ont rencontré un large succès en 2023 avec deux semaines à plus de 3,5 millions d'entrées, selon le CNC.

39,8% DE PART DE MARCHÉ POUR LES FILMS FRANÇAIS

Une nouvelle fois le box-office hexagonal a fait la part belle aux blockbusters américains qui dominent le Top 10 de l'année, avec sur le podium Super Mario Bros (7,36 millions

Top 10 box-office - France 2023

	Titres	Distributeur	Entrées salles (millions)	Sortie salles
1	Super Mario Bros, le film	Universal Pictures	7,36	05/04/23
2	Barbie	Warner Bros.	5,84	19/07/23
3	Avatar : la voie de l'eau	The Walt Disney Company	5,18	14/12/22
4	Astérix et Obélix : l'empire du milieu	Pathé	4,56	01/02/23
5	Oppenheimer	Universal Pictures	4,45	19/07/23
6	Alibi.com 2	Studiocanal	4,28	08/02/23
7	Les Gardiens de la galaxie : volume 3	The Walt Disney Company	3,44	03/05/23
8	Les Trois Mousquetaires – D'Artagnan	Pathé	3,34	05/04/23
9	Elementaire	The Walt Disney Company	3,19	21/06/23
10	Indiana Jones et le cadran de la destinée	The Walt Disney Company	2,94	28/06/23

Source : JP Box-Office

d'entrées), Barbie (5,84) et la continuation d'Avatar : Le Voie de l'Eau (5,18 millions), mais 3 films français figurent également dans le Top 10 cette année : Astérix & Obélix : L'Empire du Milieu (4,6 millions), Alibi.com 2 (4,28 millions) et Les Trois Mousquetaires : D'Artagnan (3,34 millions), alors qu'il n'y en avait aucun en 2022. En élargissant au Top 30, 4 autres longs-métrages français apparaissent : 3 Jours Max de Tarek Boudali (1,9 million), Miraculous – le Film (1,6 million), Les Trois Mousquetaires : Milady et la Palme d'or 2023 Anatomie d'une Chute de Justine Triet (1,3 million). En 2023, la part de marché des films français s'est ainsi maintenue à un niveau élevé, s'établissant à 39,8% (vs 41,1% en 2022 et 37,2% en moyenne sur 2017-2019) pour un cumule de 71,9 millions d'entrées, en baisse de seulement 7% par rapport à la moyenne 2017-2019. De leur côté, les productions américaines ont attiré 74,7 millions de spectateurs en 2023, soit une part de marché de 41,3% (41,4% en 2022 et 48,4% en moyenne sur 2017-2019), mais une baisse de 25,8% par rapport à la moyenne d'avant-crise. De fait, l'offre de films américains, qui s'est contractée depuis le début de la crise sanitaire et a été impactée par la grève des scénaristes et des acteurs à Hollywood, n'a pas retrouvé en 2023 le volume de sorties des années pré-Covid avec 81 films sortis, contre 127 films en moyenne chaque année sur la période 2017 à 2019. Enfin, les œuvres d'autres nationalités ont réalisé 18,9% de part de marché (17,5% en 2022 et 14,4% en moyenne sur 2017-2019) et 34,1 millions d'entrées en salles, en hausse de +14,3%. Au total, 42 films ont dépassé le million de spectateurs en France en 2023, dont deux continuations (Avatar : La Voie de l'Eau et Le Chat Potté 2, sortis en décembre 2022) et 16 plus de deux millions.

L'UNE DES MEILLEURES REPRISES AU MONDE

Au plan mondial, la France, avec une fréquentation en baisse de seulement 13,1% comparée à l'ère pré-Covid, est l'un des territoires où la reprise de la fréquentation est la plus dynamique. Et ce, grâce à la production nationale, note le CNC. A titre de comparaison, bien que les entrées aient augmenté de 58,6% à 70,6 millions en Italie en 2023 par rapport à 2022, elles sont restées inférieures de 23,2% par rapport à la moyenne 2017-2019, selon Cinetel. La tendance est la même en Espagne avec un box-office en hausse de 26% par rapport à 2022 à 74,9 millions d'entrées, mais encore en retrait de 24% par rapport à la moyenne pré-Covid, selon Comscore Movies Espagne. Et, selon les estimations de Comscore, à fin novembre 2023, l'Allemagne enregistrait un retard de 14% par rapport à la moyenne 2017-2019 et la Corée du Sud de 47%. La reprise enregistrée dans les salles françaises est également plus importante que celle observée aux Etats-Unis. Selon les estimations du

cabinet Gower Street Analytics, les recettes des salles nord-américaines (Etats-Unis et Canada) ont atteint 9,1 milliards de dollars en 2023 (soit 26,8% du marché mondial), en hausse de 21% par rapport aux 7,5 milliards de dollars en 2022, mais encore inférieures de 21% par rapport à la moyenne des trois années pré-pandémiques. En revanche, le box-office chinois qui a augmenté de 83% par rapport à 2022, terminant l'année avec 7,71 milliards de dollars de recettes, affiche un recul de seulement 6% par rapport à la moyenne 2017-2019. Selon l'institut britannique, le seul pays du Top 15 mondial à avoir terminée l'année 2023 avec des recettes en progression par rapport la moyenne 2017-2019 a été les Pays-Bas (+3%). Au total, le box-office mondial a atteint 33,9 milliards de dollars de recettes en 2023, en hausse de 30,5% par rapport à 2022, selon Gower Street Analytics. Toutefois les recettes mondiales restent inférieures de 15% par rapport à la moyenne 2017-2019. Le marché international, hors Chine, a de son côté généré 17,1 milliards de dollars l'an dernier (+ 20% vs 2022 et -15% vs 2017-2019).

