

N°311 - Avril 2024 - 12 euros

# Multimédia

À LA UNE

ISSN 1267-7663

# TRUE X



## UN SON IMMERSIF DANS UN CONCEPT ÉVOLUTIF

En 2005, Yamaha a révolutionné l'expérience sonore en inventant le concept de la barre de son.

Aujourd'hui, Yamaha repousse les limites de l'innovation avec la série **Yamaha True X Dolby Atmos®**.

Laissez-vous emporter dans une nouvelle dimension sonore avec la série True X de Yamaha...



PLUS D'INFOS SUR [YAMAHA.FR](https://www.yamaha.fr)

acer

Swift Go 14



Ces images ont été créées par Intelligence Artificielle

# Swift Go 14 OPTIMISÉ PAR L'IA



Processeurs Intel® Core™ Ultra



# SOMMAIRE

MM1 N°311 / AVRIL

## 10 TÉLÉTRAVAIL, UNE MONTÉE EN GAMME RAPIDE

Les télétravailleurs ont de plus en plus à domicile les mêmes besoins qu'au bureau, et visent toujours plus de confort. Tour d'horizon des acteurs en pointe dans le secteur.



## NEWS DOSSIERS TÉLÉTRAVAIL / 10

Pierre Leonard – AOC et Philips  
Trust partout sur les bureaux  
Frédéric Sérafin – Iiyama  
Sonia Ouaknine Hadjadj – Viewsonic  
Cassandra Toutin - BenQ  
Nicolas Saint-Aubin - Acer  
Céline Overton, Pierre Crossouard et Sébastien Tréquier - Bureau Vallée

**PATRIMOINE : QUI MISE PLUS SUR LA 4K**

**SONY PICTURES POURSUIT SA PÉRIODIQUE EN 4K UHD**

**LAURENCE CHAMPTONNEL, CHEF DE PRODUIT SONY PICTURES CLASSICS**

## 18 LES FILMS DE PATRIMOINE : UN MARCHÉ QUI MISE DE PLUS EN PLUS SUR LA 4K

Le back catalogue, porté par le cinéma de patrimoine, a bien résisté en 2023. Une belle résistance qui prouve l'intérêt pour les films de patrimoine et films cultes.

## FILMS DE PATRIMOINE & FILMS CULTES / 18

Gaumont  
Warner Bros. Discovery / Sony Pictures  
The Walt Disney Company / ESC Editions  
Metropolitan / Paramount  
Pathé / Elephant Films  
Arcadès / Universal Pictures

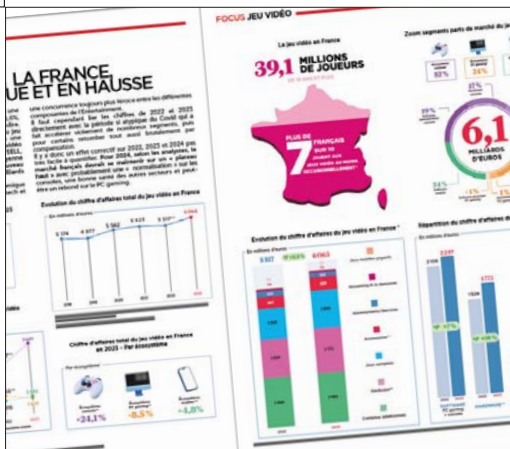
## INTERVIEW ET FOCUS

### JEU VIDÉO / 26

Jeu vidéo, la France, marché atypique et en hausse Idef, une édition 2024 sous le signe de la continuité

## 26 JEU VIDÉO, LA FRANCE, MARCHÉ ATYPIQUE ET EN HAUSSE

L'écosystème en France du jeu vidéo en 2023 a connu une très bonne année et bat un nouveau record. Pour 2024, le marché français devrait se maintenir sur un « plateau haut ».



### GAMING / 34

Turtle Beach s'empare de PDP  
Karim-Xavier Guessab – Erazer

### POP CULTURE / 38

Cobrandz, 20 ans et toujours différent  
François Bernard - Neamedia

### MUSIQUE / 40

Le marché français de la musique enregistrée

### HARDWARE / 42

Sandra Auboy - iFixit

## NOUVEAUTÉS

### HARDWARE / 43

ASUS : les ROG Zephyrus en pointe sur l'Oled

### DVD / BLU-RAY / 44

Tempête de sable en approche  
Actualités

### MUSIQUE / 46

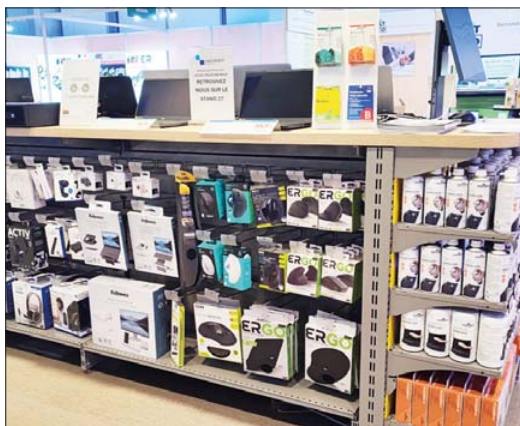
Actualités

**RETROUVEZ LE MOIS PROCHAIN**

**DOSSIERS :  
TV - EURO & JO 2024  
MATÉRIEL POUR CRÉATIFS**

## 16 BUREAU VALLÉE, L'ENSEIGNE EN POINTE SUR LE TÉLÉTRAVAIL

Bureau Vallée est en première ligne pour observer et analyser les évolutions en cours sur le télétravail en France. Interview des équipes de Bureau Vallée sur l'impact du télétravail sur l'activité du réseau.



# IT PARTNERS QUITTE DISNEYLAND POUR PARIS LA DÉFENSE ARENA



La 18<sup>e</sup> édition d'IT Partners (286 exposants), qui vient de se dérouler les 13 et 14 mars, était la dernière à se tenir à Disneyland Paris. **La prochaine édition se déroulera les 4 et 5 février 2024 à la Paris La**

**Défense Arena** (au sein de La Défense à Nanterre dans les Hauts-De-Seine). Alors que les précédentes éditions se déroulaient sur un peu plus de 9 000 m<sup>2</sup>, la prochaine enceinte en rajoute 4 000.

# FRÉQUENTATION DES CINÉMAS, HAUSSE DE 18% EN EUROPE EN 2023

La reprise dans les salles de cinéma se confirme en Europe. Selon les premiers résultats collectés par l'Observatoire européen de l'audiovisuel, **la fréquentation des cinémas dans l'Europe élargie (les Etats membres du conseil de l'Europe, à l'exception de l'Azerbaïdjan) a atteint quelque 859 millions d'entrées en 2023. Cela représente 131,8 millions d'entrées de plus qu'en 2022, soit une augmentation de 18,1% en glissement annuel.** Un niveau d'entrées qui reste néanmoins en deçà de la moyenne pré-pandémique de 1,11 milliard d'entrées annuelles enregistrées sur la période 2017-2019 (-22,9%). **De même, au niveau de l'Union européenne et du Royaume-Uni les entrées ont progressé de 19,7% en glissement annuel pour atteindre 784,7 millions en 2023 (128,9 millions de plus qu'en 2022), mais reste en retrait de 20,1% par rapport aux niveaux**

**d'avant Covid.** A l'instar de 2022, les entrées en salles ont augmenté dans la plupart des marchés (seules la Tchèque et la Turquie enregistrent une baisse de fréquentation avec respectivement -1,2% et -17,9%) mais révèlent des disparités importantes selon les pays. La France conserve sa place de leader européen de la fréquentation des salles (180,8 millions d'entrées; +18,9% vs 2022), suivie par le Royaume-Uni (123,6 millions ; +5,4%), l'Allemagne (95,7 millions ; +22,7%) et l'Espagne (76,2 millions ; +24,6%). La Géorgie (1,5 million d'entrées) et la Bosnie-Herzégovine (1,3 million) sont les seuls pays européens à dépasser en 2023 les niveaux de fréquentation pré-pandémiques. A l'inverse, la Turquie (-56,3% vs la moyenne pré-Covid), l'Ukraine (-50,1%) et la Suède (-31,5%) sont les seuls pays où les taux de fréquentation sont encore inférieurs de plus de 30% aux taux moyens de la période 2017-2019.

# LE MARCHÉ DES SMARTPHONES EN BAISSÉ DANS LE MONDE

Selon GfK, **le marché des telecoms dans le monde a enregistré une baisse de 0,6% en valeur en 2023. Les ventes de smartphones sont stables à +0,1%. La hausse pour la zone Europe de l'Ouest est de 2%, portée par une montée en gamme du marché vers des modèles toujours plus premiums.** En Europe Centrale, les ventes progressent de 3,9%. En France, la baisse est toutefois de 4% en valeur malgré un prix de vente moyen de 566 euros en hausse. La baisse est encore plus forte en Asie (hors Chine) et en Amérique du Sud (respectivement -5,9 et -3,7%). **En l'absence de**

**grosses innovations, GfK parie sur une baisse sur le long terme du marché.** Les cycles de remplacement s'allongent. Néanmoins, les experts de GfK ont identifié le déploiement de l'IA générative comme porteur pour le marché des smartphones, à la condition que celle-ci apporte une réelle plus-value en termes d'usages. Ces derniers sont centrés sur les messageries type WhatsApp/WeChat (72% des utilisateurs de smartphones dans le monde) et la photographie (64%). L'IA générative peut venir décupler ces usages, portant ainsi au renouvellement du marché dans les prochaines

années. Les perspectives mondiales pour 2024 tablent sur une croissance de 2% et un marché stable en France.



## EN BREF

### STUDIOCANAL

a annoncé la création de son premier label de genre, dirigé par Jed Benedict, qui a notamment été responsable des acquisitions de Studiocanal UK de 2012 à 2020. Ce nouveau label englobera le développement, la production et la distribution de films et séries TV, et se concentrera sur l'horreur, le thriller, la science-fiction et l'action.

### POLAR PARK :

la série écrite et réalisée par Gérald Hustache-Mathieu et diffusée sur Arte a reçu le prix Vidocq 2024 de la meilleure série policière française du Festival Séries Mania

### ROGUE SQUADRON,

le projet de film Star Wars porté depuis 3 ans par Patty Jenkins (Wonder Woman) que l'on pensait enterré, est finalement ressuscité. Alors que le 3<sup>e</sup> volet de Wonder Woman a été annulé en raison de la refonte du DCU par James Gunn et Peter Safran, la réalisatrice a en effet annoncé que le projet avait été relancé.

### THE BATMAN II,

initialement attendu en salles le 3 octobre 2025 aux Etats-Unis, a vu sa sortie repoussée au 2 octobre 2026 (le 30 septembre en France).

### L'UGC CINÉ CITÉ LES HALLES

lance un nouveau rendez-vous le dimanche soir, les soirées Ciné K7, du 24 mars au 16 juin 2024. Le multiplexe, vaisseau amiral d'UGC (plus de 2,43 millions de spectateurs en 2023), proposera ainsi des séances patrimoines dédiées aux films cultes de l'époque VHS, présentés par Patrice Le Marchand, le directeur du cinéma. Onze films sont programmés, à commencer le 24 mars par New-York 1997 de John Carpenter (le 24 mars), suivi de Blood Simple des frères Cohen (le 31 mars) et Prédateur le 7 avril.

### LES ACACIAS

ressort le 31 juillet en salles trois films restaurés de Luchino Visconti : Senso (1954), Violence et Passion (1974) et la fresque Ludwig ou le Crépuscule des Dieux (1972).

### SUPER MARIO BROS. LE FILM,

plus gros succès en salles en France en 2023 (7,36 millions d'entrées) aura bel et bien le droit à une suite, attendue en salles le 3 avril 2026 aux Etats-Unis, a annoncé Nintendo. Pour rappel, la firme de Kyoto travail avec Sony Pictures sur un film live action Zelda.

### UGC NORMANDIE :

Après la fermeture de l'UGC George V en mars 2020 et du Gaumont Marignan en décembre 2023, c'est un autre cinéma de l'avenue des Champs-Élysées qui pourrait fermer ses portes en juin, l'UGC Normandie. Et ce en raison d'un loyer trop élevé.

## NOMINATION



► **Pascal Schmidt** est nommé **Country Manager d'Epson France**. Il a débuté en 1991 en tant que Retail Manager au sein d'Epson France, avant d'occuper le poste de Responsable des ventes grande distribution et celui de directeur commercial de la division Consumer & Channel.



► **Stu Bergen** a été nommé **CEO par intérim de Deezer**, à compter du 1<sup>er</sup> avril, suite au départ de son CEO Jeronima Folgueira. Administrateur indépendant du conseil d'administration de Deezer depuis février 2023, il assurera ce rôle jusqu'à la nomination d'un nouveau CEO permanent. Stu Bergen a occupé des postes clés au sein de plusieurs maisons de disques, dont Warner Music pendant plus de 14 ans.



► **Christophe Deguine** Marketing and Programming Country Lead d'Amazon Prime Video France, a été promu au poste de **Country Manager France** de la plateforme. Il succède à Brigitte Ricou-Bellan qui occupe désormais les fonctions de General Manager de Prime Video Europe.

## INNOV8 ACQUIERT LES ACTIFS DE TRAX DISTRIBUTION



La concentration commence chez les grossistes français. **Innov8 vient ainsi de reprendre les actifs de son confrère Trax Distribution.** Après une longue période de croissance soutenue, ce dernier, qui distribuait de produits IT, mobilité urbaine,

Lifestyle, génie climatique et objets connectés, était récemment en grande difficulté (42 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2023). Il distribuait des marques comme Kodak, LaCie, Lexar, Micro Application, Seagate ou XtremMac.

## CHIFFRES DU MOIS

### ◆ 11 milliards.

Selon le Walt Street Journal, la société de capital-investissements **Apollo Global Management a fait une offre de 11 milliards de dollars pour acheter les studios Paramount Pictures.** Une offre supérieure à la capitalisation boursière totale de Paramount Global (autour 7,7 milliards de dollars) qui intervient au moment où un comité indépendant examine un projet de plus grande envergure initié par Skydance Media qui souhaiterait racheter National Amusements, la société holding de la famille Redstone qui détient 77% des actions de Paramount Global, selon le journal. A noter que le magnat des médias Byron Allen a également récemment fait une offre de 30 milliards (en incluant la dette et les actions) pour acquérir Paramount Global.

### ◆ 15,07 millions

Selon les estimations du CNC, la fréquentation des salles a atteint **15,07 millions d'entrées en février 2024, en baisse de 16,4% par rapport à février 2023** qui avait bénéficié de la sortie d'Astérix et Obélix : l'Empire du Milieu et Alibi.com 2. Les entrées accusent un retard de 34,8% par rapport à la moyenne de référence 2017-2019 pour février (23,1 millions). Sur les 2 premiers mois de l'année, les cinémas ont enregistré 28,61 millions d'entrées, en baisse de 12,9% par rapport à la même période en 2023.

### ◆ 2,55 millions.

Les films français ont attiré **2,55 millions de spectateurs (+17% vs décembre 2023)** et généré **17 millions d'euros dans les salles de cinéma à l'international en janvier 2024**, selon Unifrance. Pour le 4<sup>e</sup> mois consécutif, le film Anatomie d'une Chute de Justine Triet s'est hissé loin devant des concurrents avec 626 000 spectateurs réunis. Au total plus de 6 films (programmés dans plus de 10 territoires) affichent plus de 100 000 entrées à l'international sur la période.

### ◆ 310 000.

La 26<sup>e</sup> édition du Festival Télérama/Afcae qui s'est déroulée du 17 au 23 janvier dernier dans 460 cinémas adhérents à l'Afcae, a enregistré près de **310 000 entrées (309 453 très exactement)**, soit une hausse de 40,91% par rapport à l'édition 2023. Le Festival a ainsi représenté une part de marché de 11,77% sur la semaine concernée.

### ◆ 45%.

Selon une récente étude publiée par l'Arcom et la DGMIC du ministère de la Culture et conduite par PMP Strategy, les acteurs du numérique capteront **63% du marché publicitaire français à l'horizon 2030** (contre 52% aujourd'hui), dont 45% pour les 4 grandes plateformes internationales (Alphabet, Meta, Amazon et TikTok).