Pour ce qui est de 2024, le cabinet d'analyses Gower Street Analytics s'attend à une baisse de 7% du box-office mondial à 31,5 milliards de dollars. Un ralentissement attendu qui s'explique par l'impact de la grève des scénaristes et des acteurs américains sur le calendrier de sorties en 2024, avec le report d'un certain nombre de films sur 2025. Le box-office nord-américain est ainsi estimé par l'institut à 8 milliards de dollars de recettes en 2024 (-11% vs 2023) et le box-office international (hors Chine) à 15,6 milliards de dollars (-7% vs 2023). Mais nul doute que le marché français, qui pourra une nouvelle s'appuyer sur une offre locale porteuse pour séduire le public, saura faire preuve d'une forme de résilience. ■





SEVEN SEPT FÊTE SES 30 ANS

Co-fondée en février 1994 par Véronique Borgé-Poirier, Michel Poirier et Samuel et Victor Hadida, Seven Sept fête cette année ses 30 ans. Pour l'occasion, nous avons rencontré **Véronique Borgé-Poirier, directrice commerciale et marketing de la société.**

Seven Sept fête cette année ses 30 ans d'existence. Où en êtes-vous aujourd'hui ?

Cela fera en effet 30 ans le 24 février prochain que Seven Sept a été créée et nous avons toujours la même énergie et la même volonté de défendre le marché de la vidéo physique. L'âge d'or du DVD avec ses immenses succès comme Seven ou Le Seigneur des Anneaux est loin derrière nous, mais nous y croyons toujours fermement. Nous n'avons pas peur de mettre les mains dans le cambouis et de nous remettre en question constamment. C'est ce qui nous permet d'être dynamiques sur des décisions tant commerciales que stratégiques et d'être encore là. Il faut bien admettre qu'au-delà de tout, nous aimons notre métier. Le marché est certes compliqué, mais il ne faut pas être fataliste, il existe toujours un public de cinéphiles attachés aux supports physiques. Dès lors que les titres sont bien marketés avec le bon positionnement et qu'un travail éditorial poussé est réalisé avec des éditions de qualité (éditions collector limitées, Steelbook, Blu-ray 4K...), les ventes arrivent à se maintenir. Le moteur numéro 1 du marché aujourd'hui, c'est la qualité et nous avons ainsi notamment enregistré d'excellents résultats l'an dernier, tout d'abord chez Metropolitan avec les sorties en plusieurs éditions de « John Wick : Chapitre 4 », « Mayday », « Evil Dead Rise »...etc. Nous avons eu également le privilège de co-éditer et distribuer le film aux 7 Oscars : « Everything Everywhere All At Once » (Original Factory) et avec nos autres partenaires des éditions telles que « Doctor Who » saison 13 (FTD), « Vaincre ou Mourir » (Puy du fou), « Limbo » (Kinovista), les coffrets des saisons 1,2 et 3 de la série « Chosen » (Saje) ou encore la réédition en combo 4K/Blu-ray du film « Lifeforce » (Sidonis)...

Quels éditeurs distribuez-vous ?

Comme vous l'avez compris, notre principal éditeur distribué reste Metropolitan Filmexport qui est notre partenaire privilégié et maison mère depuis fin 2016. Nous assurons en outre la distribution de France TV Distributions depuis 2020 mais également de tout ou parties des catalogues de Condor, Blaq Out, F.I.P., Rimini Editions, Sidonis Calysta, Saje Distribution, Septième Factory, Program Store, Swift Productions et depuis janvier 2022 nous avons commencé nos co-éditions avec Originals Factory, et trois nouveaux distribués, Nour Films, Kinovista et le Puy du Fou, nous ont par ailleurs rejoints en 2023. Et depuis le 1^{er} janvier 2024, nous sommes heureux d'accueillir TF1 Studio pour qui nous avons

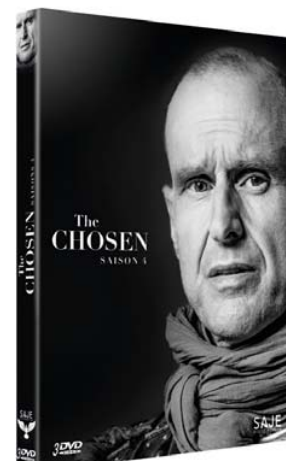


joué un rôle de conseiller marketing et commercial au début de Seven Sept et qui nous confie aujourd'hui l'édition et la distribution de sa vidéo physique. On peut dire que la boucle est bouclée.

Nous sommes bien sûr toujours à la recherche et en capacité d'accueillir de nouveaux distribués. Nous sommes très impliqués avec chacun de nos partenaires avec qui nous travaillons main dans la main sur chaque sortie et à qui nous apportons tout notre savoir-faire de distributeur mais également d'éditeur. Notre philosophie depuis la création de Seven Sept n'est pas de multiplier les catalogues mais de construire des partenariats sur le long-terme. Nous avons instauré une vraie relation de confiance et de transparence avec nos distribués avec qui, pour certains, nous n'avons cessé leur distribution depuis plus de 15 ans.

Quelles sont les modalités de l'accord passé avec TF1 Studio ?

Concrètement, nous avons signé un contrat de licence sur une durée limitée avec TF1 Studio. Nous prenons ainsi désormais en charge l'ensemble des prestations éditoriale, marketing, fabrication et de commercialisation des nouveautés cinéma, patrimoine, séries TV et jeunesse de leur catalogue sur supports physiques. Une sélection du catalogue de TF1 Studio sera par ailleurs transférée chez Seven Sept à partir du 1^{er} avril. Nous récupérons ainsi près de 80 références (le 80/20 de leur catalogue). Cet accord nous permet de renforcer notre offre d'une belle sélection de titres en totale complémentarité avec notre line-up.



visuels non contractuel

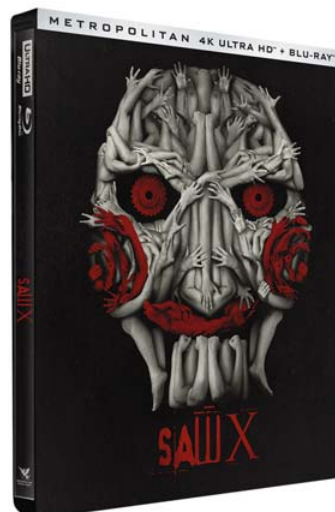
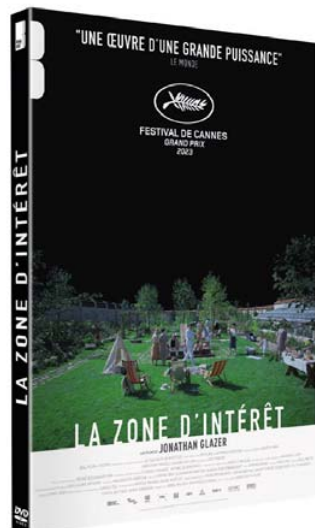
Concrètement, quels seront les titres à suivre en 2024 du côté de TF1 Studio ?