### ◆ 830 000.

Tout au long de 2023, le public a pu célébrer le centenaire de **Warner Bros.**, à travers une série d'événements et la ressortie en salles de films emblématiques du studio. Au total, plus de 10 800 programmations et 450 longs-métrages du studio allant des blockbusters aux films muets, dont 18 films du patrimoine numérisés pour l'occasion, ont ainsi été projetés dans plus de 600 cinémas en France, réunissant plus de 830 000 spectateurs, selon Warner Bros.

# LES FUSIONS ACQUISITIONS REDÉMARRENT DANS LE JEU VIDÉO

En plus de l'acquisition de PDP par Turtle Beach (Voir par ailleurs), la fin de l'hiver a été propice aux fusions acquisitions dans le jeu vidéo et ses prestataires. Ainsi, dans le cadre de son plan de désendettement, **Embracer se sépare de Saber Interactive** pour 247 millions de dollars. Une sélection d'actifs sera cédée par Saber à Beacon Interactive, une nouvelle société fondée par le co-fondateur de Saber, Matthew Karch. La nouvelle entité et Embracer se partageront les anciens studios et licences phare de Saber. Sensor Tower acquiert la plateforme d'études de marché Data.ai, grand spécialiste des mesures autour des applications mobiles. **Virtuos s'est, de son côté, emparé du studio VFX Beyond-FX** basé à Los Angeles pour un montant non divulgué. Ce dernier est un studio de co-développement qui fournit des effets visuels pour les jeux AAA (Mortal



Kombat 1, Valorant, God of War...). Virtuos continue sa croissance puisqu'il a ouvert trois nouveaux studios en 2023 (à Tokyo, Varsovie et Prague). Enfin, l'éditeur britannique Jagex (RuneScape...) a lui été acquis par les fonds CVC Capital Partners et Haveli Investments pour un montant non divulgué.

## FOCUS ENTERTAINMENT DEVIENT PULLUP ENTERTAINMENT



C'est un virage important pour **Focus Interactive qui se nomme désormais PullUp Entertainment**. Cela symbolise un changement profond pour le

groupe qui a généré un chiffre d'affaires de 195 millions d'euros pour son dernier exercice fiscal et emploie 600 salariés. Il bénéficie en effet de l'apport d'un **nouveau directeur général délégué, Geoffroy Sardin** (plus de 25 ans d'expérience chez Ubisoft) et restructure en parallèle ses activités autour de 3 pôles : le Publishing sous le nom Focus Entertainment Publishing (dirigé par John Bert), le Publishing des jeux indépendants, rétrogaming et licensing avec notamment Dotemu et The Arcade Crew (dirigé par Cyrille Imbert) et enfin les studios de développement du groupe (Stream On, Dovetail, Deck13...).

## REZO FILMS CESSE SON ACTIVITÉ

Fondée en 1992 par Jean-Michel Rey, Nadia Lassoujade et Philippe Liégeois, **la société de distribution (salles, TV, VoD...) et d'édition vidéo indépendante Rezo Films a été placée en liquidation judiciaire le 12 mars dernier par le Tribunal de Commerce de Paris**. En plan de continuation depuis 2015, la société a accompagné près de 300 films et notamment fait découvrir les premiers films de nombreux réalisateurs et réalisatrices comme Albert Dupontel, Gaspard Noé, Abdellatif Kechiche, Asia Argento, Xavier Dolan, Catherine Breillat, Marion Vernoux ou encore Michel Piccoli. Elle a également défendu les films de nombreux cinéastes confirmés, à la fois français et internationaux, à l'instar d'Ingmar Bergman, Eric Rohmer, Philippe de Broca ou Volker Schlöndorff. Le drame Totem de Lila Avilés, qui avait



été présenté en sélection officiel à la Berlinale 2023, devait sortir en salles au printemps. **A noter que l'entité autonome Rezo Productions, à qui l'on doit notamment Bernie d'Albert Dupontel ou Maestro de Léa Frazer, poursuit de son côté son activité.**

### M6+ :

Deux mois après l'arrivée de TF1+, c'est au tour du groupe M6, qui vient d'acquiescer les droits en clair des Coupe du Monde de football 2026 et 2030 au détriment de TF1, d'annoncer le lancement de sa plateforme de streaming gratuite. Baptisée M6+ et destinée à remplacer le service 6play, la plateforme doit être lancée avant l'Euro de Football 2024 qui débutera le 14 juin prochain. Le groupe vise un triplement de ses revenus issus du streaming d'ici 2028.

### JE SUIS UNE LÉGENDE,

film post-apocalyptique réalisé par Francis Lawrence sorti en 2017 (2,97 millions d'entrées en France), va avoir le droit à une suite avec Will Smith et Michael B. Jordan et Francis Lawrence à la réalisation.

### AMAZON MGM STUDIOS

a acquis les droits monde du documentaire I Am Céline Dion, produit par Sony Music Vision, en partenariat avec Sony Music Entertainment Canada et Vermilion Films.

### LE FESTIVAL LA ROCHELLE CINÉMA

va consacrer une rétrospective à Marcel Pagnol lors de sa prochaine édition qui se tiendra du 28 juin au 7 juillet. 13 films seront programmés de Manon des Sources à Marius en passant par Merlusse. Un « Parcours Pagnol » animé par des spécialistes, critiques et personnalités du cinéma sera également proposé.

### NARUTO :

Dans les tuyaux de Lionsgate depuis 2015, le projet d'adaptation live du manga culte (plus de 260 millions d'exemplaires écoulés depuis sa création en 1999) est enfin sur les rails. Après la scénariste Tasha Huo (The Witcher : Blood Origin) et le producteur Avi Arad (X-Men, Iron Man) qui ont rejoint l'aventure fin 2023, Destin Daniel Cretton (Shang-Chi et la Légende des Dix Anneaux) a été annoncé à la réalisation, selon The Hollywood Reporter.

### LES BEATLES

auront le droit à quatre biopics, consacrés à chacun des membres du groupe (John Lennon, Paul McCartney, George Harrison et Ringo Starr), a annoncé Sony Pictures. Les quatre films seront réalisés par Sam Mendes (Skyfall, 1917...).

### NAPOLÉON,

la version restaurée et reconstruite du film d'Abel Gance par la Cinémathèque Française (d'une durée finale de 7 heures) sera projetée en ciné-concert pour la première fois à la Seine Musicale cet été.

### LE CERCLE DES NEIGES

de Juan Antonio Bayona, numéro un dans plus d'une cinquantaine de pays à sa sortie sur Netflix, a raflé pas moins de 12 Goyas (l'équivalent des Césars en Espagne), dont ceux du meilleur film et du meilleur réalisateur

# JEU VIDÉO, UN JOLI MOIS DE FÉVRIER EN EUROPE

Si on se réfère aux chiffres de GSD, cités par nos confrères de Gamesindustry.biz, le **marché européen du jeu vidéo (physique + digital, hors mobile) au mois de février s'est plutôt bien comporté avec 16,74 millions de jeux vidéo vendus (+21,2% d'une année sur l'autre)**. Un chiffre à manipuler toutefois avec précaution car février 2024 est un mois à 5 semaines alors que février 2023 comptait 4 semaines et que les ventes du développeur d'un des blockbusters du moment Palworld

ne sont pas suivies par GSD (tout comme les ventes digitales de Nintendo). Cela reste une belle performance et ce d'autant plus que février 2023 voyait les ventes de Hogwarts Legacy battre leur plein. Selon GSD, les deux grandes nouveautés du mois, Helldivers 2 et Final Fantasy 7 Rebirth, accompagnent les traditionnels long sellers (EA Sports 24, GTA V... et si on se concentre sur le seul physique Super Mario Wonder ou Mario Kart 8 Deluxe...).



## LES ÉCRANS GAMING EN CROISSANCE EN 2024, LES PC GAMING ET LES CASQUES VR AUSSI ?



IDC a livré ses prévisions sur de nombreux marchés. Si on se réfère à ses chiffres, les moniteurs dédiés au jeu ont connu une jolie progression de leurs ventes en 2023 au niveau mondial, après une année 2022 morose, avec +20,3% en volume au cours de l'année. **Ils poursuivront leur tendance positifs en 2024,**

**et une croissance attendue de 13,6 % pour 22,2 millions d'unités.** Jay Chou, responsable de la recherche pour Worldwide Client Devices Trackers d'IDC, explique qu'« à environ 300 dollars, les moniteurs de jeu constituent un élément essentiel et rentable de l'expérience de jeu sur PC. La baisse des prix et les innovations continues ont conduit à l'adoption généralisée de spécifications telles que des taux de rafraîchissement supérieurs à 165 Hz, des temps de réponse de 1 ms ou moins et des résolutions plus élevées (1440P ou plus). Compte tenu de ces améliorations, les moniteurs de jeu devraient continuer à dépasser la croissance des PC gaming ». **Pour les PC gaming, IDC prévoit pour 2024 une petite croissance de 1% après une année 2023 morose (-13,2 % d'une année sur l'autre) pour atteindre 44 millions d'unités.** En outre, « les prix des moniteurs de jeu

devraient baisser chaque année, tandis que les PC de jeu augmenteront et que les prix de vente moyens augmenteront à 1 101 dollars à mesure que les ordinateurs portables et les GPU haut de gamme gagneront en popularité ». Enfin, les casques de réalité augmentée et virtuelle (AR/VR) continuent de souffler le chaud et le froid. Alors que les ventes de casques de réalité virtuelle dans le monde ont chuté en 2023 de 23,5 %, IDC prévoit une croissance pour 2024 de 44,2 % pour atteindre 9,7 millions d'unités et de moins 1 million sur les casques de réalité virtuelle. A plus long terme, IDC est optimiste et prévoit que dans **le monde le marché des PC gaming pourrait atteindre 52 millions d'unités en 2028, celui des moniteurs gaming 29,6 millions, les casques de réalité virtuelle 24,7 millions et ceux de réalité augmentée 10,9 millions.**

## Souris sans fil, double connexion

### Souris sans fil OZAA Compact & Souris sans fil OZAA+

Bluetooth & 2,4 GHz, batteries rechargeables, réglages DPI, conçues en matériaux recyclés

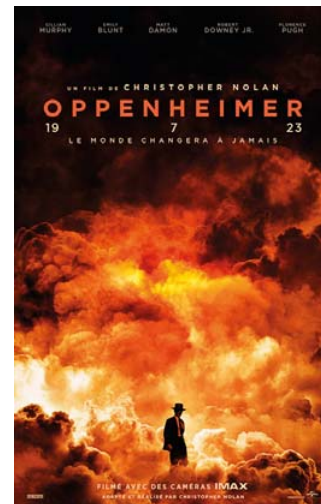


**Trust.**

# OSCARS 2024 : OPPENHEIMER GRAND VAINQUEUR

Un an après la victoire éclatante d'Everything Everywhere All At Once de Daniel Scheinert et Daniel Kwan, reparti de la 95<sup>e</sup> cérémonie des Oscars avec 7 statuettes, **c'est Oppenheimer de Christopher Nolan qui a marqué de son empreinte les Oscars 2024, décrochant également 7 trophées** : meilleur film, meilleur réalisateur, meilleur acteur pour Cillian Murphy, meilleur acteur dans un second rôle pour Robert Downey Jr., et meilleures musique de film, photographie et montage. Parmi les autres grands gagnants de la cérémonie, **Pauvres Créatures de Yorgos Lanthimos a remporté 4 Oscars** (meilleure actrice pour Emma Stone, meilleurs décors et directions artistique, meilleurs costumes et meilleurs

maquillages et coiffures) et **La Zone d'Intérêt de Jonathan Glazer 2 statuettes** (meilleur film international et meilleur son). Nominé dans 5 catégories, **Anatomie d'une Chute de Justine Triet est de son côté reparti avec l'Oscar du meilleur scénario original**. Un prix qui vient couronner un parcours exceptionnel démarré avec la Palme d'Or 2023. L'Oscar de la meilleure actrice dans un second rôle est quant à lui revenu à Da'Vine Joy Randolph pour son rôle dans Winter Break, celui du meilleur scénario adapté à American Fiction de Cord Jefferson, celui du meilleur film d'animation à Le Garçon et le Héron d'Hayao Miyazaki et enfin celui meilleur film documentaire à 20 Jours à Marioupol de Mstyslav Chernov.



# LA PLATEFORME MAX ARRIVE EN EUROPE



Quatre ans après son lancement aux Etats-Unis en mai 2020 où elle compte 98 millions d'abonnés, la plateforme de streaming Max s'apprête enfin à franchir l'Atlantique. Warner Bros. Discovery a en effet profité du

Festival Séries Mania à Lille pour annoncer le lancement du service SVoD en Europe. **La plateforme sera dans un premier temps disponible dans les pays nordiques, en Espagne, au Portugal et en Europe centrale dès le 21 mai prochain, avant d'être étendue à la France, la Belgique, la Pologne et les Pays-Bas avant les Jeux Olympiques de Paris 2024, soit entre le 22 mai et le 25 juillet prochain.** Cette fenêtre stratégique doit permettre aux nouveaux abonnés de suivre les événements sportifs de l'été et notamment les J.O. de Paris via l'accès à Eurosport inclus dans les formules d'abonnement européennes de Max. Une internationalisation qui avait débuté en février avec l'arrivée du service en Amérique latine

qui passera ensuite par l'Asie du Sud-Est, l'Australie et le Royaume-Uni. **Au lancement, trois offres, dont les prix seront annoncés ultérieurement,** seront proposées : une de base avec publicité, une standard sans publicité et une offre premium. Côté contenu, outre les productions Warner Bros. et HBO qui font la réputation du groupe (Game of Thrones, House of The Dragon, The White Lotus, The Last of Us ou prochainement The Penguin et Dune : Prophecy), la plateforme proposera également des productions originales françaises. Lors du Festival Séries Mania, 3 séries inédites françaises ont ainsi été annoncées : dont Une Amie Dévouée, adaptée du livre La Mythomane du Bataclan avec Laure Calamy (Dix pour Cent).

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](mailto: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 2024. 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  
[velouvier@multimedialaune.com](mailto:velouvier@multimedialaune.com)  
 Vidéo - Cinéma - Musique : Erik Fontet - 06 46 91 81 88  
[efontet@multimedialaune.com](mailto:efontet@multimedialaune.com)  
 Distribution - EGP - Hardware : Yoan Langlais  
 06 46 91 81 80 - [ylanlais@multimedialaune.com](mailto:ylanlais@multimedialaune.com)

#### NUMÉRO MM1 311

#### MAQUETTE

Réalisation : David Garino

#### PUBLICITE

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





# MICHEL POIRIER NOUS A QUITTÉ À L'ÂGE DE 81 ANS

C'est avec une profonde tristesse que nous avons appris la disparition de Michel Poirier survenue le 8 mars dernier à l'âge de 81 ans à Cannes. Véritable pionnier du marché de la vidéo en France, dont il sera une figure marquante et reconnue, il a très largement contribué au développement des vidéo clubs en France au côté de Victor Bialek. Arrivé en France en 1978 en provenance du Canada, Michel Poirier a en effet rejoint dès 1979 l'aventure Vip International, en tant que directeur commercial, pour développer la franchise de vidéo clubs de France. D'une première boutique ouverte, en 1975, rue du Colisée dans le 8<sup>e</sup> arrondissement de Paris qui proposait à l'époque majoritairement des films français sur support Umatic auprès d'une élite d'abonnés, le réseau va passer en quelques années à près de 250 vidéo clubs. Michel Poirier a ainsi été l'un des précurseurs de la location en France, il a démocratisé ce marché pour toucher une large clientèle plus populaire sur support VHS. Le nombre de vidéo clubs à son âge d'or a atteint plus de 8 000 magasins.

Mais au-delà, il a également été l'un des premiers éditeurs et distributeurs vidéo indépendants dans l'Hexagone. Dès 1983, il va en effet cofonder Delta Vidéo Diffusion avec sa femme Mireille Poirier, David et Samuel Hadida. Ensemble, ils ont commencé à acquérir des droits de films pour que Delta Vidéo les distribue sur le réseau vidéo et Metropolitan Filmexport les sorte en salles et à la télévision. Delta Vidéo va alors connaître ses heures de gloire avec des acquisitions telles que « Rambo II », « Reservoir Dogs », plusieurs films de la MGM comme « Thelma et Louise » et également les tous premiers films de Jean-Claude Van Damme.



On lui doit aussi le premier boîtier VHS thermoformé présentant les jaquettes de films sur l'entièreté du boîtier, alors que jusque-là la jaquette n'occupait que la moitié du devant du boîtier, quand sa femme a également eu l'idée de proposer aux vidéo clubs des jaquettes recto/verso avec des visuels alternatifs... La société se développera dès le début des années 90 sur le réseau de la vente et sera dans les premiers à proposer le support Laser disc.

Après la vente de la société, Michel Poirier quitte Delta Vidéo en 1993 et crée Seven Sept en février 1994 avec sa fille Véronique Borgé-Poirier, Samuel et Victor Hadida, confirmant les liens forts qui existent entre les deux familles et qui ne se sont jamais rompus. A nouveau ensemble, ils ont enregistré de beaux succès depuis maintenant 30 ans que la société a été créée. On se rappelle « Les Bleus Champions du Monde », la trilogie du « Seigneur des Anneaux », « Seven », « American History X » et tant d'autres... Entrepreneur averti, Michel Poirier a également développé le label HK Vidéo, lancé plusieurs magazines Ciné K7, HK Orient-extrême Cinéma et DVDvision, et créé de nouveaux concepts tels que la Cartevision (carte postale avec un DVD) ou encore la BDVD (bande dessinée sur support DVD) dont la plus grosse licence était Thorgal.

En résumé, Michel Poirier a été l'un des premiers amoureux de la vidéo, il a porté ce marché ainsi que ses différents supports tant qu'il a pu. Une passion qu'il a su transmettre à sa fille Véronique qui croit toujours aussi fortement à ce marché. Vive la vidéo ! Comme était la devise de Michel Poirier : « on les aura !! »



Michel Poirier et Samuel Hadida

Toutes nos pensées vont à sa famille et ses proches !



# AOC ET PHILIPS, 2 MARQUES AU SERVICE DES TÉLÉTRAVAILLEURS



Fort de son offre très large et qualitative, AOC et Philips ont fait des produits pour le télétravail un de leurs points forts. Pierre Leonard, country manager France d'AOC et Philips, nous décrypte les évolutions de ce marché.

### Comment se porte le marché des moniteurs dédiés au télétravail ?

Le marché des écrans PC évolue assez vite. La phase de renouvellement des produits achetés au moment de la crise du Covid commence. Elle a déjà débuté sur le marché B2B où les cycles sont souvent de 4 ans. Nous aurons donc pour cette fin d'année de belles nouveautés qui répondront à l'évolution des besoins.

### Quels sont les grands arguments demandés par les consommateurs autour de cette thématique ?

Premièrement, le moniteur est devenu le compagnon indispensable du PC portable. L'argument fondamental est donc de plus en plus le plug & play avec de l'USB-C et des écrans qui deviennent des hubs. Beaucoup de consommateurs ont également goûté au « dual screen » ou aux grandes tailles d'écran au bureau et veulent au moins aussi grand chez eux. En conséquence, on note une montée en taille systématique. Ceux qui achetaient des 24 pouces acquièrent des 27 pouces, ceux de 27 et de 32

pouces des 34 pouces... Le 27 pouces est donc devenu le standard pour le télétravail et on note de belles croissances sur les 34 pouces mais aussi plus de 40 pouces. Et ce même si les 24 pouces, notamment pour des configurations en dual screen, restent un bon compromis.

### Voyez-vous d'autres tendances porter ce marché dans les prochaines années ?

Les petits écrans de 16 pouces, à la fois portables, légers et à des prix intelligents (250/300 euros) fonctionnent très bien comme écran d'appoint pour le nomade ou le « home office ». Leur ventes progressent bien. Il ne faut oublier par ailleurs que dans le B2C de nombreux écrans de PC sont utilisés à la fois pour travailler et pour de l'Entertainment. En conséquence, le moniteur remplace de plus en plus à la fois l'ancien écran d'ordinateur et la télévision. C'est dans cette optique que notre gamme Evnia a de beaux arguments à faire valoir et est utilisée par de nombreux consommateurs de manière hybride. La basse consommation énergétique est un autre argument qui progresse mais pour l'instant plutôt dans les bureaux, la consommation de plusieurs dizaines ou centaines d'écrans pèsent fortement en termes d'énergie. Des solutions de capteurs de présence et de luminosité comme sur nos moniteurs Philips sont une autre bonne réponse à cette problématique. ■

# TRUST PARTOUT SUR LES BUREAUX



Avec plus de 500 références dédiées, Trust est omniprésent sur la thématique du télétravail. Décryptage de sa stratégie dans le domaine.

Trust a énormément fait évoluer sa gamme dédiée au télétravail et plus généralement son offre dédiée à la bureautique, sa spécialité historique. « Et ce alors que nos concurrents sont plutôt dans une démarche inverse. Cela fait suite aux efforts de toute l'équipe de création de produits de Trust (NDLR : Cf. MM310). **Nous disposons d'une des plus grandes largeurs de gamme du secteur, avec plus de 500 références dédiées.** Ce qui nous permet de répondre à toutes les demandes en B2B et en B2C. Nos partenaires apprécient cette largeur de gamme et notre réactivité », explique David Garnier, co-DG de MBS Agency qui distribue Trust en France.

## UNE OFFRE TRÈS LARGE ET QUI ÉVOLUE

L'offre de Trust sur la thématique du télétravail est très riche. Ainsi, dans les chargeurs pour PC portable, le Néerlandais propose une dizaine de versions de 40 à 100 watts pour toutes les grandes marques ou en multimarques, en USB ou en classique, etc. Pour les souris, vu le nombre de nouveautés, ce n'est plus une gamme c'est carrément un élevage de souris... Trust propose également des tapis de souris de toutes les tailles, de nouvelles références de casques micro (dans une gamme rationalisée avec des versions jack, USB ou USB avec micro ENC), une gamme de bagagerie entièrement remise à jour...

Mais **Trust n'hésite pas à proposer des concepts au-delà des grands classiques.** On retrouve ainsi dans sa gamme de plus en plus de produits ergonomiques, des filtres de confidentialité, des onduleurs, des supports ventilés pour PC portable ou des lecteurs de carte mémoire, mais aussi « des niches qui vont progresser très vite comme les lecteurs de papiers d'identité, qui seront utiles avec leur numérisation (déjà existante dans

beaucoup de pays et qui arrive en France). Trust bénéficie de sa vision internationale qui lui permet de répondre très vite aux nouveaux besoins et même de les anticiper », met en avant Mhand Ait Elasri, co-DG de MBS Agency. « Il y a une **claire montée en qualité, jusque dans les plus petits détails des produits, avec par exemple de chipsets sur les souris intégralement changés pour qu'ils consomment moins tout en étant plus puissants.** Trust amène globalement systématiquement des vrais plus avec par exemple quasiment toute l'offre en matériaux recyclés », souligne de son côté David Garnier. ■





# IYAMA MISE SUR LA MONTÉE EN GAMME POUR LE TÉLÉTRAVAIL

**Frédéric Sérafin, DG d'Iiyama France,** est un observateur attentif du marché des écrans. Il nous fait part de ses réflexions sur l'évolution des moniteurs dédiés au télétravail.

## **Comment évolue la demande des écrans dédiés au télétravail ?**

Le télétravail devient un classique dans les politiques RH, donc la demande se pérennise. Le secteur entre dans une phase de renouvellement après un équipement, en particulier pendant la période Covid, avec des « basiques ». Les télétravailleurs ont de plus en plus à domicile les mêmes besoins qu'au bureau, voire visent plus haut pour répondre à des demandes assez spécifiques et avoir plus de confort. Et les CSP+ sont moteurs dans le domaine.

Ceux qui achètent leur produit pour le télétravail dans le B2C veulent donc des produits « plug & play ». Et ce afin de connecter leur PC portable professionnel avec un seul câble et que l'écran gère tout (recharge, transfert de données...), sans manipulation. Nous vendons donc de plus en plus d'écran avec des sorties USB, des stations d'accueil ou du KVM. Ils plébiscitent également des moniteurs de très haute qualité car leur travail s'avère de plus en plus exigeant (infographies, plans détaillés...), et ils transforment souvent l'écran de travail en écran pour l'Entertainment pour que la famille puisse jouer ou regarder une série. Par ailleurs, après l'avoir essayé en milieu professionnel, les consommateurs s'intéressent de plus en plus aux solutions en dualscreen ou aux grandes tailles en 21/9 ou équivalent.

## **En conséquence, quelles sont les solutions privilégiées pour répondre à ces besoins ?**

Les écrans avec de belles configurations montent en puissance. Donc, on voit, dans un cas classique, le 27 pouces QHD devenir un semi standard et les 34 pouces 21/9 avec des



spécifications très intéressantes et, chez nous, des prix très raisonnables (399 euros), voire les 45 pouces 32/9 (799 euros chez nous) accélérer fortement.

## **Quels sont les canaux de distribution B2C qui fonctionnent le mieux sur cette thématique ?**

Les GSS (Fnac, Darty, Boulanger...), les enseignes bureautiques et spécialisées (Electro Dépôt, Bureau Vallée...), et les e-tailers se placent particulièrement bien sur cette thématique. La grande distribution se concentre plutôt sur la thématique du prix.

## **Quelles seraient pour vous les technologies qui révolutionneraient le secteur ?**

Clairement : les solutions totalement sans fil. Les câbles sont clairement « l'ennemi »

pour les télétravailleurs. Autre thématique où les consommateurs sont de plus en plus attentifs : les écrans basse consommation. En effet, en sus de la dimension écologique, la charge énergétique du travail pèse de plus en plus.

## **... Pas les « smart monitors » ?**

Les smart monitors ont été testés, mais pour l'instant ne fonctionnent pas vraiment sur cette thématique. Les consommateurs veulent garder le même environnement de travail et les mêmes logiciels qu'au bureau, ce qui n'est pas forcément facile avec un « smart monitor ». Ils préfèrent souvent le combo écran + PC portable ou, s'il y existe déjà un PC fixe à la maison, des solutions en KVM pour mettre les deux ordinateurs sur le même écran. ■



## EXPLOREZ L'EXCELLENCE!

Plongez dans une expérience exceptionnelle avec le PROLITE XCB4594DQSN-B1 doté d'une dalle VA 45" Dual QHD offrant une qualité d'image spectaculaire.

Grâce au commutateur KVM, connectez plusieurs ordinateurs et visualisez leurs images sur cet unique moniteur, pour une productivité maximale. Simplifiez la configuration avec la station d'accueil **USB-C**, et connectez-vous rapidement au réseau via le **port RJ45**. Profitez d'une parfaite ergonomie grâce à l'écran incurvé **1500R** et la résolution **DQHD**! Remplacez une solution double moniteur avec un seul moniteur et vivez dès aujourd'hui l'expérience ultime avec le **PROLITE XCB4594DQSN-B1**!



## VIEWSONIC MULTIPLIE LES CONCEPTS POUR LE TÉLÉTRAVAIL

**SONIA OUAKNINE HADJADJ**  
COUNTRY MANAGER FRANCE DE VIEWSONIC

Plusieurs thématiques progressent dans les moniteurs pour le télétravail. A mon sens, l'ergonomie et la facilité de connexion (via des hubs, de l'USB-C...) sont les arguments principaux pour les consommateurs. Nous anticipons une accélération sur ces thématiques et plus globalement sur tout ce qui améliore le confort tels que les grandes tailles, les filtres anti-lumière bleue ou le double écran (avec un moniteur comme le VG2456 en 24 pouces, USB-C...). De plus en plus de consommateurs mêlent également l'utile à l'agréable avec des moniteurs qui remplacent la TV pour de l'utilisation hybride Entertainment + Travail avec des produits comme le VX3218-PC-MHD (32 Pouces, 165Hz, incurvé 1500 R, 1 ms) ou le XG320U (32 pouces, UHD 4K, 1ms, FreeSync Premium Pro...). Autre concept qui répond parfaitement aux besoins des travailleurs mobiles ou en télétravail, nos écrans mobiles et en particulier notre 16 pouces TD1655, à la fois compact, léger, portable, USB-C, multitouch et avec une belle esthétique en aluminium brossé...



## BENQ A DE NOMBREUX ARGUMENTS

**CASSANDRE TOUTIN**  
CHEF PRODUITS LCD DE DE BENQ FRANCE



BenQ a lancé en fin d'année dernière 2 modèles pour avoir un usage principal en télétravail mais également, étant donné que l'écran est plus grand et avec une excellente résolution, le divertissement. Les GW2790QT et GW3290QT, en 27 et 32 pouces, sont blancs, réglables en hauteur, pivotables et orientables. Dotés de dalle IPS ils assurent une colorimétrie précise couplé à une résolution QHD. Leur connectique en USB-C permet à la fois d'afficher et de recharger un PC jusqu'à 65W, quand les USB-A permettent de brancher les périphériques. Enfin, afin d'assurer des vidéoconférences dans les meilleures conditions, ils sont dotés à la fois d'un microphone à réduction de bruit ambiant et de hauts parleurs capables d'isoler la voix humaine.



Pendant le Covid, la demande a explosé, parfois avec plusieurs écrans par foyer. Mais le marché n'a pas encore atteint le renouvellement de ces écrans. On remarque cependant que les gammes dédiés au télétravail sont plus grands (27 pouces et plus), dotés de ports USB-C capable de recharger les PC, d'une connectique plus nombreuse pour servir de hub et que la résolution augmente (2K minimum). L'accent est également mis sur l'esthétique du produit, avec de nombreux écrans blanc dotés d'emplacement pour téléphone portable. Enfin, BenQ met l'accent sur les capteurs intelligents qui adaptent la luminosité de l'écran à l'environnement, réduisent la lumière bleue et sont dotés d'une technologie anti-scintillement.



# ACER RÉPOND À LA DEMANDE DU TÉLÉTRAVAIL

Pour répondre à la demande de télétravail qui ne cesse d'évoluer, Acer propose une offre large capable de répondre à tout type de demande. **Nicolas Saint-Aubin, directeur de la division produits grand public d'Acer France** revient sur l'approche de la marque concernant le télétravail.

## **Face aux évolutions, comment Acer adapte son offre aux nouveaux besoins du télétravail ?**

Sur ses gammes professionnelles mais aussi grand public, Acer a amélioré les différentes technologies en lien avec les usages du télétravail. Cela se traduit évidemment par la généralisation de la visio-conférence. Nous avons perfectionné les spécificités techniques des webcams de nos PC. Avant les années Covid, on se contentait du minimum. Désormais Acer offre des solutions QHD performantes sur nos PC ultraportables Swift avec des caches caméras pour la confidentialité. Nous avons également apporté des améliorations notoires sur l'audio avec des technologies de réduction de bruit autour de l'utilisateur afin d'obtenir le meilleur rendu sonore possible. La connectique Wifi est aussi un critère essentiel dans le travail distanciel. Nos gammes sont en Wifi 6E, voire Wifi 7, sur les dernières générations de PC. Les ingénieurs d'Acer ont amélioré nos différents châssis avec des formats plus compacts, en 14 et 16 pouces, facilement transportables, toujours plus légers, mais qui sont pourtant toujours plus résistants et performants, à l'image du Swift X destiné à une cible de créateurs. C'est également le cas sur nos gammes professionnelles telles que TravelMate et Chromebook, secteur dans lequel Acer est le leader de produits Chrome sur le marché français (professionnel et grand public).