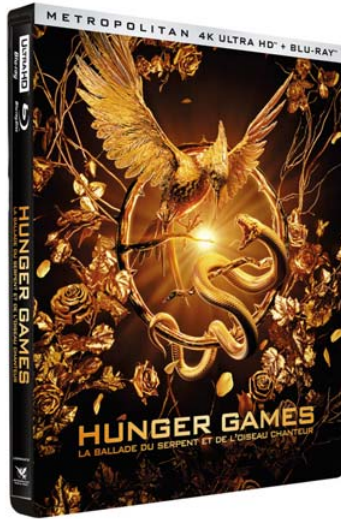
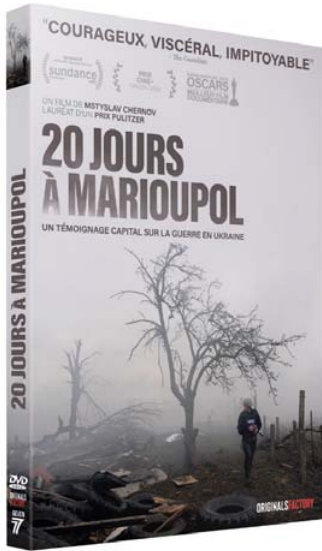
Une belle programmation nous attend chez TF1 Studio, riche majoritairement de comédies et séries françaises. Nous avons ainsi débuté l'année avec la sortie le 27 janvier de « Veuillez nous Excuser pour la Gêne Occasionnée » d'Olivier Van Hoofstadt (Dikkenek) avec Artus et Elsa Zylberstein. Nous poursuivrons le 22 mars avec la comédie dramatique « L'Arche de Noé » de Bryan Marciano, suivie début mai de « Kina & Yuk : Renards de la Banquise », conte animalier familial raconté par Virginie Efira qui devrait atteindre les 300 000 entrées au cinéma, mais également de la comédie « Chasse Gardée » de Frédéric Forestier et Antonin Furlon avec Didier Bourdon, Hakim Jemili, Camille Lou et Thierry Lhermitte. Sorti en salles le 20 décembre dernier, le film est un vrai succès, il vient de dépasser les 1,5 million de spectateurs après 5 semaines à l'affiche. Nous éditerons également au 2^e trimestre la comédie dramatique « Au Fil des Saisons » avec Catherine Deneuve (le 21 février au cinéma). A noter par ailleurs, la sortie du « Nom de la Rose » de Jean-Jacques Annaud en édition collector 4K/Blu-ray avec plus de 5 heures de bonus et dans un tout nouveau master 4K, prévue en programmation début mai. Quelques belles pépites nous attendent également au 2^e semestre avec notamment la comédie « Nous,

Les Leroy » de Florent Bernard, emmenée par Charlotte Gainsbourg et José Garcia, qui vient de remporter le Grand Prix du Festival de l'Alpe d'Huez 2024 (en salles le 10 avril) mais aussi « Ici et Là-Bas », la nouvelle comédie de Ludovic Bernard (L'Ascension, Lupin) avec Ahmed Sylla, Hakim Jemili et Hugo Becker (le 17 avril au cinéma). A côté de ses nouveautés cinéma, on retrouvera bien évidemment les séries TV phares de TF1 comme « Clem » et « Les Bracelets Rouges » ainsi que ses grandes licences enfants telle que « Pat' Patrouille ».

Au-delà de TF1 Studio, quels seront les temps forts de votre line-up dans les prochains mois, notamment chez Metropolitan Filmexport ?

Metropolitan dispose d'un très beau line-up cinéma sur le 1^{er} trimestre avec notamment les sorties d'« Expendables 4 » (le 15 février), « Saw X » (le 29 février) et « Hunger Games : La Ballade du Serpent et de l'Oiseau Chanteur » (le 22 mars), sans oublier « Coup de Chance » de Woody Allen (le 27 janvier) et « Silent Night » de John Woo (le 29 février). Pour ce qui est du 2^e trimestre, nous reviendrons avec le biopic « Flo » consacré à Florence Arthaud qui a réuni près de 280 000 spectateurs en salles, ainsi que deux nouveaux films du studio A24, la comédie fantastique « Dream Scenario » avec Nicolas Cage et « Iron Claw » interprétée par Zac Efron (le 24 janvier au cinéma). Du côté des DTV





et rééditions, nous distribuerons notamment le film d'action « Saints and Sinners » de Robert Lorenz avec Liam Neeson (le 12 avril), mais également « Spider » de David Cronenberg en édition Blu-ray collector limitée (le 2 mai) et « Le Festin Nu » dans une magnifique édition digipack collector Blu-ray 4K + Blu-ray limitée. Metropolitan prépare par ailleurs la sortie en Blu-ray 4K de la Trilogie Park Chan-Wook qui profitera également d'une ressortie salles en mars.

Le second semestre en sorties vidéo s'annonce également très fort avec les sorties de « Race For Glory : Audi vs Lancia » de Stéphane Mordini avec Daniel Brühl et Riccardo Scarmacio (le 7 février en salles) et du thriller « Black Flies » porté par Sean Penn (le 3 avril au cinéma). On retrouvera également « Imaginary », la nouvelle création fantastique des studios Blumhouse (le 6 mars en salles), « Immaculée », un film d'horreur avec l'une des actrices phares d'Euphoria, Sydney Sweeney (le 20 mars en salles) ou encore Civil War, film d'anticipation d'Alex Garland avec Kirsten Dunst (le 17 avril en salles). D'autres beaux succès en perspective devraient également arriver dans les salles pour une programmation sur le 4^e trimestre....

Et chez vos autres distributeurs ?