## **Acer possède également une offre large d'accessoires. Quelles sont les dernières évolutions dans ce domaine ?**

Nous avons élargi notre offre bagagerie (des sacoches, sac à dos, et de nombreuses protections) afin de répondre à tous les besoins de mobilité qui découle de la généralisation du télétravail. Nous proposons une gamme complète d'adaptateurs comme des 10 en 1 et des stations PC qui permettent de connecter facilement tous ses appareils lorsqu'on rentre chez soi. Les supports avec de multiple connectiques représentent de nouvelles solutions pertinentes pour le télétravail. Depuis un an, Acer a élargi son domaine d'activités en lançant des routeurs ultra-performants de nouvelles générations, pouvant répondre aux besoins toujours plus exigeants des familles connectées. Il n'est pas rare de retrouver aujourd'hui plus d'une dizaine d'appareils connectés à son domicile. C'est la raison pour laquelle nous apportons des solutions performantes capables d'offrir du Wifi 7. Le nouveau design de ces routeurs est très réussi. Enfin, pour les itinérants, Acer dispose de routeurs 5G permettant de retransmettre un signal Wifi dans



toute la maison, ou en itinérance, selon les besoins. Ce marché de niche des routeurs affiche une belle progression.

Acer n'oublie pas les moniteurs. Là aussi, Acer voit toujours plus grand avec le télétravail. Le format 27 pouces est devenu le nouveau standard du marché et le 32 pouces progresse. Les consommateurs font le choix d'un affichage plus grand pour travailler dans de bonnes conditions et améliorer leur productivité. Il est impossible de revenir en arrière une fois qu'on s'est habitué à un meilleur confort visuel.

## **Après les très forts taux d'équipement des années Covid, comment voyez-vous l'évolution du marché du PC ?**

Les Français se sont équipés dans l'urgence pendant la période du Covid, sans vraiment prendre le temps du choix du design ou des spécifications qui correspondaient à leurs besoins ou leurs activités. Malgré l'allongement du cycle de vie des PC, les années 2024, et surtout 2025, vont connaître un nouveau renouvellement du marché du PC. Sur le secteur professionnel, les parcs informatiques vieillissants vont naturellement entrer dans une phase de renouvellement, portée par l'arrêt du support de Windows 10 et des nouvelles règles de sécurité. Enfin, l'arrivée de l'IA sur le PC va considérablement accélérer le renouvellement dans le monde du PC, à l'image du nouveau Swift Go 14 qui vient d'être lancé. Nous rentrons dans une nouvelle ère du PC qui se traduit par un véritable bond en avant technologique. ■

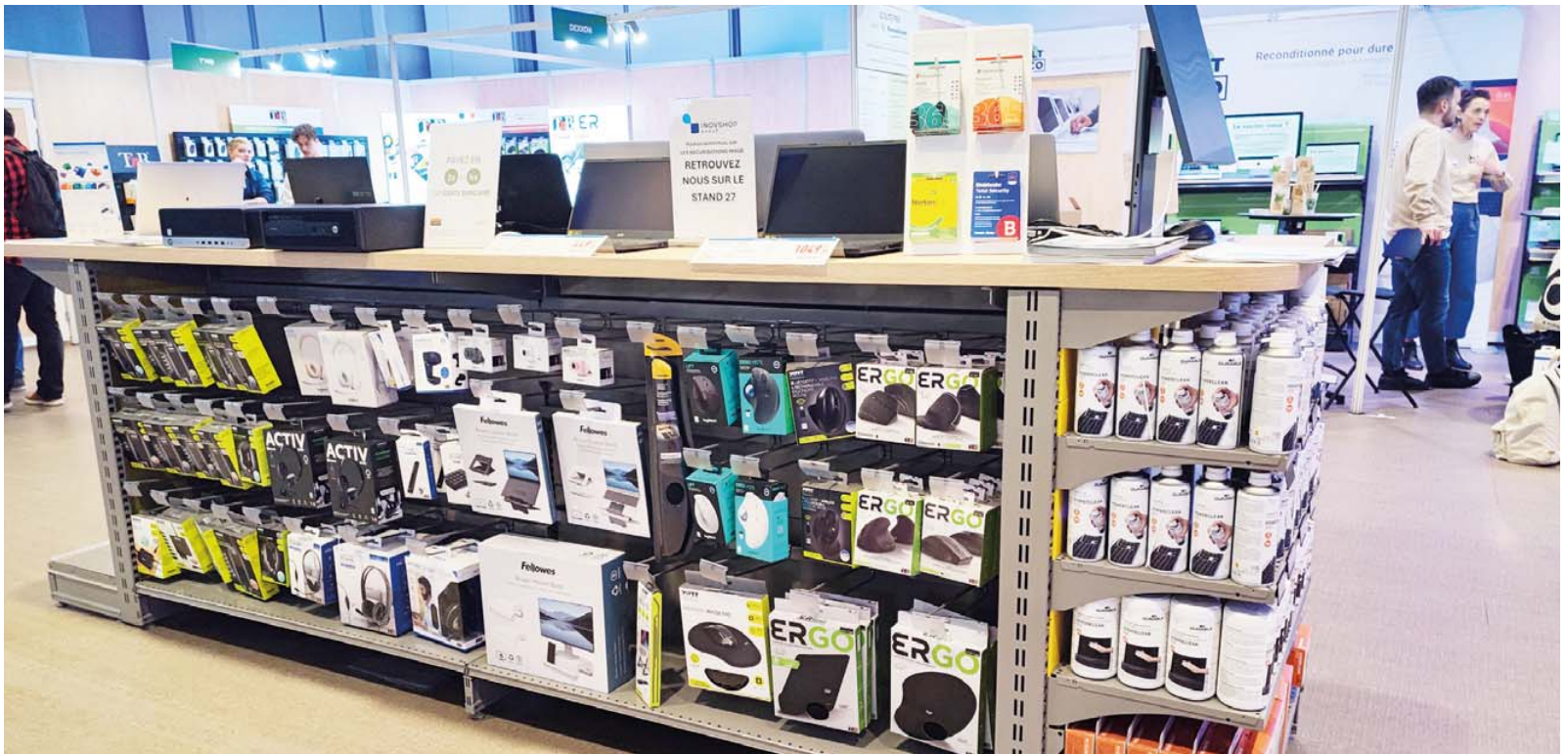


Céline Overton

# BUREAU VALLÉE, L'ENSEIGNE EN POINTE SUR LE TÉLÉTRAVAIL



Sébastien Tréguier



Le salon du « BV Show » a réunit les 19 et 20 mars derniers à Port Marly plus de 700 franchisés, 75 fournisseurs et les équipes de la centrale de Bureau Vallée.

L'enseigne spécialisée en papeterie et fournitures Bureau Vallée est en première ligne pour observer et analyser les évolutions en cours sur le télétravail en France. **Céline Overton, responsable des achats de l'univers bureautique informatique et services, Pierre Crossouard, chef produit IT et Sébastien Tréguier, responsable marketing de Bureau Vallée** reviennent sur les évolutions désormais portées vers les produits ergonomiques et de l'impact sur l'activité de Bureau Vallée.

### Comment évolue l'offre de télétravail chez Bureau Vallée ?

**Céline Overton :** La période du Covid a profondément changé la donne en démocratisant le télétravail et ce de manière durable. La façon de travailler a évolué. Les gens se sont d'abord équipés dans l'urgence pour bénéficier à domicile de plus de confort et de productivité. Ce qui a contribué à démocratiser la catégorie des produits ergonomiques. Beaucoup ont découvert tous les périphériques et accessoires utiles, après souvent des mois d'inconfort de home office. En retournant en entreprise, ils ont parfois constaté le manque de confort de leur poste de travail. En prenant l'habitude de travailler avec plusieurs écrans et des accessoires ergonomiques, les

salariés ont remarqué qu'ils étaient plus productifs et qu'ils pouvaient travailler plus longtemps. En définitive, cette période a changé notre rapport au travail au quotidien, sans retour en arrière possible. Et Bureau Vallée, par son positionnement de spécialiste, répond à tous ces besoins aussi bien pour les professionnels que les particuliers.

**Sébastien Tréguier :** Aujourd'hui la fréquentation de notre clientèle dans nos magasins se répartit à 60 % sur les particuliers et 40% sur les professionnels. En chiffre d'affaires le ratio est inversé (40/60) en raison d'un panier moyen d'une entreprise bien supérieur, même s'il s'agit majoritairement de petites entreprises (TPE/PME) qui sont souvent des indépendants adeptes du télétravail ou du travail en mobilité. Mais c'est l'illustration de la large clientèle que nous touchons aujourd'hui au travers de nos 320 magasins en France (400 dans le monde). Sur le marché du télétravail, après deux années très fortes d'équipement, on est revenu sur une stabilisation.

### Quelle place occupe les produits ergonomiques dans cette révolution du télétravail ?

**C.O. :** Grâce à cette période à la maison, les produits ergonomiques sont désormais mieux connus par les salariés qui se sont équipés eux-mêmes



à cette occasion. Le salarié est devenu acteur de son quotidien et de son matériel. Au départ, les personnes ne pensaient pas avoir besoin de s'équiper avec ce type de produits, mais la période a été l'occasion de franchir le pas. Et depuis la dynamique est là, on est même dans un mouvement quelque peu inversé, où les salariés cherchent à mieux s'équiper au bureau, à l'image de ce qu'ils ont déjà à la maison. Le home office s'est généralisé et amène les Français à s'équiper toujours plus avec des produits dits ergonomiques. Au départ réservés à une minorité, ils sont devenus des produits « classiques ». En linéaires dans nos magasins, on retrouve côte à côte des accessoires classiques et des produits ergonomiques. Chacun choisit en fonction de ses usages (occasionnel, intensif, etc.). Les consommateurs ont une meilleure connaissance des produits et de leur côté, les marques ont joué le jeu. Les produits ergonomiques sont maintenant plus simples à utiliser et plus accessibles en termes de prix, moins lourds, plus faciles à monter pour le mobilier. Le secteur a également connu une petite révolution esthétique. Aujourd'hui, il y en a pour tous les goûts. Et plus globalement, le regard sur les aménagements des espaces de travail a changé. On a assisté à une véritable démocratisation des produits ergonomiques en lien avec le télétravail, ou plus généralement en mobilité.

**Pierre Crossouard :** On est sorti du marché de niche pour aller vers une production beaucoup plus importante chez les fournisseurs. L'écart de prix entre un accessoire classique et ergonomique n'est plus si important, ce n'est plus un frein à l'achat. On retrouve des produits ergonomiques sur l'entrée, milieu ou haut de gamme. A noter que souvent le passage vers les produits ergonomiques demande un petit effort. Il faut une semaine à l'utilisateur avant de maîtriser parfaitement une souris ergonomique. La prise en main n'est pas évidente bien que la position du bras soit naturelle, mais à l'arrivée le confort d'usage est au rendez-vous et il n'y a pas de marche arrière possible. La période du Covid a été le déclencheur. De plus, la médecine du travail joue un nouveau rôle beaucoup plus actif. Les conseils en ergonomie du poste de travail à la maison et au bureau sont devenus une priorité tant pour la médecine du travail que pour les entreprises. C'est une question qui préoccupe beaucoup plus le monde du travail que par le passé. L'information sur les risques, sur la sédentarité et les conséquences de mauvaises postures est beaucoup plus importante. Tout cela contribue à la croissance du marché du télétravail.

### Quelles sont les perspectives sur le marché du télétravail / home-office pour 2024 ?

**C.O. :** Ce marché s'inscrit désormais dans une démarche de renouvellement. Après le rush de la période Covid, on entre dans une nouvelle étape avec des produits toujours plus simples, plus légers, plus accessibles et surtout plus beaux. On voit arriver de nouveaux coloris et designs. On se dirige plus vers un achat plaisir. Pour continuer de dynamiser le marché, les marques doivent cependant continuer à innover, proposer de nouvelles solutions, de nouvelles couleurs, etc. C'est l'un des freins actuels du marché. Pour accélérer le renouvellement, les marques doivent continuer d'innover avec des solutions performantes et toujours plus accessibles. Le home office s'avère être un segment porteur pour une enseigne spécialisée comme la nôtre. Nos clients savent que nous disposons 365 jours par an de toutes les solutions dans nos magasins, et sur notre site internet. De l'équipement IT, aux périphériques, au mobilier, sans oublier toute la papeterie, les fournitures et la maroquinerie, les meilleures solutions aux meilleurs prix sont chez Bureau Vallée. C'est le positionnement historique de l'enseigne depuis sa création en 1990, ce qui a fait son succès toutes ces années.

**P.C. :** Les catégories les plus fortes chez Bureau Vallée sont les périphériques. Ce n'est pas un investissement aussi important qu'un PC par exemple, on

peut en acheter plus souvent, ce qui dynamise le marché. Bureau Vallée est d'ailleurs incontournable sur cette catégorie de produit. On aura du choix, du prix et de la couleur au format adapté. Les stations de travail, les supports écrans ainsi que les repose-pied sont désormais un peu moins dynamiques et plus classiques. Le mobilier de bureau évolue vers de nouvelles couleurs. On sort du noir ou des fauteuils gamers, pour aller vers des coloris beige/gold qui s'adaptent mieux à certains intérieurs design.

### Comment évolue le réseau Bureau Vallée ?

**S.T. :** En moyenne, nous ouvrons 10 magasins chaque année, en plus de 10 reprises de magasin. 60% des ouvertures sont le fait de franchisés ayant déjà 1 magasin ou de collaborateurs souhaitant se lancer dans l'aventure de l'entrepreneuriat. Nous comptons ainsi 205 franchisés en France pour 320 magasins. Bureau Vallée est également présent en Espagne, Malte, Ile Maurice, Italie, Tunisie, Nouvelle Calédonie, Cameroun, DOM TOM et Belgique, soit près de 400 magasins au total. Nous venons d'ouvrir des magasins d'une surface de plus de 1 000 m<sup>2</sup> à Saintes et à Forbach, preuve du dynamisme actuel de l'enseigne. A terme, notre objectif est d'ouvrir 500 magasins en France. Nous ne couvrons pas encore certaines zones comme à Rennes où nous venons de racheter deux magasins. Enfin, nous allons renforcer notre présence à Paris (5 magasins) et en Ile de France en grande couronne en 2024.

Pour mémoire, Bureau Vallée est né en 1990 sur le modèle « cash and carry » avec un très fort engagement d'enseigne sur l'écoresponsabilité. Dès 2009, nous avons été les premiers à faire noter tous nos produits par un organisme indépendant sur l'impact environnemental. Nous progressons encore dans ce domaine en calculant le bilan carbone de chaque produit sur l'ensemble du cycle de vie. Après avoir débuté par le secteur du mobilier, nous enchaînons avec la papeterie et les consommables. Le high-tech suivra car c'est de loin le plus complexe à mettre en œuvre. Nous avons une offre complète de reconditionnée, seconde vie ou encore une solution verte dans chacun des rayons. Sur le high-tech (PC, smartphone), chaque magasin a le choix d'adapter son offre en fonction de sa zone de chalandise. Certains font du 100% reconditionné, d'autres font un mix, ou 100% neuf. Par cette démarche, nous cherchons à aider les marques à améliorer leurs produits et notamment en termes de durabilité et de réparabilité. C'est essentiel pour l'avenir du secteur et cela s'inscrit dans les valeurs de notre enseigne depuis sa création. ■



# LES FILMS DE PATRIMOINE : UN MARCHÉ QUI MISE DE PLUS EN PLUS SUR LA 4K

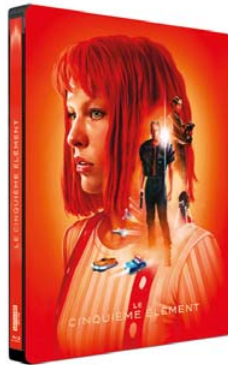
Alors que le marché de la vidéo physique, fortement pénalisé par la nouveauté, a accusé une nouvelle baisse en 2023 (-15,4% en valeur), force est de constater que le back catalogue, porté par le cinéma de patrimoine, a mieux résisté se repliant de seulement 9,6% en valeur, avec surtout des ventes en Blu-ray et Blu-ray 4K en retrait d'à peine 1,6% en valeur. Une belle résistance qui prouve l'intérêt

toujours marqué des consommateurs pour les films de patrimoine et films cultes. Et que l'on doit à la vitalité des éditeurs qui continuent de se mobiliser pour faire vivre et valoriser l'offre à travers des éditions collector ambitieuses et notamment 4K de plus en plus nombreuses. Passage en revue des différentes stratégies des éditeurs et des principales sorties à venir sur le segment.

## UNE ANNÉE PATRIMONIALE BIEN REMPLIE POUR GAUMONT

**MAXIME GRUMAN,**  
DIRECTEUR VIDÉO & VOD DE  
GAUMONT

Depuis 2009 plus de 600 films ont été restaurés chez Gaumont et édités au travers de nos 3 collections : Gaumont Classiques et Gaumont Découverte DVD et Blu-ray. Collections que nous continuons d'alimenter, au rythme d'une cinquantaine de films par an. **Nous avons ainsi atteint en mars la barre des 550 titres actifs dans la collection Gaumont Découverte DVD lancée fin 2010 pour plus de 500 000 unités vendues à date. Sur 2024, nous devrions sortir entre 24 et 28 films dans la collection, en 6 à 7 vagues de 4 titres (positionnés à 12,99 euros TTC). Après 2 premières vagues en février et mars, nous reviendrons ainsi le 19 juin avec une 3<sup>e</sup> vague regroupant Singoalla de Christian-Jaque, La Plus belle fille du monde de Christian Stengel, Les Fruits amers de Jacqueline et Colette Audry mais aussi The Beast de Lee Jung-ho, remake coréen de 36 Quai des Orfèvres inédit en France et que l'on a décidé de sortir dans la collection. Quatre autres vagues sortiront sur la fin d'année. Pour ce qui est de la collection Gaumont Découverte Blu-ray, la plus récente (elle a été lancée en 2014), on arrive à fin mars à 277 titres sortis pour plus de 300 000 unités vendues.** Nous continuons d'y proposer des films rares mais également des classiques de la comédie française, à un rythme de 4 vagues de 4 titres (14,99 euros TTC) par an. A noter que **nous y avons apporté une subtilité en septembre dernier, en lançant une alternative aux Inclassables Gaumont, avec des films un peu plus bis dans notre filmographie présentés avec une jaquette réversible sur le 1<sup>er</sup> tirage, avec au**



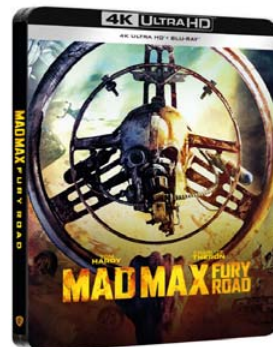
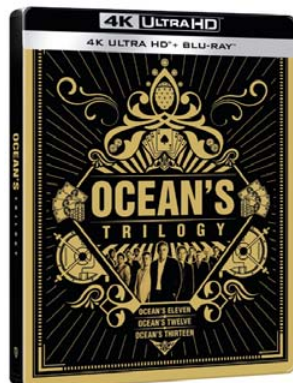
recto une illustration exclusive d'un artiste et au verso une version chartée Gaumont Découverte Blu-ray. **Une alternative à la collection que nous allons réitérer le 19 juin avec 4 nouveaux titres :** Les Coupables de Luigi Zampa, Le Château des amants maudits de Riccardo Freda, The Beast et un double programme de 2 films avec Fernandel Meurtres ? de Richard Pottier et Le Voyage du père de Denys de La Patellière. Nous sortirons très probablement une autre vague d'inclassables en décembre. Enfin, concernant la collection Gaumont Classiques lancée en 2009 et dédiée à nos films les plus iconiques, on compte aujourd'hui un peu plus de 160 titres actifs en double format DVD (16,99 euros TTC) et Blu-ray (19,99 euros TTC), pour plus de 800 000 unités écoulées. Pour 2024, nous n'avons pas identifié de nouvelles sorties dans la collection. En revanche, **nous arrivons cette année avec plusieurs très belles sorties 4K, hors collection.** Nous venons

ainsi de sortir, Le Cinquième élément de Luc Besson dans une édition Steelbook limitée Blu-ray 4K + 2 Blu-ray qui fait suite à l'édition ultra collector sortie en décembre dernier par ESC Editions. Nous prévoyons de le ressortir le 2 mai dans une édition Blu-ray 4K single, à un prix plus accessible, ainsi que dans de nouvelles éditions Blu-ray et DVD. Deux autres films de Luc Besson sont programmés en 2024, Nikita le 10 juillet et Léon sur décembre, que nous proposerons sur le même principe en éditions Steelbook limitées Blu-ray 4K + 2 Blu-ray avec des visuels élaborés par la graphiste Flore Maquin qui a créé le visuel du Cinquième élément. L'idée est de proposer une collection Luc Besson. En plus de ces 3 Besson, nous sortirons Les Rivières pourpres de Mathieu Kassovitz et 36 Quai des Orfèvres d'Olivier Marchal qui fête ses 20 ans en novembre en édition Blu-ray 4K collector, à priori en octobre et novembre ».

## UNE VINGTAINÉ D'INÉDITS 4K À PARAÎTRE CHEZ WARNER BROS. DISCOVERY

**CÉLINE MOREL**,  
DIRECTRICE EXÉCUTIVE  
MARKETING CATALOGUE ET  
SÉRIES TV DE WARNER BROS.  
DISCOVERY FRANCE & BENELUX

« Riche de notre catalogue centenaire, nous nous attelons, en plus des sorties de tous les titres récents, à faire vivre et revivre nos films cultes tout au long de l'année sur tous les supports disponibles : DVD, Blu-ray, coffrets, VoD et EST et 4K Ultra HD lorsque cela est envisageable. Pour établir un calendrier de ressorties, nous nous appuyons sur des temps forts commerciaux, des anniversaires ou encore sur une actualité salles. Ce fut le cas récemment par exemple sur une nouvelle édition Steelbook de Dune au moment de la sortie du nouvel opus. L'idée est également de pouvoir ressortir des œuvres ayant marqué l'histoire de notre studio et du cinéma en 4K, comme ce fut le cas par exemple l'an dernier sur des films comme L'Exorciste ou encore A l'Est d'Eden et Rio Bravo. En 2024, nous aurons



une vingtaine de titres inédits en 4K à paraître d'ici la fin d'année. Nous avons ainsi sorti début mars Contagion de Steven Soderbergh en édition Blu-ray 4K + Blu-ray Steelbook. Les prochains inédits 4K sortiront sur mai avec la trilogie Ocean's, disponibles en coffret ou en individuel, ainsi qu'American Sniper de Clint Eastwood pour son 10<sup>e</sup> anniversaire. En

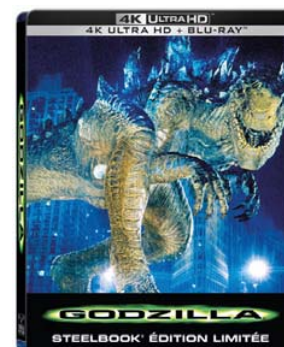
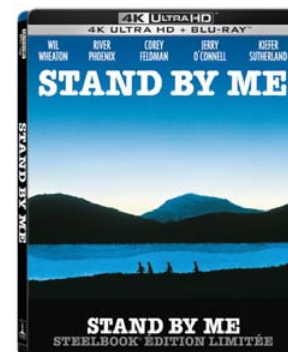
complément des inédits 4K, nous rééditons également dans des packagings qualitatifs des titres cultes, à l'image de Batman V Superman, V Pour Vendetta et Dune ressortis en février dans de nouvelles éditions Steelbook. Suivront Zack Snyder's Justice League (le 24 avril) et Mad Max Fury Road (le 29 mai), toujours en Steelbook. »

## SONY PICTURES POURSUIT SA POLITIQUE DE RÉÉDITION EN 4K UHD

**LAURILÈNE CHARPENTIER**,  
CHEFFE DE PRODUIT SONY  
PICTURES CHEZ ESCD.

« Dans la continuité des années précédentes, nous concentrons aujourd'hui nos efforts sur le format 4K UHD. De fait, le marché de l'Ultra HD 4K est sur une dynamique très positive et se démocratise peu à peu, si bien qu'il représente, avec le format Blu-Ray, le futur du marché de la vidéo physique. Nous poursuivons ainsi notre politique de réédition en Blu-ray UHD 4K des grands classiques et sagas cultes du studio dès que nous le pouvons, en faisant la part belle aux éditions collector et notamment aux steelbooks, proposés en édition limitée sur le territoire français. Nous essayons en effet d'apporter à chaque fois le plus bel écran et la meilleure qualité d'image et de son possible avec les technologies Dolby Vision, HDR10, Dolby Atmos ou encore DTS-HD Master Audio. Nous venons ainsi de sortir en début d'année le chef-d'œuvre d'animation japonaise Paprika, mais également Godzilla (1998) et

l'excellent Stand By Me de Rob Reiner dans de très belles éditions limitées et inédites en steelbook combo Blu-ray 4K UHD + Blu-ray. Et les premières ventes sont très satisfaisantes. D'autres films emblématiques du catalogue Sony Pictures sont attendus sur le format 4K UHD et/ou Blu-Ray d'ici la fin de l'année, mais malheureusement nous ne pouvons pas encore en parler. En parallèle, nous poussons auprès du studio pour ressortir les films déjà sortis sur le format 4K UHD en éditions collector ou en steelbook limités et arrivés à épuisement, en édition UHD simple avec un prix plus attractif, à l'image de Last Action Hero, Jumanji, Big Fish ou encore Docteur Folamour l'année dernière. L'idée étant de démocratiser encore un peu plus la 4K et de développer un marché de niche qui ne demande qu'à grandir. Nous espérons ainsi mettre à disposition d'ici la fin d'année en édition Blu-ray 4K UHD simple des titres phares comme Un Jour Sans Fin, Le Masque de Zorro ou encore Blade Runner 2049, dont les éditions Blu-ray 4K + Blu-ray Steelbook ont particulièrement bien fonctionné et ont été totalement écoulées ».



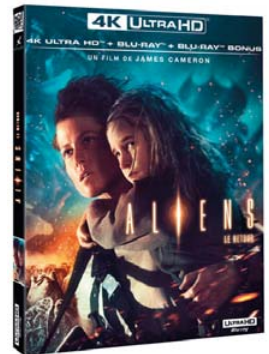
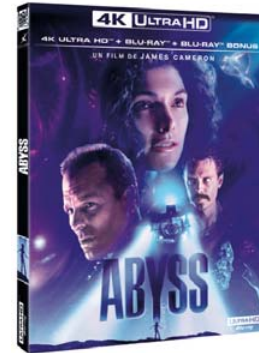
# THE WALT DISNEY COMPANY : UN DÉBUT D'ANNÉE PLACÉ SOUS LE SIGNE DE JAMES CAMERON

**NINON HYENNE,**  
CHEFFE DE PRODUIT THE WALT  
DISNEY COMPANY CHEZ ESCD

« Nous sommes attentifs à toutes les opportunités offertes pour promouvoir le catalogue de The Walt Disney Company. Dès qu'une occasion de sortir un titre se présente, nous la saisissons. Nous allons ainsi poursuivre dans les prochains mois le travail de fond engagé depuis le début d'année sur le catalogue de films de Disney, en éditant notamment de nombreux films cultes du studio en Blu-ray 4K UHD. Après Blanche Neige et les Sept Nains, sorti mi-mars dans une très belle édition Blu-ray 4K UHD + Blu-ray avec fourreau, nous préparons la sortie le 2 mai sur le même format d'un autre grand classique Disney : Cendrillon (1950). Dans la même lignée, nous allons poursuivre le travail opéré en début d'année sur la filmographie de James Cameron avec la sortie de magnifiques éditions collector

Blu-ray 4K UHD + Blu-ray de Titanic, d'Avatar et d'Avatar : La Voie de l'Eau. Nous proposerons ainsi le 24 avril, en exclusivité à la Fnac, une édition collector limitée Blu-ray 4K UHD + 2 Blu-ray de Titanic avec un livre relié ainsi que des reproductions des accessoires mythiques du film. À la même date, nous sortirons également trois autres films cultes du réalisateur pour la première fois en combo Blu-ray 4K UHD + Blu-ray avec fourreau : Abyss (1989), Aliens, le Retour (1986) et True Lies (1994). Des titres très attendus dans ce format, avec pour Abyss et Aliens, le Retour, les versions cinéma et édition spéciale des films ainsi qu'un disque Blu-ray bonus. Au-delà de la 4K, nous allons rééditer à partir du 17 avril un certain nombre de films emblématiques du studio, aujourd'hui indisponibles, en Blu-ray en commençant par Maman J'ai Raté l'Avion ! et Maman, J'ai Encore Raté l'Avion mais également Le Règne du Feu de Rob Bowman et Cocktail de Roger Donaldson,

suivis le 24 avril de La Mélodie du Bonheur de Robert Wise et le 2 mai de Percy Jackson : Le Voleur de Foudre et La Mer des Monstres. Nous souhaitons explorer toute la richesse du catalogue Disney et nous essayons de faire en sorte que tout puisse exister dans le meilleur format possible ».



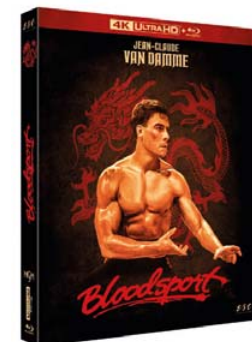
## ESD EDITIONS FAIT LA PART BELLE AUX COLLECTORS

**VICTOR LAMOISSIERE,**  
RESPONSABLE MARKETING  
VIDÉO D'ESD EDITIONS

« De manière générale, nous avons entrepris depuis l'année dernière de réduire nos volumes en termes de titre, et ce en resserrant notre offre autour de nos films les plus forts, et de les travailler plus en profondeur, aussi bien sur la forme que le contenu, en proposant des éditions de plus en plus collector. Un cap que l'on garde en 2024. Nous prévoyons ainsi d'éditer entre 15 et 20 titres cette année. Typiquement, nous avons sorti le 21 février dernier une édition collector définitive 3 Blu-ray + goodies + livre de 52 pages, limitée à 2 000 exemplaires, de La Dernière Maison sur la Gauche (1972) de Wes Craven, regroupant les 4 versions du long-métrage : Unrated, R-Rated, Krug & Company Cut et version VHS. Dans le même esprit, nous venons d'éditer le 20 mars Haute Tension (2003) d'Alexandre Aja ( inédit en Blu-ray) dans une édition collector Steelbook Blu-ray 4K + 2 Blu-ray + goodies (Dolby Atmos et Dolby Vision) spéciale Fnac, enrichie d'une pléthore de bonus, ainsi que dans une édition combo Blu-ray 4K + Blu-ray. Un gros morceau qui vient ouvrir un

cycle sur le cinéma de genre français chez nous. Nous préparons ainsi la sortie le 24 avril du film d'horreur A l'Intérieur (2007) de Julien Maury et Alexandre Bustillo en édition combo Blu-ray + DVD limitée, agrémentée de plus de 2h de bonus. Toujours sur avril (le 10), nous sortirons un inédit en vidéo de Roger Corman : Bloody Mama (1970) avec Robert De Niro dans une édition collector limitée Blu-ray + DVD + livret de 32 pages. Nous enchaînerons en mai avec la sortie en DVD et Blu-ray du Pic de Dante (1997) de Roger Donaldson (le 8) mais surtout d'Horrible (1981) de Joe D'Amato dans une édition Blu-ray + DVD limitée et en combo Blu-ray + DVD avec boîtier VHS ESC Vidéo Club, disponible en exclusivité sur notre site (le 22). Mais notre plus grosse sortie de l'année, voir de ces dernières années, sera sans conteste Bloodsport (1988) de Next Arnold que nous sortirons le 12 juin en édition combo Blu-ray 4K + Blu-ray limitée mais aussi en éditions VHS Box Blu-ray 4K + 2 Blu-ray + DVD + goodies sur notre site. A noter que nous proposerons également une édition Blu-ray 4K + Blu-ray + Blu-ray de bonus limitée spéciale Fnac. Pour ce qui est du mois d'août, nous reviendrons avec Joe, c'est aussi l'Amérique (1970) de Joe G.