Du côté de France TV Distribution, nous sortirons le 15 février de nouveaux épisodes inédits de la série culte de la BBC « Doctor Who » qui fête ses 60 ans cette année, suivie le 29 février de la 2^e saison de la série « César Wagner » qui cartonne sur France 2 avec 25% de PdA et le 22 mars de la 7^e saison du docu-fiction « La Guerre des Trônes, la Véritable Histoire de l'Europe », présenté par Bruno Solo. Sur le 2^e trimestre, nous reviendrons avec « Vivre avec les Loups », nouveau documentaire de Jean-Michel Bertrand sorti en salles le 24 janvier dernier, mais également les suites de nombreuses séries à succès comme la saison 3 – épisodes 8 à 10 – des « Petits Meurtres d'Agatha Christie », la 7^e saison de « Capitaine Marleau » et la 5^e saison d'« Astrid & Raphaëlle », et le très jolie film d'animation « Sirocco et le Royaume des Courants d'Air », sorti en salles le 13 décembre dernier et qui a obtenu le prix du public à Annecy, prévu pour une sortie vidéo le 3 mai. Enfin, sur le 2^e semestre, nous aurons de

nouvelles séries à défendre telles que la « Fortune de France », adaptée de la saga littéraire de Robert Merle réalisée par Christopher Thompson et avec Nicolas Duvauchelle, et en fin d'année, la 1^{ère} saison de la série événement « Zorro » avec Jean Dujardin. Une nouvelle édition inédite d'« Apocalypse » est également prévue à l'occasion des 80 ans du débarquement.

Pour ce qui est de Sidonis Calysta, nous distribuerons notamment une édition collector digibook limitée Blu-ray 4K + Blu-ray + Livre du film très attendu « Hitcher » de Robert Harmon (en avril). De très belles sorties sont également programmées chez Condor, Nour ou encore Saje Distribution avec notamment le film de science-fiction « Alienoid : les Protectors du Futur » de Dong-Hoon Choi (en DVD, Blu-ray et Blu-ray 4K le 29 février chez Condor), « L'Arbre aux Papillons d'Or » de Pham Thiên Ân, récompensé par la

Caméra d'or au dernier Festival de Cannes (en combo blu-ray + DVD le 27 janvier chez Nour), la 4^e saison de la série événement « The Chosen » (le 22 mars chez Saje), « Zone d'Intérêt » de Jonathan Glazer qui avait reçu le prix du public au Festival de Cannes l'année dernière (le 6 juin chez Blaq Out) et également le documentaire Ukrainien réalisé par Mstyslav Chernov « 20 Jours à Marioupol » (co-édition avec Original Factory), nommé aux Oscars cette année dans la catégorie meilleur documentaire.

Quelles sont vos prévisions pour le marché de la vidéo pour 2024 ?

J'ai une réelle inquiétude pour le marché avec la centralisation chez un seul et même distributeur des catalogues des grands studios américains. Une sélection va inévitablement être opérée sur ces catalogues, ce qui va entraîner mécaniquement une perte de chiffre d'affaires pour l'ensemble des enseignes. Ce à quoi il faudra également rajouter, en raison de la grève des scénaristes et des acteurs, les différents reports de films qui sortiront en vidéo en 2025 dû à leur sortie salles qui seront décalés sur la fin de cette année... Par conséquent, je pense malheureusement qu'il faut s'attendre à ce que le marché soit davantage impacté cette année versus 2023 qui avait enregistré une baisse de -15,4% en valeur. ■

HAUTE TENSION

ÉDITION LIMITÉE ETUI / STEELBOOK

4K ULTRAHD™ + **Blu-ray Disc** + **BLU-RAY BONUS**



20 MARS

À L'INTÉRIEUR

ÉDITION LIMITÉE ETUI / DIGIPACK

Blu-ray Disc + **DVD BONUS**



24 AVRIL

Bloodsport

ÉDITION LIMITÉE VHS-BOX

4K ULTRAHD™ + **Blu-ray Disc** + **DVD VIDEO**
+ **BLU-RAY BONUS** + **GOODIES**



12 JUIN

ET DES CENTAINES D'AUTRES RÉFÉRENCES À DÉCOUVRIR SUR ESC-DISTRIBUTION.COM
BÉNÉFICIEZ DE - 10% SUR TOUS NOS PRODUITS EN PRÉCOMMANDE !

ESCD ET DISNEY ARRIVENT EN FORCE EN 2024



Une très belle année se profile pour ESCD et Disney qui ont entamé leur collaboration le 1^{er} janvier dernier. Entre nouveautés cinémas et rééditions de films culte, le programme s'annonce en effet chargé. Tour d'horizon des sorties Disney chez ESCD en 2024.

The Walt Disney Company France a confié, depuis le 1^{er} janvier 2024, la gestion de l'ensemble des prestations éditoriales et commerciales de son catalogue auprès des détaillants en France et au Benelux à ESCD. Une collaboration qui a débuté sur les chapeaux de roue avec la sortie en janvier d'**Indiana Jones et le Cadran de la Destinée** (le 10/01), **Le Manoir Hanté** (le 17/01) et **Mystère à Venise** de Kenneth Branagh (le 24/01), mais également des premières saisons des séries Disney+ **The Mandalorian** et **Loki** en éditions Steelbook limitées 2 Blu-ray 4K + 2 Blu-ray. « Nous allons poursuivre sur notre lancée en février avec la sortie en éditions Blu-ray 4K + Blu-ray Steelbook limitées de **The Mandalorian saison 2** (le 07/02) et de la série **WandaVision** (le 28/02), annonce Ninon Hyenne, cheffe de produit The Walt Disney Company chez ESCD. Toujours en février, nous éditerons également le prequel de la saga Predator, **Prey** en DVD, Blu-ray et combo UHD 4K + Blu-ray (le 14/02). Un film jusqu'à présent exclusif à Disney+ ».