Avildsen avec Peter Boyle et Susan Sarandon qui a été nommé à l'Oscar du meilleur scénario original en 1971, mais également Barfly (1987), comédie dramatique de Bardet Schroeder avec Mickey Rourke et Faye Dunaway, inédit en vidéo en France. Enfin, dans l'esprit « gros bras », nous sortirons en septembre Le Ninja Blanc (1987) de Sam Firstenberg. Nous restons ainsi fidèles à notre ligne éditoriale avec des grands classiques, du gros bras, de l'horreur... »



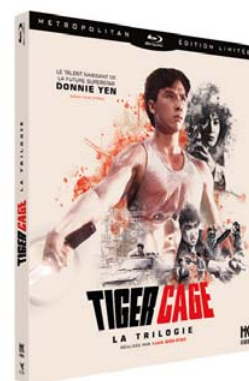
## LA TRILOGIE DE LA VENGEANCE EN VERSION RESTAURÉE 4K CHEZ METROPOLITAN

**NICOLAS RIOULT,**  
RESPONSABLE PROJETS VIDÉO  
DE METROPOLITAN FILMS

« Nous nous sommes lancés depuis 2 ans dans la réédition de films de patrimoine en 4K mais aussi en Blu-ray quand seul du matériel 2K est disponible, en coordination avec le service programmation qui les propose en parallèle sur grand écran, à l'image de la fresque de Bernardo Bertolucci, Le Dernier Empereur (4K), ou encore Le Festin Nu de David Cronenberg (4K). Nous avons également initié depuis l'année dernière la ressortie de classiques du cinéma asiatiques avec les premières éditions Blu-ray de Iron Monkey de Yuen Woo-Ping et Zu, les Guerriers de la Montagne Magique de Tsui Hark. Dans la continuité, nous venons de sortir en mars la trilogie Tiger Cage de Yuen Woo-Ping en Blu-ray, et notre point d'orgue sera la sortie de la trilogie de la vengeance de Park Chan-Wook en 4K, sur les écrans depuis le 6 mars et que nous sortirons ensuite en Blu-ray UHD 4K en juin. Une trilogie constituée de trois films indépendants : Sympathy For Mr. Vengeance,

Old Boy et Lady Vengeance, mais tournés à la suite, dans un laps de temps court (2002-2005), dont les histoires gravitent autour d'une histoire de vengeance. Pour cette sortie, nous avons recréer des posters pour chaque film. Nous avons mis à la disposition des salles la bande annonce de chaque film, ainsi qu'un superbe nouveau film annonce, créée pour l'occasion en 4K, de la trilogie. Les films sont présentés chacun dans de superbes restaurations 4K, validées par Park Chan-Wook lui-même. Les longs-métrages seront édités en éditions Blu-ray UHD 4K + Blu-ray, mais nous les sortirons d'abord sous la forme d'un coffret en édition limitée, contenant un digipack pour chaque film. Nous reprendrons au maximum les suppléments d'époque mais de nouveaux suppléments viendront compléter cette édition exceptionnelle. Sur Old Boy, nous proposerons notamment le fabuleux documentaire rétrospectif, Old Days, qui revient pendant deux heures sur la conception de ce chef-d'œuvre. Nous ajouterons également en forme de livre le storyboard du film sur plus de 200 pages. Du contenu inédit pour une édition que

nous espérons définitive, positionnée au prix de vente conseillé de 89,99 euros. D'autres titres viendront compléter notre collection de patrimoine. Point Break de Kathryn Bigelow sera ainsi prochainement disponible dans une fabuleuse édition UHD 4K (à priori en juillet), quand Malcom X de Spike Lee sortira d'ici la fin de l'année. »



## UNE TRÈS BELLE ANNÉE 4K CHEZ PARAMOUNT

**ETIENNE LE LIONNAIS,**  
CHEF DE PRODUITS  
PARAMOUNT CHEZ ESCD

« Sur le segment, notre stratégie n'a globalement pas changé. Nous gardons en effet la même approche et la même volonté de rééditer les grands classiques et franchises cultes de Paramount Pictures en 4K, avec toujours cette idée de drafting anniversaire qui reste la base des restaurations du studio. Et ce, en conservant la même ligne directrice depuis la sortie de la Trilogie Le Parrain en 2022, à savoir proposer les meilleures éditions possibles. Nous essayons en effet dès que possible de les travailler en éditions collector et notamment en Steelbook. Si nos principales nouveautés cinéma se concentrent cette année sur le 2<sup>e</sup> semestre, nous aurons en revanche une très belle année sur le back catalogue chez Paramount. Nous venons ainsi de sortir fin mars une édition combo Blu-ray 4K + Blu-ray avec fourreau de Peur Primale (1996) de Gregory Hoblit. Suivra le 24 avril Lolita Malgré Moi de Mark Waters dans une édition Steelbook Blu-ray

4K limitée 20<sup>e</sup> anniversaire (29,99 euros) pour laquelle nous sommes allés chercher la véritable VF. Nous enchaînerons ensuite avec 2 gros morceaux : The Crow d'Alex Proyas, le 8 mai, et Il Etait une Fois dans l'Ouest de Sergio Leone, le 15 mai. Pour The Crow qui fête cette année ses 30 ans, nous proposerons un combo Blu-ray 4K + Blu-ray classique mais également de très belles éditions Steelbook Blu-ray 4K + Blu-ray limitées avec surétui plastique semi-transparent, l'une au national et l'autre spéciale Fnac avec des visuels différents. Des éditions Steelbook qui ont surperformé en précommande et sont aujourd'hui en rupture de stock. Nous en profiterons également pour sortir le film en DVD et Blu-ray. Quant à Il Etait une Fois dans l'Ouest, il sera disponible en édition collector Blu-ray 4K + Blu-ray limitée 55<sup>e</sup> anniversaire spéciale Fnac, enrichie de nombreux goodies (39,99 euros) ainsi qu'en combo Blu-ray 4K + Blu-ray (29,99 euros), dans un tout nouveau master inédit réalisé à partir des négatifs originaux. A noter que nous faisons à chaque fois le maximum pour que les films soient proposés à la fois en

collector mais également en combo Blu-ray 4K + Blu-ray standard. Et ce, afin que tout le monde puisse y trouver son compte. De nombreuses autres rééditions 4K sont prévues sur l'année, environ 2 par mois. Nous préparons ainsi la sortie en juin de Chinatown (1974) de Roman Polanski mais également de Team America : Police du monde (2004) de Trey Parker. »



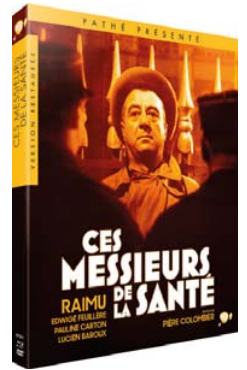
## UNE DIZAINE DE NOUVEAUX TITRES DANS LA COLLECTION PATHÉ RESTAURATIONS

**JEAN ZIEMNIAK,**  
CHEF DE PROJETS VIDÉO FILMS  
DE PATRIMOINE CHEZ PATHÉ  
FILMS

Depuis 2012, ce sont un peu plus de 150 films qui ont été entièrement restaurés par Pathé, avec l'aide du CNC ou sous nos fonds propres, au départ essentiellement en 2K et aujourd'hui systématiquement en 4K. Films que nous sortons en éditions Blu-ray + DVD digipack limitées (positionnées au prix de vente conseillé de 19,99 euros, sauf exception) dans notre collection Pathé Restaurations, mais également pour les plus "prestigieux" en éditions collector Blu-ray 4K limitées et numérotées, à l'image d'Astérix & Obélix : Mission Cléopâtre et Le Samouraï l'année dernière. Sur 2024, nous préparons, comme chaque année, la sortie d'une dizaine de films de patrimoine dans la collection, par vagues de 2 à 3 films. Nous arriverons ainsi avec une première vague de 2 films le 24 avril regroupant Ces Messieurs de la Santé, comédie noire de Pierre Colombier avec Raimu présentée l'an dernier à Cannes Classics, et

Pour l'Amour du Ciel de Luigi Zampa avec Jean Gabin. Suivra le 26 juin une 2<sup>e</sup> vague de 2 films avec Boulevard de Julien Duvivier où l'on retrouve Jean-Pierre Léaud et La Rose de la Mer de Jacques de Baroncelli avec Fernand Ledoux. A noter que sur le 2<sup>e</sup> trimestre, nous ressortirons également Le Samouraï (le 24 avril) et Astérix & Obélix : Mission Cléopâtre (le 15 mai) dans des éditions combo Blu-ray 4K + Blu-ray plus simple ainsi qu'en DVD. Nous reviendrons ensuite en octobre, au moment du Festival Lumière, avec une nouvelle vague de 3 films : les comédies policières Cinq Tulipes Rouges de Jean Stellé et Au P'tit Zouave de Gilles Grangier et Les Misérables, film en 2 époques de Jean-Paul Le Chanois au casting prestigieux (Jean Gabin, Bertrand Blier, Bourvil...) que nous proposerons en coffrets DVD et Blu-ray. Enfin sur la fin d'année, nous éditerons un triptyque de Fernandel réunissant L'Héroïque Monsieur Boniface et Boniface Somnambule de Maurice Labro et L'Armoire Volante de Carlo Rim pour lequel nous réfléchissons à proposer des coffrets

DVD et Blu-ray, mais également Les Choristes de Christophe Barratier, entièrement restauré en 4K pour ses 20 ans et que nous ressortons en salles le 10 avril, avant de le sortir, probablement en décembre, en coffret collector.»



## NOUVELLES VAGUES DE FILMS ET NOUVELLE COLLECTION ITALIENNE CHEZ ELEPHANT FILMS

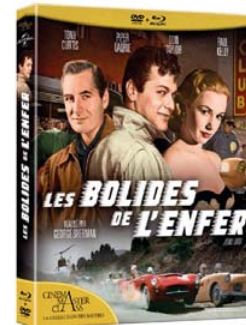
**VICTOR LOPEZ,**  
CHEF DE PRODUIT D'ELEPHANT  
FILMS

Nous avons décidé depuis plus de 10 ans de recentrer notre line-up cinéma sur le cinéma de patrimoine. Un virage acté en 2012 avec le lancement de la collection Cinema Master Class – La Collection des Maîtres. Initialement centrée sur le cinéma britannique, la collection s'est peu à peu élargie aux classiques du cinéma américain des années 30 à 70, et particulièrement de l'Age d'Or du cinéma Hollywoodien qui compose aujourd'hui l'essentiel de la collection, mais également au cinéma étranger (Japon, Mexique, Iran...). L'ADN de la collection reste avant tout la mise en avant de grands cinéastes à réhabiliter ou de films méconnus de grands réalisateurs. Nous préparons ainsi par exemple la sortie en combo Blu-ray + DVD et DVD collector de 6 films de Mitchell Leisen, cinéaste très populaire durant l'Age d'Or du cinéma Hollywoodien mais un peu oublié par la critique, que nous proposerons également en coffret avec 3 autres films du réalisateur déjà édités dans la collection. Des films que nous sortons

sous forme de vagues thématiques, de 3 à 6 films, dédiées à un réalisateur, un acteur/une actrice ou un genre, au rythme d'une vague tous les 3 mois.

Nous venons ainsi de sortir fin mars une vague de 3 adaptations littéraires des années 40 avec Le Prix du Silence d'Elliott Nugent, Le Mystère d'Edwin Drood de Stuart Walker et Désirs de Bonheur de Robert Siodmak. Suivra en mai une vague de 3 films de George Sherman, regroupant Brigade Secrète, A l'Abordage et Les Bolides de l'Enfer, et une vague de 5 films noirs réunissant Le Déporté de Robert Siodmak, Le Rôdeur de Joseph Losey, La Tigresse de Byron Haskin, Syndicat du Meurtre de John Guillermin et Iron Man de Joseph Pevney. En allant un peu plus loin, sur 2025, nous préparons la sortie d'une vague de comédie Pré-code (1929-1934) et une autre de films muets. En parallèle, nous proposerons en novembre, sur le même principe que notre collection de polars italiens « Les Années de plomb » lancée avec succès l'an dernier, une toute nouvelle collection de westerns italiens des années 60-70, baptisée « La Vendetta Colezienne ». A l'instar de la collection « Les Années de plomb », les films seront disponibles en éditions

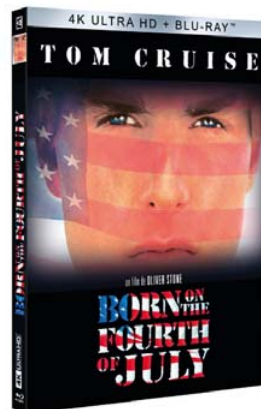
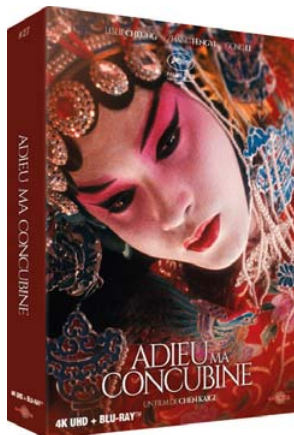
Futurepack Blu-ray + DVD + Livret collector, limitées à 1 000 exemplaires et ensuite en Blu-ray et DVD simple. Cinq premiers films sont programmés dans la collection : Et Sabata les Tuas Tous et Garringo de Rafael Romero Marchent, Ben & Charlie de Michele Lupo, O Cangaceiro de Lima Barreto et Pistolets pour un Massacre d'Umberto Lenzi. »



# ARCADÈS CONTINUE PLUS QUE JAMAIS DE DÉFENDRE ET VALORISER LE CINÉMA DE PATRIMOINE

**ALEXANDRA DESSERT,**  
DIRECTRICE COMMERCIALE  
D'ARCADÈS

« Globalement, notre stratégie n'a pas changé. Le cinéma de patrimoine fait partie intégrante de notre ADN. C'est un segment que nous continuons de défendre et de valoriser, et sur lequel nous enregistrons de très bons résultats. Nous sommes de plus en plus sur un marché de collectionneurs et de passionnés à la recherche d'éditions augmentées de qualités et notamment 4K. A fin octobre 2023, les ventes de Blu-ray 4K pesaient ainsi 13% du marché de la vidéo en valeur. Et le cinéma de patrimoine s'y prête parfaitement bien, enregistrant d'excellents résultats. Les éditions Coffrets Ultra Collector (CUC) de *Massacre à la Tronçonneuse* de Tobe Hooper et *Les Ailes du Désir* de Wim Wenders, sorties l'an dernier chez Carlotta Films, ont extrêmement bien performé. Plus globalement, les éditions collector et/ou prestigieuses, agrémentées d'un véritable enrichissement éditorial, rencontrent immanquablement leur public. L'intégrale 14 films de Lars Von Trier en versions restaurées ou encore l'édition collector limitée de *Guerre et Paix* de Sergueï Bondarchuk en coffret bois sorties chez Potemkine, ont très bien fonctionné sur la fin d'année, tout comme les coffrets 6 Blu-ray de Delphine Seyrig et 15 Blu-ray de Michael Haneke chez Arte Éditions ou encore



le coffret intégrale 22 Blu-ray + livre de Columbo chez L'Atelier d'Images. Nous encourageons nos éditeurs partenaires à rechercher dans leur catalogue les films "cultes", qui auraient légitimité à sortir dans de nouvelles éditions collector et notamment 4K.