UN LINE-UP CINÉMA DENSE AVEC LE RETOUR DE GRANDES LICENCES

Derrière, l'éditeur/distributeur pourra s'appuyer sur de très belles nouveautés cinéma, à commencer par le film de science-fiction **The Creator** de Gareth Edwards (755 000 entrées en salles) attendu en DVD, Blu-ray et Blu-ray 4K le 7 février. « Nous enchaînerons le 13 mars avec la sortie en DVD, Blu-ray, combo Blu-ray 4K + Blu-ray et édition Blu-ray 4K + Blu-ray Steelbook nationale de **The Marvels** de Nia DaCosta, fait savoir Ninon Hyenne. Sorti au cinéma le 8 novembre dernier, le film a terminé sa carrière juste en dessous des 800 000 entrées. Un résultat en dessous des films précédents mais nous restons plus que confiant quant à sa sortie en vidéo. Ant-Man et la Guêpe : Quantumania a notamment dépassé les 38 000 pièces écoulées

à 8 semaines cet été, et dernièrement le troisième volet des Gardiens de la Galaxie 65 000 unités. Nous partons pour **The Marvels** sur une mise en place au lancement autour de 60 000 unités, toutes éditions confondues. Des box seront notamment déployés en magasins afin de soutenir ce lancement. Suivra 15 jours plus tard, le 29 mars, le film d'animation **Wish : Asha et la Bonne Étoile**. Un conte magique mêlant tradition et modernité, riche de références aux grands classiques du studio, qui s'inscrit dans la plus pure tradition des films de fin d'année de Disney. Sorti en salles le 29 novembre dernier en France, le long-métrage a très bien performé, cumulant plus de 2,7 millions d'entrées. De notre côté, nous le sortirons en DVD, Blu-ray et édition Blu-ray Steelbook moyennant une mise en place au lancement de 70 000 pièces. Nous allons tout faire pour soutenir cette sortie avec notamment le déploiement d'une gamme complète de PLV. De belles surprises nous attendent également sur le 2^e semestre. Et ce, malgré le report de certains films comme **Blanche-Neige et Captain America : Brave New World** en raison de la grève des scénaristes et des acteurs aux États-Unis. Nous reviendrons ainsi notamment sur la fin d'année avec **Vice-Versa 2**, suite du film d'animation à succès de Pixar sorti en 2015 (plus de 4,5 millions d'entrées en France). Programmé en salles le 19 juin prochain, le long-métrage est particulièrement attendu. Pour preuve, la première bande-annonce du film a battu un record historique de visionnage pour sa première journée avec 157 millions de vues en 24h. Nous bénéficierons également du retour au cinéma de grandes franchises avec la sortie de **La Planète des Singes : Le Nouveau Royaume** (le 8 mai en salles, soit 7 ans après le dernier volet de la saga), **Alien : Romulus** (le 14 août au cinéma) mais également **Deadpool 3** avec Ryan Reynolds et Hugh Jackman, côté Marvel (le 24 juillet en salles) ».

SAISIR TOUTES LES OPPORTUNITÉS POUR FAIRE VIVRE LE CATALOGUE

Des licences qui vont porter tout le catalogue. « Nous serons attentifs à toutes les opportunités afin de promouvoir le catalogue, assure Ninon Hyenne. Nous profiterons ainsi de la sortie en salles de ces grandes sagas



pour remettre en avant les précédents opus et monter des opérations cross-studios en travaillant sur des thématiques communes. **De nombreux temps forts sont ainsi prévus tout au long de l'année autour des grandes collections du studio.** L'idée est de s'inscrire dans la continuité du travail de Disney, tout en y apportant notre vision. De la même manière, **nous allons remettre en avant cette année de nombreux coffrets autour de ces licences,** aujourd'hui indisponibles. Tout sera ainsi mis en œuvre pour ne rien rater. »

LA 4K À L'HONNEUR

En parallèle, ESCD va opérer un travail de fond sur le catalogue de Disney, en rééditant notamment de nombreux films du studio en Blu-ray 4K. « Dès que nous aurons l'opportunité de sortir un titre sur le format, nous le sortirons. Nous n'allons pas nous limiter, assure Ninon Hyenne. Nous venons ainsi de sortir le 24 janvier une magnifique édition Blu-ray 4K + 2 Blu-ray avec fourreau de **Titanic**, enrichie de plus de 15 heures de suppléments dont un nouveau documentaire, *Titanic : A Cœur Ouvert*, avec de nouveaux entretiens de James Cameron, Jon Landau et Kate Winslet, à l'occasion du 25^e anniversaire du film. À noter également la sortie en exclusivité à la Fnac d'une édition collector du film avec un magnifique livre relié et des reproductions des accessoires mythiques du film. Nous préparons par ailleurs la sortie de nouvelles éditions **d'Avatar et**

Avatar : La Voie de l'Eau. Nous proposerons ainsi le 21 février une édition Blu-ray 4K + 2 Blu-ray Steelbook limitée du premier opus en version cinéma originale remasterisée avec Dolby Vision, suivie le 13 mars d'une édition collector limitée Blu-ray 4K + 3 Blu-ray, regroupant les 3 versions du film en Blu-ray 4K avec Dolby Vision et plus de 10 heures de suppléments dont de nombreux bonus inédits, mais également d'une édition collector limitée Blu-ray 4K + 3 Blu-ray d'*Avatar : La Voie de l'Eau*, comprenant le Blu-ray 4K du film avec Dolby Vision et le Blu-ray ainsi que 2 Blu-ray réunissant plus de 8 heures de bonus dont de nouvelles scènes coupées. D'autres films de James Cameron très attendus en 4K arriveront à la fin du mois de mars en combo Blu-ray 4K + Blu-ray : **Abyss** (1989), **Aliens, le Retour** (1986) et **True Lies** (1994). Enfin, nous préparons la sortie le 13 mars sur le format de **Blanche Neige et les Sept Nains** (1937), premier long-métrage de la collection Disney, dans une très belle édition Blu-ray 4K + Blu-ray avec fourreau, ainsi que **Cendrillon** (1950), au mois de mai. » Au-delà de la 4K, ESCD entamera à partir du 17 avril la réédition de grands classiques du studio en Blu-ray, en commençant par **Cocktail** de Roger Donaldson, **Le Règne du Feu** de Rob Bowman, **Maman, J'ai Raté l'Avion !**, **Maman, J'ai Encore Raté l'Avion !** ou encore **Percy Jackson : Le Voleur de Foudre et La Mer des Monstres**, aujourd'hui indisponibles dans ce format. « D'autres titres du catalogue vont arriver sur l'année que ce soit en Blu-ray 4K ou Blu-ray. Nous souhaitons vraiment explorer toutes les possibilités du catalogue Disney », certifie Ninon Hyenne. ■