Dans les prochains mois, nous arriverons avec une très belle sélection de films de patrimoine à commencer par Carlotta Films et le très attendu coffret *Jean Eustache* en Blu-ray et DVD (le 16 avril), mais également une édition prestige limitée d'*Adieu, Ma Concubine* de Chen Kaige (le 21 mai) et une édition CUC de *L'Empire des Sens* de Nagisa Oshima (le 18 juin). Carlotta Films dispose cette année d'un line-up encore plus riche qu'en 2023. Chez Arte Éditions,

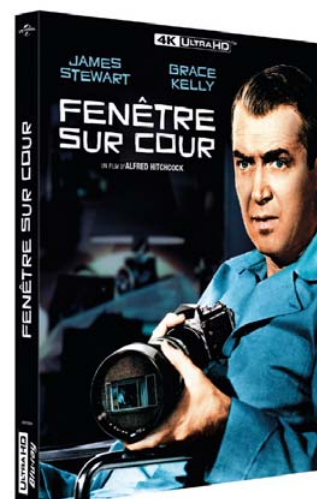
nous distribuerons notamment *Les Parapluies de Cherbourg* de Jacques Demy en éditions collector DVD et Blu-ray et chez Potemkine, un coffret *Heimat* d'Edgar Reitz (série et films) ainsi qu'un coffret Jacques Rozier. Du côté de L'Atelier d'Images, on retrouvera sur le 2<sup>e</sup> trimestre des éditions Blu-ray 4K + Blu-ray de *Né un 4 Juillet* d'Oliver Stone et *Rollerball* de Norman Jewison ainsi qu'une édition Blu-ray Médiabook de *Barton Fink* d'Ethan Coen. Enfin, chez Rimini Éditions nous venons de sortir le 5 mars une très belle édition Blu-ray + 2 DVD + livret du *Péril Jeune* de Cédric Klapisch. Notre line-up 2024 est riche de très belles éditions en matière de films de patrimoine et nous sommes fiers et heureux de défendre de si beaux catalogues. »

## LA 4K À L'HONNEUR CHEZ UNIVERSAL PICTURES

**MILENA FETHI,**  
CHEFFE DE PRODUITS  
UNIVERSAL PICTURES  
CHEZ ESCD

« Nous allons poursuivre la politique de réédition opérée par Universal Pictures sur son catalogue, en ressortant, dès qu'un nouveau master sera disponible, les sagas cultes et films emblématiques du studio en 4K. Nous allons en effet continuer à pousser activement le format qui constitue aujourd'hui le véritable moteur du marché. Et ce, en les accompagnant dès que possible d'éditions collector et notamment de Steelbooks. Nous souhaitons offrir le plus bel écran possible. Nous préparons ainsi notamment la sortie en éditions Blu-ray 4K Steelbook des 3<sup>e</sup> et 4<sup>e</sup> volets des *Dents de la Mer*, afin de compléter

la collection. En parallèle, nous allons ressortir un certain nombre de films de patrimoine du studio, déjà sortis en coffrets ou éditions Steelbook, en éditions 4K unitaires simples, à l'image de *Fenêtre sur Cour* et *Sueurs Froides* d'Alfred Hitchcock le 26 juin prochain. Dans la même veine, nous allons ressortir le 12 juin *L'Étrange Créature du Lac Noir* de Jack Arnold, aujourd'hui uniquement disponible dans un coffret Universal Monsters sorti l'an dernier, en édition simple 4K, à l'occasion des 70 ans du film. Par ailleurs, nous allons rééditer cette année *Les Dents de la Mer* et *Apollo 13* dans de nouvelles éditions Steelbook avec fourreau transparent, reprenant les visuels des éditions ultra collector The Film Vault sorties l'année dernière et qui sont aujourd'hui totalement épuisées. »



TIMOTHÉE CHALAMET    REBECCA FERGUSON    JOSH BROLIN    AUSTIN BUTLER    FLORENCE PUGH    DAVE BAUTISTA    CHRISTOPHER WALKEN    LÉA SEYDOUX    SOUHEILA YACOUB    AVEC STELLAN SKARSGÅRD    AVEC CHARLOTTE RAMPLING    ET JAVIER BARDEM



# DUNE

DEUXIÈME PARTIE

**LE BLOCKBUSTER DE L'ANNÉE DÉBARQUE EN VIDÉO !**  
SORTIE EN JUILLET



# DES ÉDITIONS ÉPIQUES SUR ARRAKIS



## UN PLAN MÉDIA COLOSSAL



TV



DIGITAL



PRESSE



AFFICHAGE

**+50 MILLIONS D'IMPRESSIONS**

**UNE SORTIE ÉVÉNEMENT DANS VOS MAGASINS**



Visuels non définitifs.  
© 2024 Warner Bros. Ent. and Legendary. All Rights Reserved.

# JEU VIDÉO, LA FRANCE, MARCHÉ ATYPIQUE ET EN HAUSSE

Après l'explosion quasi surréaliste de 2020 et 2021 et une année 2022 mollassonne (5,5 milliards d'euros, -1,6%, selon le SELL), 2023 était assez complexe à prédire. Dans un contexte mondial de croissance molle du jeu vidéo et de licenciements dans le secteur après une forte croissance, l'écosystème en France du jeu vidéo a connu une très bonne année. Avec, selon le SELL, une progression de quasiment 10% (soit une moyenne annuelle depuis 2020 de 9%), le marché bat un nouveau record et dépasse la barre symbolique des 6 milliards d'euros à 6,064 milliards d'euros.

Et ce malgré un contexte macro-économique défavorable, le retournement des marchés high tech et

une concurrence toujours plus féroce entre les différentes composantes de l'Entertainment.

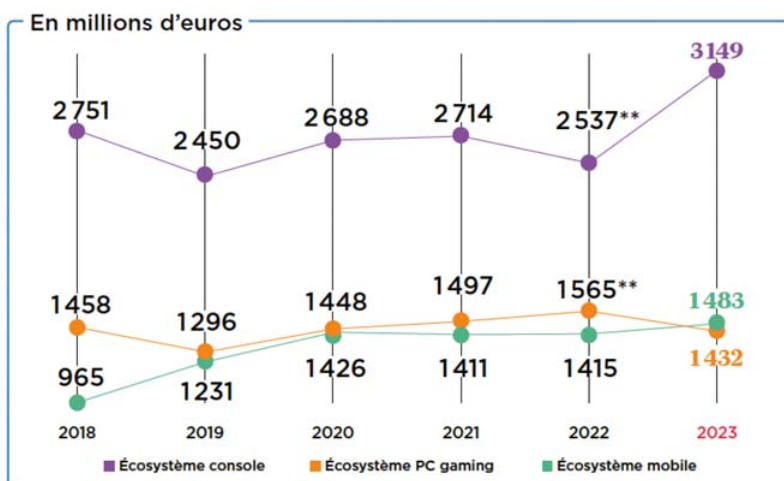
Il faut cependant lier les chiffres de 2022 et 2023 directement avec la période si atypique du Covid qui a fait accélérer violemment de nombreux segments, puis pour certains retomber tout aussi brutalement par compensation.

Il y a donc un effet correctif sur 2022, 2023 et 2024 pas très facile à quantifier. Pour 2024, selon les analystes, le marché français devrait se maintenir sur un « plateau haut » avec probablement une « normalisation » sur les consoles, une bonne santé des autres secteurs et peut-être un rebond sur le PC gaming.

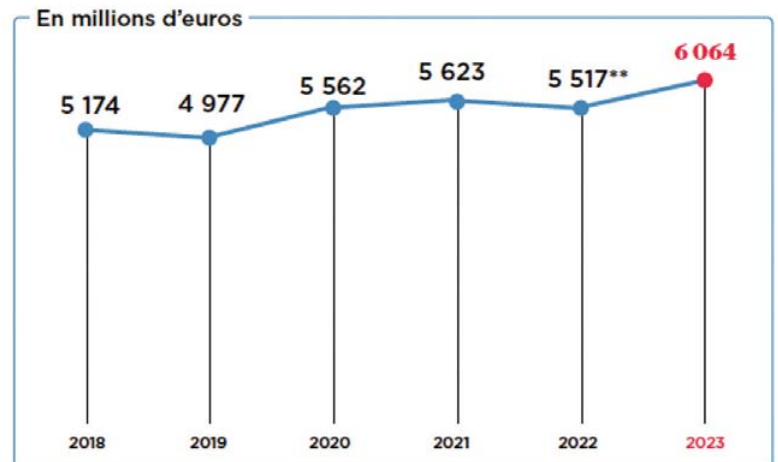
## Chiffre d'affaires total du jeu vidéo en France en 2023



## Evolution du chiffre d'affaires total du jeu vidéo en France - Par écosystème



## Evolution du chiffre d'affaires total du jeu vidéo en France



Sources : Données SELL, à partir des panels GSD/GameTrack/data.ai/IDC à fin 2023. \*Écosystèmes console + PC gaming + mobile, physique et dématérialisé.

\*\*Écosystèmes console + PC gaming + mobile, physique et dématérialisé.

## Chiffre d'affaires total du jeu vidéo en France en 2023 - Par écosystème



Sources : Données SELL, à partir des panels GSD/GameTrack/data.ai/IDC à fin 2023.

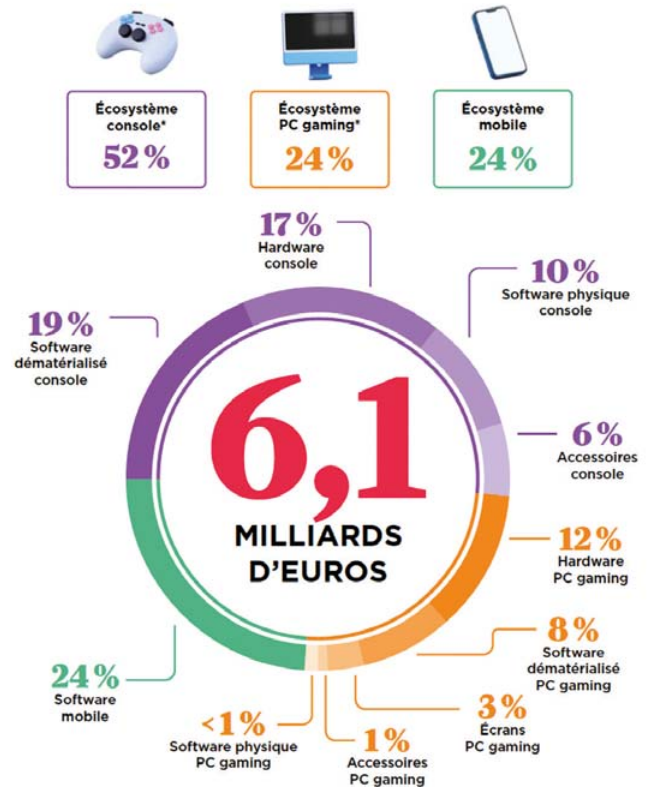
\*Écosystèmes console, PC gaming, mobile, physique et dématérialisé. \*\*Données historiques hardware et accessoires PC et hardware console 2022 révisées.

\*\*\*Sources : estimations GameTrack à partir des données de dépenses utilisateurs data.ai 2022, converties en euros, taxes françaises ajoutées.

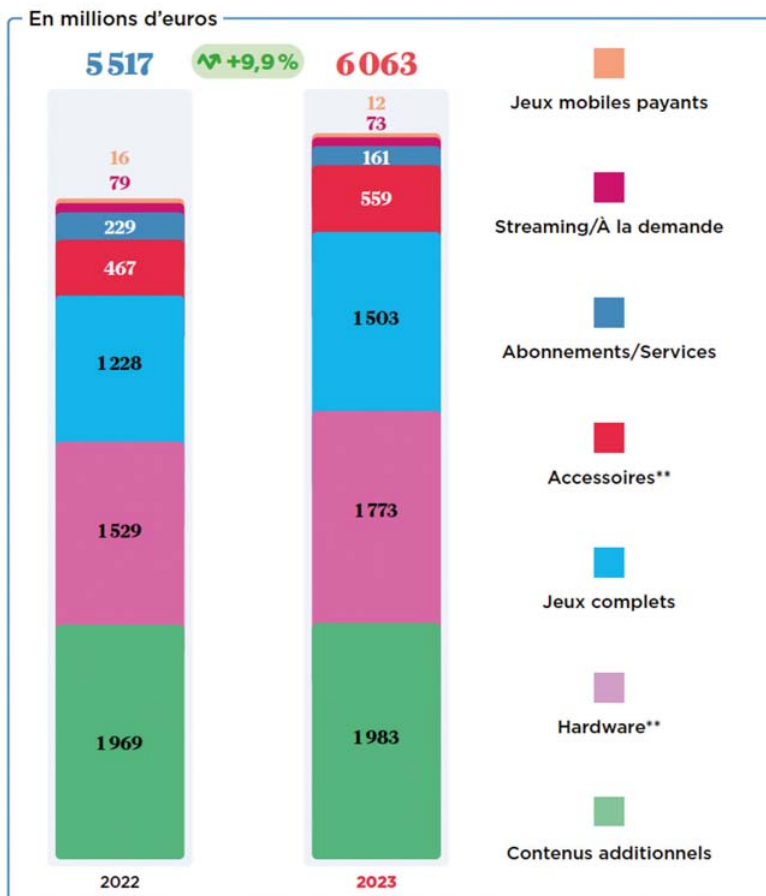
Le jeu vidéo en France



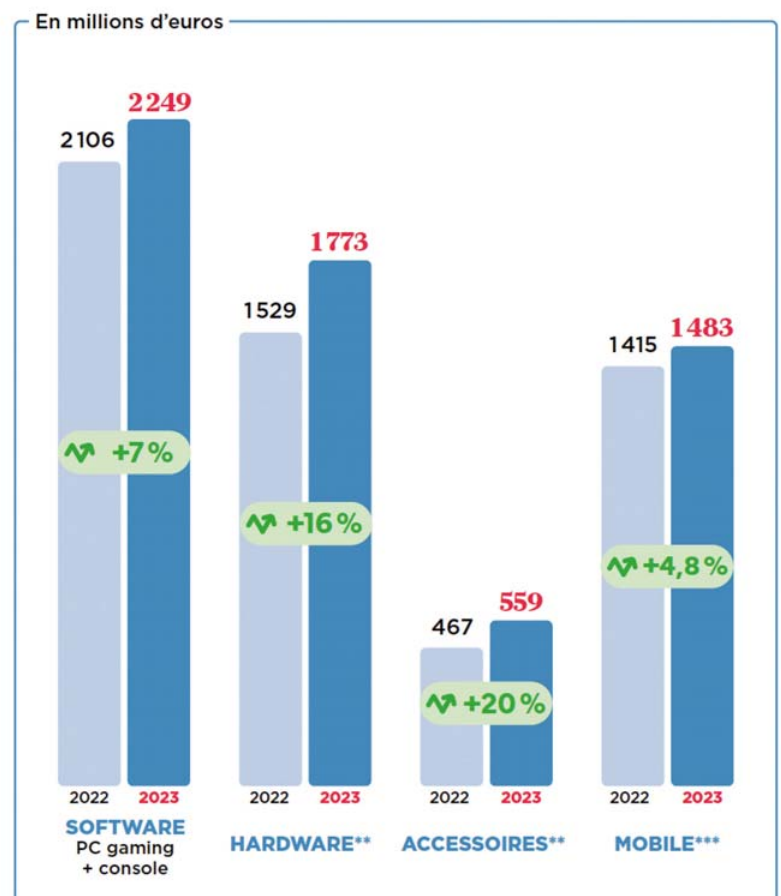
Zoom segments parts de marché du jeu vidéo en France \*



Évolution du chiffre d'affaires du jeu vidéo en France \*



Répartition du chiffre d'affaires du jeu vidéo en France \*



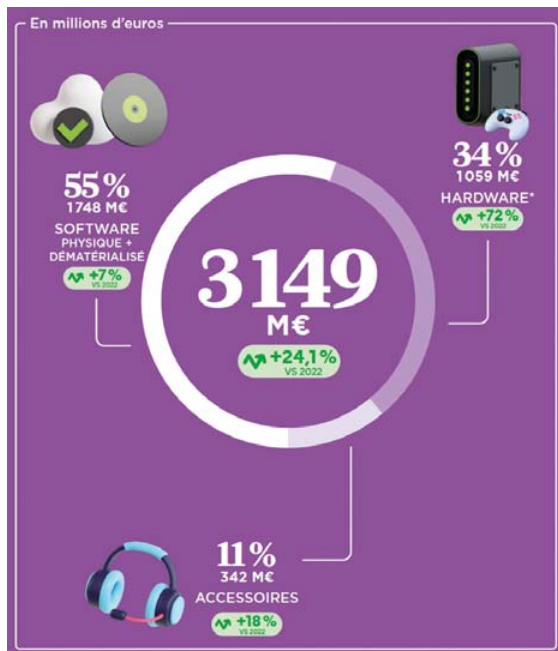
Répartition du chiffre d'affaires\* du jeu vidéo en France en 2023 / Sources : Données SELL, à partir des panels GSD/GameTrack/data.ai/IDC à fin 2023.; / \*Écosystèmes console + PC gaming + mobile, physique et dématérialisé. \*\*