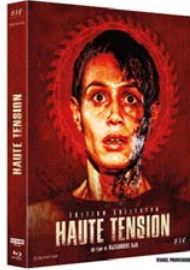


LA DERNIÈRE MAISON SUR LA GAUCHE

SORTIE :
21/02/2024

Genre : Epouvante/Horreur / Editeur : ESC Editions / Distribution : ESC Distribution / Supports : DVD / Blu-ray / Prix : 14,99 euros (DVD) et 49,99 euros (Cult'Edition 3 Blu-ray)

EDITIONS COLLECTOR ET FILMS CULTES CHEZ ESC EDITIONS



ESC Editions revient en force sur ce début d'année avec un line-up qui fait une nouvelle fois la part belle aux collectors. Le mois de février marquera ainsi le retour de la collection Cult'Edition avec la sortie de *La Dernière Maison sur la Gauche* (1972), première film de Wes Craven (inédit en Blu-ray), dans une édition collector 3 Blu-ray + goodies + livre de 52 pages, limitée à 2 000 exemplaires. « Une édition ultime, sorte de bible du film, qui regroupe les 4 versions du long-métrage : Unrated, R-Rated, Krug & Company

Cut et version VHS pour les nostalgiques. Le tout accompagné de près de 14 heures de suppléments dont 3 bonus inédits. On retrouvera ainsi notamment une interview d'Alexandre Aja qui parle de l'héritage de Wes Craven mais également un entretien inédit de plus d'1h autour de la représentation des femmes dans le rape-and-revenge avec Célia Sauvage, Clara Sebastiao et Violaine de Charnage ainsi qu'une master class de près d'1h de Jean-Baptiste Thoret », fait savoir Clément Delpech, chef de produits d'ESC Editions. **L'éditeur reviendra ensuite le 6 mars avec les thrillers Fenêtre sur Pacifique (1990) de John Schlesinger et Flic et Rebelle (1989) de Jack Sholder en combo Blu-ray + DVD limités**, ainsi que la comédie d'action *Mon Voisin le Tueur* (2000) de Jonathan Lynn en Blu-ray et *L'Amour est un Grande Aventure* (1989) de Black Edwards en DVD et Blu-ray. « **Nous enchaînerons le 20 mars avec la sortie d'une édition collector Blu-ray 4K Steelbook + 2 Blu-ray limitée**

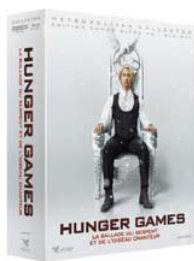
de Haute Tension d'Alexandre Aja (inédit en Blu-ray jusque-là), annonce Clément Delpech. Un autre gros morceau qui vient ouvrir un cycle sur le cinéma de genre français chez nous. Le film sera présenté pour l'occasion en UHD 4K Dolby Vision et Dolby Atmos et enrichi d'une pléthore de bonus dont un documentaire inédit sur la nouvelle vague du French New Horror, dirigé par Rafik Djoumi avec Alexandre Aja, Mathieu Turi, Julien Maury et Alexandre Bustillo et des entretiens inédits d'Alexandre Aja, du co-scénariste Grégory Levasseur et du directeur de la photographie Maxime Alexandre. Enfin sur avril, nous sortirons un 2^e film de genre français, inédit en Blu-ray, **le film d'horreur A l'Intérieur (2007) de Julien Maury et Alexandre Bustillo que nous proposerons dans une édition combo Blu-ray DVD limitée (le 24 avril)** et un inédit de Roger Corman : *Bloody Mama* (1970) avec Robert De Niro dans une édition collector limitée Blu-ray + DVD + livret de 32 pages (le 10 avril) ».

HUNGER GAMES : LA BALLADE DU SERPENT ET DE L'OISEAU CHANTEUR

SORTIE : 22/03/2024

Genre : Action / Aventure / Editeur : Metropolitan / Distributeur : Seven Sept / Entrées salles : 1,74 million / Supports : DVD / Blu-ray / Blu-ray 4K / Prix : 19,99 euros (DVD), 24,99 euros (Blu-ray), 34,99 euros (éd. Steelbook limitée Blu-ray 4K + Blu-ray), 44,99 euros (coffret DVD 5 films), 49,99 euros (éd. collector limitée Blu-ray 4K + Blu-ray), 59,99 euros (coffret Blu-ray 5 films) et 89,99 (coffret Blu-ray 4K 5 films).

AUX ORIGINES DE HUNGER GAMES



Huit ans après *Hunger Games : La Révolte* partie 2, la saga dystopique aux près de 11 millions d'entrées en salles et plus de 1,2 million de vidéo écoulées dans l'Hexagone, adaptée de l'œuvre de Suzanne Collins (3 millions de livres vendus en France), a fait son grand retour au cinéma dans un 5^e volet intitulé *Hunger Games : la Ballade du Serpent et de l'Oiseau Chanteur*. Un prequel adapté du roman homonyme de Suzanne Collins publié en 2020 (plus de 180 000 exemplaires vendus en France) dont l'histoire se déroule 64 ans avant les aventures de

Katniss Everdeen et revient sur la jeunesse du Président de Panem, Coriolanus Snow, antagoniste principal de la tétralogie. « Sorti en salles le 15 novembre dernier, le film mis en scène par Francis Lawrence, déjà aux commandes des 3 derniers opus de la franchise, a dépassé les 1,7 million d'entrées en France à ce jour, indique Nicolas Rioult, responsable projets vidéo de Metropolitan Films. Un bon résultat, surtout pour un film d'une durée conséquente (2h37) et d'une saga dont le dernier volet remonte à près de dix ans déjà. De notre côté, nous le sortirons en vidéo physique le 22 mars prochain. **Quatre éditions seront proposées : un DVD, un Blu-ray, une édition Steelbook 4K UHD + Blu-ray limitée (avec Dolby Vision et Dolby Atmos) et notre édition phare, un coffret collector 4K UHD + Blu-ray limité, incluant l'édition Steelbook, la broche officielle du film, l'insigne des Mentors, 2 magnets et une affiche collector.** Nous souhaitons réitérer le principe appliqué sur notre édition spéciale de

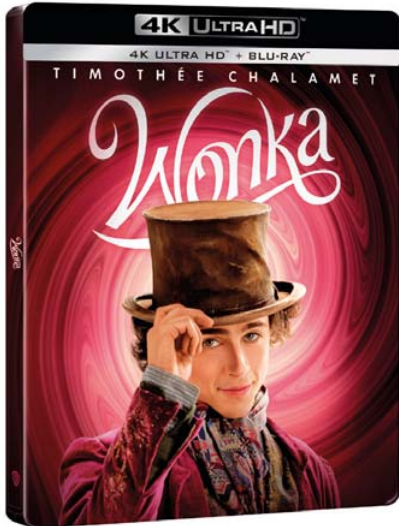
John Wick Chapitre 4 en 2023 qui proposait des goodies et qui avait été rapidement écoulee. Nous cherchons en effet à valoriser ces objets collector qui rendent l'édition physique unique. Nous voulions également poursuivre l'esprit des précédentes éditions de *Hunger Games* dont chaque film avait donné lieu à un coffret collector. A noter que les suppléments vidéo tiennent également une place importante dans chaque édition et sont conséquents, avec notamment un making-of en plusieurs parties (plus de 2h30) et un documentaire exceptionnel sur la fabrication sur les éditions UHD et Blu-ray. **En parallèle de ces éditions, nous sortirons des coffrets DVD, Blu-ray et 4K UHD regroupant les 5 opus.** Côté mise en place, nous partons sur une implantation d'environ 50 000 unités, toutes éditions confondues. Cette sortie s'accompagnera d'une campagne télévisée ciblée mais également d'une campagne digitale, les deux premières semaines de la sortie. »

WONKA

SORTIE :
24/04/2024

Genre : Aventure / Famille / **Editeur :** Warner Bros. / **Distributeur :** Warner Bros. Discovery / **Entrées salles :** 3,5 millions /
Supports : Blu-ray 4K / Blu-ray / DVD / VoD / EST / **Prix :** 19,99 euros (DVD), 24,99 euros (Blu-ray) et 34,99 euros (éd. Steelbook Blu-ray 4K + Blu-ray)

WILLY WONKA SE PRÉPARE À ENCHANTER LES LINÉAIRES



Dix-huit ans après Charlie et la Chocolaterie de Tim Burton et alors que le film de Mel Stuart porté par Gene Wilder a soufflé ses cinquante-deux bougies, Willy Wonka a fait un retour plus que remarqué au cinéma le 13 décembre dernier sous les traits de Timothée Chalamet dans Wonka. Un préquel musical et enchanteur sur la genèse du célèbre chocolatier imaginé par Roald Dahl que Warner Bros. Discovery proposera de redécouvrir en DVD, Blu-ray et Blu-ray 4K Steelbook le 24 avril prochain.

Le Bon Gros Géant, Sacrées Sorcières, Fantastic Mr Fox, Matilda, James et la Grosse Pêche... l'œuvre de Roald Dahl continue de fasciner plus de 30 ans après sa mort et d'inspirer les plus grands réalisateurs et scénaristes. Au cœur de l'univers imaginé par l'auteur britannique, son best-seller Charlie et la Chocolaterie (1964) tient une place à part. Adapté au cinéma à deux reprises, une première fois en 1971 par Mel Stuart, puis une seconde en 2005 par Tim Burton, il est aujourd'hui le fondement de Wonka, sorti en salles le 13 décembre dernier. Un préquel haut en couleur librement inspiré du classique de Roald Dahl signé Paul King, co-scénariste et réalisateur de Paddington et

sa suite. Porté par Timothée Chalamet, qui succède à Gene Wilder et Johnny Depp dans le rôle de l'extravagant Willy Wonka, mais également Olivia Colman, Hugh Grant, Rowan Atkinson ou encore Keegan-Michael Key, le long-métrage s'intéresse à la jeunesse du célèbre chocolatier, bien avant que le jeune Charlie ne gagne un ticket d'or. Et le moins que l'on puisse dire c'est que la magie a opéré. « Positionné comme le blockbuster familial de fin d'année, Wonka a su surfer sur les vacances de Noël pour faire le plein de spectateurs, bénéficiant d'un excellent bouche-à-oreille, confie Alexandra Bougartchev, Vice-présidente sales France & Benelux de Warner Bros. Discovery. **Après 7 semaines à l'affiche, le film cumule plus de 3,5 millions d'entrées en France.** Une vraie belle réussite, au-delà de nos attentes. Nous sommes aujourd'hui impatients de le sortir en vidéo ».

UNE FRIANDISE PARFAITE
POUR PÂQUES

Programmé le 24 avril en vidéo physique et VoD (le 11 avril en EST), Wonka se taillera assurément une place importante dans les rayons. Et ce d'autant que le timing est parfait avec une date de sortie en plein milieu des vacances de printemps et donc de Pâques. « Trois éditions nationales seront proposées pour l'occasion : un DVD, un Blu-ray et une édition Blu-ray 4K +

Blu-ray Steelbook, auxquelles s'ajouteront deux éditions Blu-ray 4K Steelbook spécifiques enseignes, annonce Anne-Joelle Casenaz-Dewavrin Marketing Director Games & Films de Warner Bros. Discovery. Des éditions très colorées et très gourmandes sur le thème de la chocolaterie et de la confiserie ». « **Côté mise en place, nous partons sur un objectif d'un peu plus de 65 000 pièces, toutes éditions confondues, au lancement.** Après tout dépendra de la continuité du film qui est toujours programmé en salles, indique Alexandra Bougartchev. Un objectif conforté par les résultats de Charlie et la Chocolaterie qui se vent toujours aussi bien en opération et qui a notamment très bien fonctionné dans notre opération de Noël. C'est un grand classique de notre catalogue ». « Pour accompagner cette sortie, nous travaillons sur une campagne média essentiellement axée en digital sur les réseaux sociaux, avec en renfort des dispositifs événementiels plus spécifiques sur des sites orientés familles, fait savoir Anne-Joelle Casenaz-Dewavrin. Un important dispositif de PLV aux couleurs du film sera par ailleurs mis en œuvre en magasins. A l'image de ce qui a fait le succès de Wonka en salles, nous souhaitons évenementialiser la sortie dans certaines enseignes. L'idée est de profiter de Pâques avec les visuels hypers colorés du film et d'apporter de la couleur dans les rayons ».



HONOR MAGIC V2, LE SMARTPHONE PLIABLE LE PLUS FIN AU MONDE

Avec son dernier modèle pliable, le Honor Magic V2, sorti le 26 janvier dernier en France, le constructeur chinois dispose d'un argument puissant pour partir à la conquête de ce nouveau segment haut de gamme. Il s'impose comme un concurrent très sérieux face au Samsung Fold 5. Honor parie sur ce modèle déjà sorti en Chine, où il a fait ses preuves, un marché stratégique où la marque est n°1 en volume (18,3%-3^e trimestre 2023). Récompensé par 36 prix à l'IFA, lors de sa présentation, le Honor Magic V2 possède en effet de bons arguments techniques. **Il s'agit en effet du smartphone pliable le plus fin au monde (4,7 mm ouvert), qui replié, ne fait que 9,9 mm.** Une prouesse technologique qui a été rendu possible grâce à une charnière unique ultra-résistante (testée 400 000 fois), soit 10 ans d'utilisation, et une batterie ultrafine de 5 000 mAh au format carte de crédit. **Ainsi, ce smartphone ne fait aucun compromis sur l'autonomie (1 jour).** A l'arrivée, **il ne pèse que 231 g.** Il est aussi équipé du bon processeur Snapdragon 8 Gen 2, de 12 Go de mémoire et de 512 Go de stockage. Pas de compromis non plus sur la photo avec 3 objectifs dont un ultra-grand angle de 50MP. En outre, son écran Oled 120 Hz bénéficie d'un taux de rafraîchissement record grâce à une technologie maison (PWM dimming 3840Hz) qui réduit la fatigue oculaire. Et surtout il passe d'un format de 6,4 à 7,9 pouces une fois déplié. Il est disponible en noir et en violet.

Positionné à 1 999 euros, Honor a monté une offre de lancement particulièrement intéressante pour convaincre le consommateur français. **Du 2 janvier au 14 février, l'acheteur bénéficie d'une remise de 600 euros et reçoit en prime une enceinte Marshall Stanmore III, un modèle très performant. Cette dernière est conçue pour se connecter**

automatiquement afin de gagner en autonomie et proposer un son de qualité (codec LE Audio, Bluetooth 5.3). Tactiquement en s'associant avec la marque Marschal, Honor élargit sa cible sur ce lancement stratégique. Cette offre est disponible chez les opérateurs et les enseignes Boulanger, Darty et Fnac. *« Honor détient déjà 6,6% de part de marché en France (en volume - Source GFK) et se positionne déjà en tant que 4^e marque en France. Nous avons même atteint 9,2% (en volume) chez les opérateurs en novembre dernier », explique Frederic Gulesserian, directeur commercial de Honor France. « Nous serons particulièrement présents sur le segment premium en 2024 ».*



SMARTPHONE : LA BATAILLE DU MILIEU



A l'occasion de cette nouvelle année 2024, les constructeurs de smartphones se bousculent pour faire leurs annonces sur les modèles milieu de gamme. Xiaomi a dévoilé sa gamme Redmi Note 13 tandis que Honor a lancé son Magic Lite 6. Des modèles qui proposent un excellent rapport qualité prix sur le moyen de gamme. Pour Xiaomi, la série Redmi Note 13 est stratégique. Elle représente en effet des volumes importants. Cette année, 5 modèles sont disponibles du Redmi Note 13 jusqu'au

Redmi Note 13 Pro 5G. **Pour Xiaomi, l'objectif est de combler le vide entre les smartphones de milieu de gamme et haut de gamme grâce aux améliorations apportées à l'appareil photo, au design, à l'écran et au processeur.** Ces modèles se positionnent respectivement à 199, 299, 399 et 499 euros, balayant ainsi tous les segments de prix, un argument qui a fait ses preuves sur le marché pour Xiaomi ces dernières années. Modèle stratégique, le Redmi Note 13 Pro 5G, à 399 euros, dans sa version 12 Go/512 Go avec un processeur Snapdragon 7s Gen 2, dispose d'un très bel écran AMOLED de 120Hz et d'un capteur photo de 200 MP avec stabilisateur. **Pour se différencier, Xiaomi s'appuie également sur la recharge rapide (Charge turbo 67 W en seulement 17 minutes) avec une batterie de 5 100 mAh.** Conçu pour durer, il intègre une couche amortissante et des coins du cadre renforcés en composite d'aluminium. Xiaomi en a profité pour dévoiler des nouveaux accessoires : la montre connectée Redmi Watch 4 (à 99 euros) et les écouteurs sans fil Redmi Buds 5 et 5 Pro (à 49 et 99 euros). **Face à cette forte concurrence, Honor vient de lancer en ce début d'année le Honor Magic 6 Lite 5G, lui aussi positionné à 399 euros (hors offre de remise). Le dernier né de la gamme Magic se distingue par une grande résistance et un écran amoled incurvé de 6,78 pouces qui bénéficie de la protection de la technologie « Ultra Bounce Anti Drop ».** **La marque le présente comme le champion de la solidité** pour un modèle pourtant fin (7,98 mm) et léger (185 g). Côté technique, il intègre d'excellents composants : processeur Snapdragon 6 Gen 1, triple caméra avec un capteur 108 MP et une batterie de 5 300 mAh pouvant atteindre 2 jours d'autonomie. Il est disponible en vert et noir dans la distribution.

**DRAGON
SHOCK**

EGG GEAR
PROUD OF YOUR SKILL!



DISTRIBUTION
EXCLUSIVE

DISTRIBUTION
EXCLUSIVE



CLD
CONSUMER LED DISTRIBUTION

NOTRE MISSION : VOUS APPORTER DE LA VALEUR AJOUTÉE



TUBBZ



DISTRIBUTION
EXCLUSIVE

made by
UKONIC

**RUBBER
ROAD LTD**
DARE TO IMAGINE

SITE : WWW.CLD.EU

TEL : 06 73 73 02 91

MARVEL STUDIOS

THE MARVELS



DISPONIBLE LE 13 MARS
EN 4K UHD™, BLU-RAY™ ET DVD