# JEU VIDÉO PAR ÉCOSYSTÈME

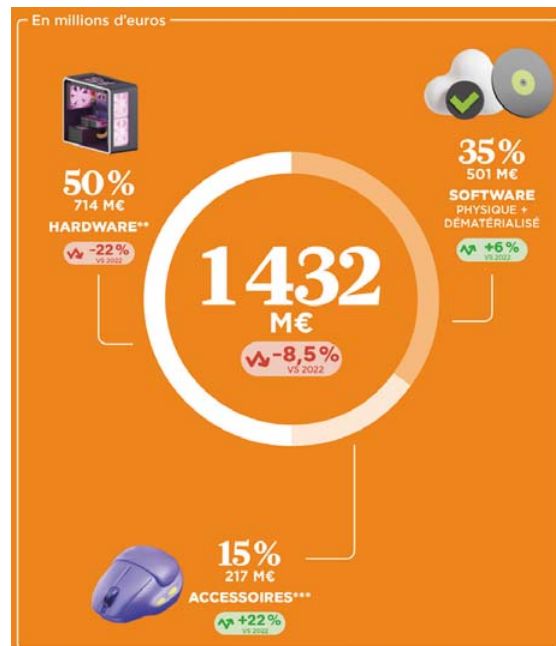
Si la plupart des composantes du jeu vidéo progressent, c'est clairement l'écosystème console qui tire le marché (+24,1%). Il a dépassé les 3 milliards d'euros (3,149) et représente 52% de la valeur totale du marché (46% en 2022). Il est dopé par l'explosion du hardware console (+72%, grâce à la fin des problèmes d'approvisionnement) et une bonne santé des autres secteurs : accessoires

(+18%) et software (+7%). Il est complété par des marchés un peu moins en forme : le mobile (+4,8%, à 1,483 milliard d'euros, 24% de P.D.M.) et le PC Gaming (-8,5%, à 1,432 milliard, 24% de P.D.M.). Le marché français du jeu vidéo est d'ailleurs atypique au niveau mondial par la puissance des consoles et la résistance du jeu vidéo physique (seulement -1% et plus de 10% du total marché).

Répartition du chiffre d'affaires 2023 de l'écosystème console en France



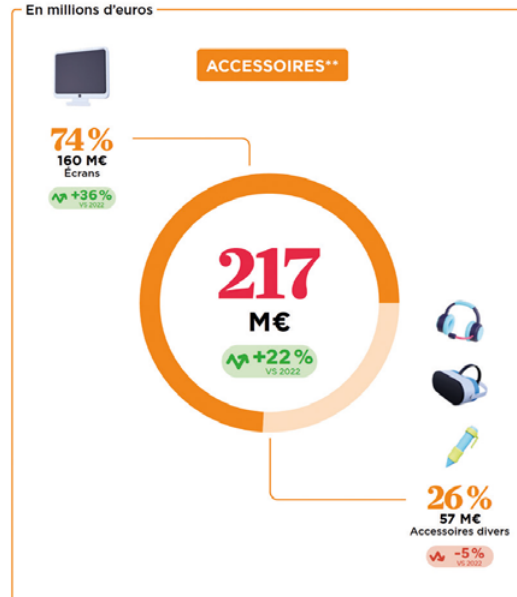
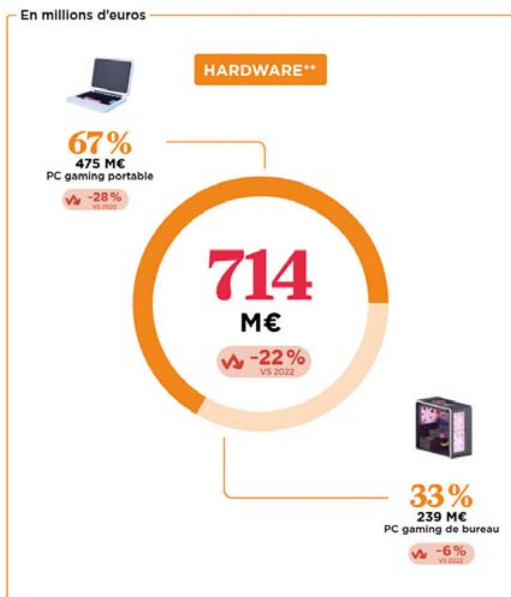
Répartition du chiffre d'affaires 2023 de l'écosystème PC en France



Sources : Données SELL, à partir des panels GSD/GameTrack/IDC à fin 2023. \*Données historiques hardware et accessoires PC gaming 2022 révisées.

\*\* Ventes de PC équipés d'une carte graphique haute performance \*\*\* Souris, claviers, écrans dédiés au PC gaming.

Répartition du chiffre d'affaires 2023 du matériel pour gaming PC en France



Sources : données SELL, à partir des panels GSD/IDC à fin 2023.

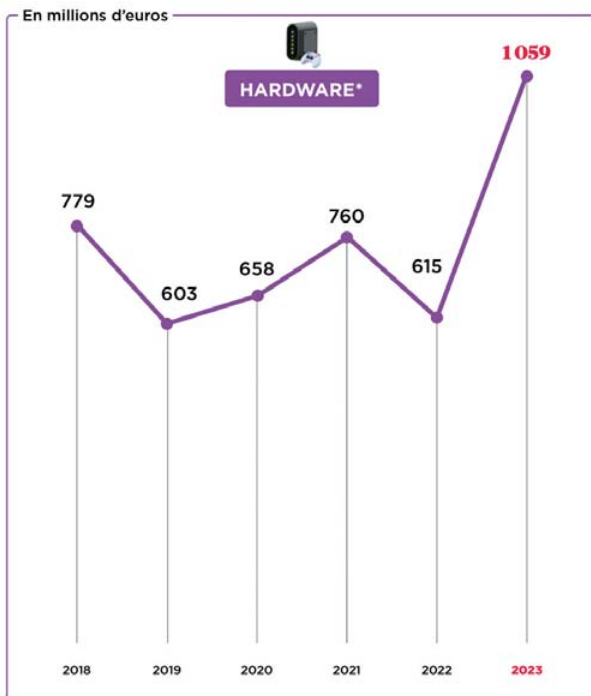
\*Données historiques hardware et PC gaming 2022 révisées. \*\* Ventes de PC équipés d'une carte graphique haute performance. \*\* Souris, claviers, écrans dédiés au PC gaming.

# MATÉRIEL POUR GAMING

Le matériel gaming (hardware + accessoires) se porte bien et a généré en 2023 2,332 milliards d'euros (+17% en valeur par rapport à 2022). Dopé par les ventes de consoles, le hardware progresse de 16% en 2023 à 1,7 milliard d'euros (malgré la baisse assez lourde des PC gaming) et les accessoires de 20% à 559 millions d'euros (grâce à la santé insolente des écrans gaming à +36% en valeur et plus de 590 000 unités mais aussi des manettes consoles à +25%) et 6,6 millions d'unités. La Génération 9 est en pleine forme et le parc très important de consoles (Génération 8+9) de 24 millions de

machines est de bon augure. Pour la première fois depuis la fin des années 2 000, les ventes de hardware console a d'ailleurs dépassé le milliard d'euros. L'équipement des joueurs et plus globalement des foyers en matériel apportant plus de confort ou une expérience plus riche devrait soutenir le PC gaming, mais aussi des secteurs premium comme les écrans PC gaming ou le matériel de simulation. Il s'avère d'ailleurs significatif que le budget d'accessoires pour l'achat d'une console soit passé en quelques années de 103 euros à 140 euros en 2023.

Evolution du chiffre d'affaires 2023 du hardware gaming console en France (PC + console)



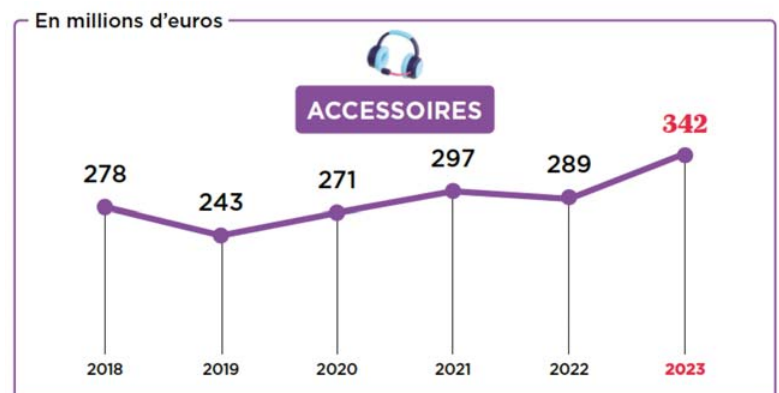
Chiffre d'affaires 2023 du hardware gaming console en France (PC + console)



Chiffre d'affaires 2023 des accessoires gaming console en France (PC + console)

Top 5 des accessoires	
EN VALEUR	EN VOLUME
<p><b>1</b> MANETTES +25% VS 2022</p>	<p><b>1</b> MANETTES +15% VS 2022</p>
<p><b>2</b> CASQUES ET ACCESSOIRES AUDIO +13% VS 2022</p>	<p><b>2</b> CASQUES ET ACCESSOIRES AUDIO +5% VS 2022</p>
<p><b>3</b> VOLANTS -21% VS 2022</p>	<p><b>3</b> STOCKAGE -14% VS 2022</p>
<p><b>4</b> ACCESSOIRES DIVERS (stylets, protections) +43% VS 2022</p>	<p><b>4</b> ACCESSOIRES DIVERS (stylets, protections) -8% VS 2022</p>
<p><b>5</b> CHARGEURS +19% VS 2022</p>	<p><b>5</b> CHARGEURS +13% VS 2022</p>

Evolution du chiffre d'affaires 2023 des accessoires gaming console en France (PC + console)



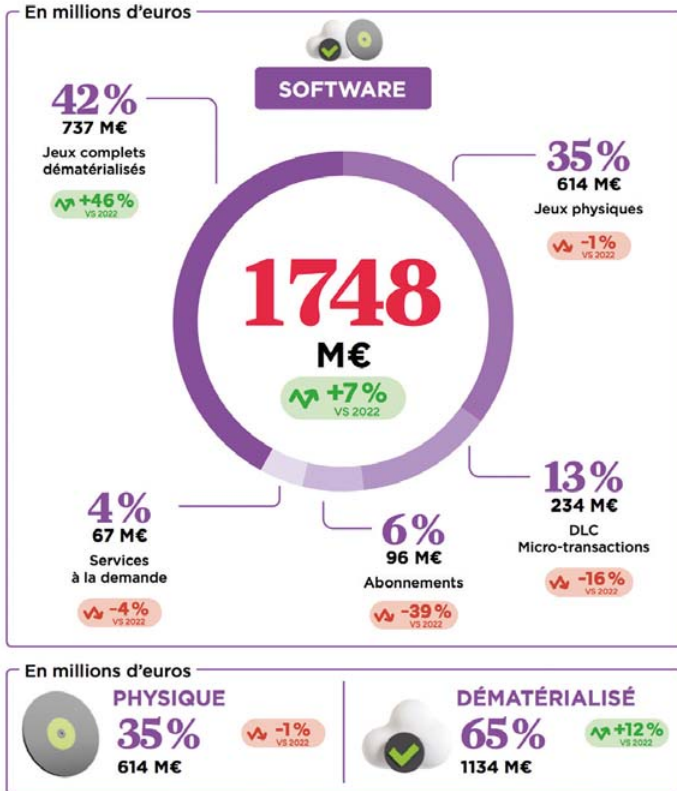
Sources : données SELL, à partir des panels GSD/GameTrack à fin 2023.

# SOFTWARE GAMING

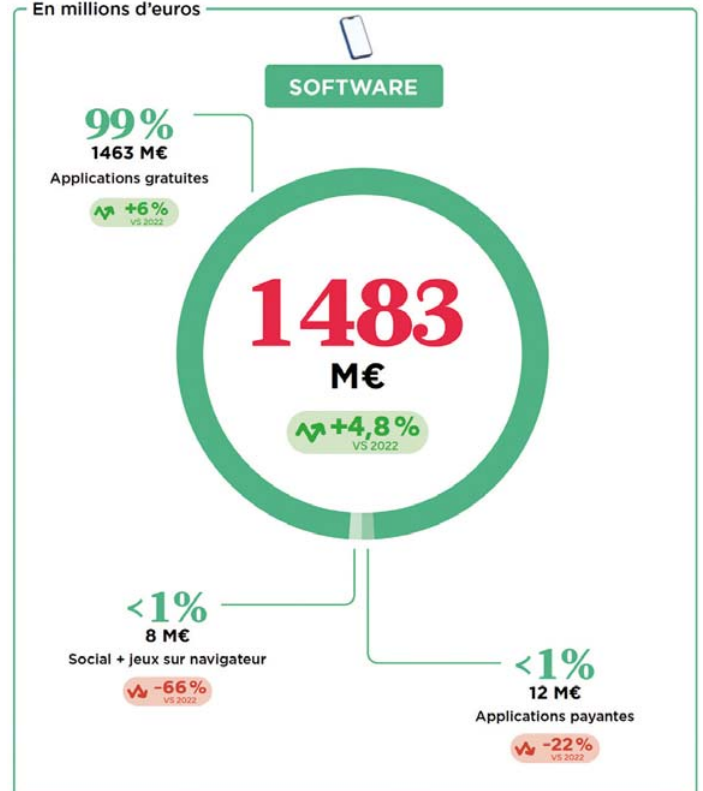
Le software se maintient à un fort niveau avec un chiffre d'affaires global record de 3,7 milliards d'euros (2,25 milliards pour console + PC). Les ventes de jeux sur PC et console affichent des croissances positives respectives de 6% et 7%. Il faut noter que c'est surtout grâce aux jeux complets (1,5 milliard d'euros) alors que les abonnements non seulement ne s'installent pas vraiment et même

cette année régressent violemment (-39% à 161 millions d'euros) et que les contenus additionnels (dont les jeux mobiles prennent les 3/4) stagnent (1,98 milliard d'euros). Le marché reste extrêmement concentré tant sur mobile que sur les jeux entiers PC + console où le Top 20 pèse désormais 56% des ventes en valeur (53% en 2022 et 48% en 2021).

Répartition du chiffre d'affaires 2023 du jeu vidéo software console en France



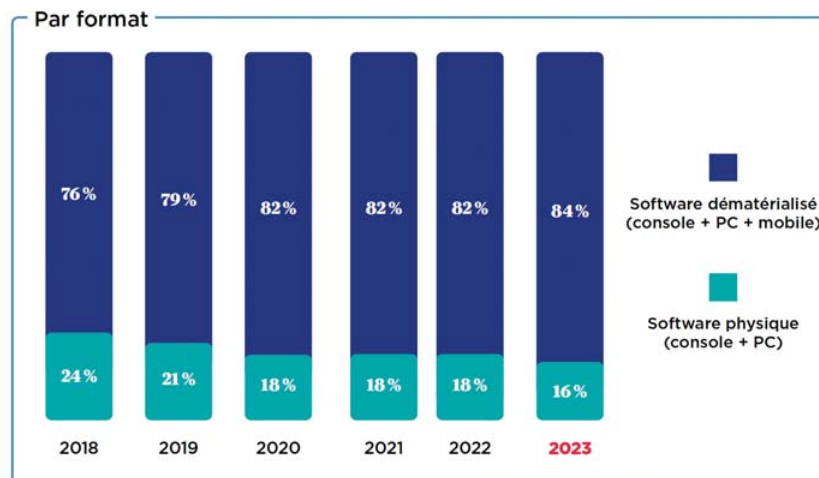
Répartition du chiffre d'affaires 2023 du jeu vidéo software mobile en France



Sources : données SELL, à partir des panels GSD/GameTrack à fin 2023.

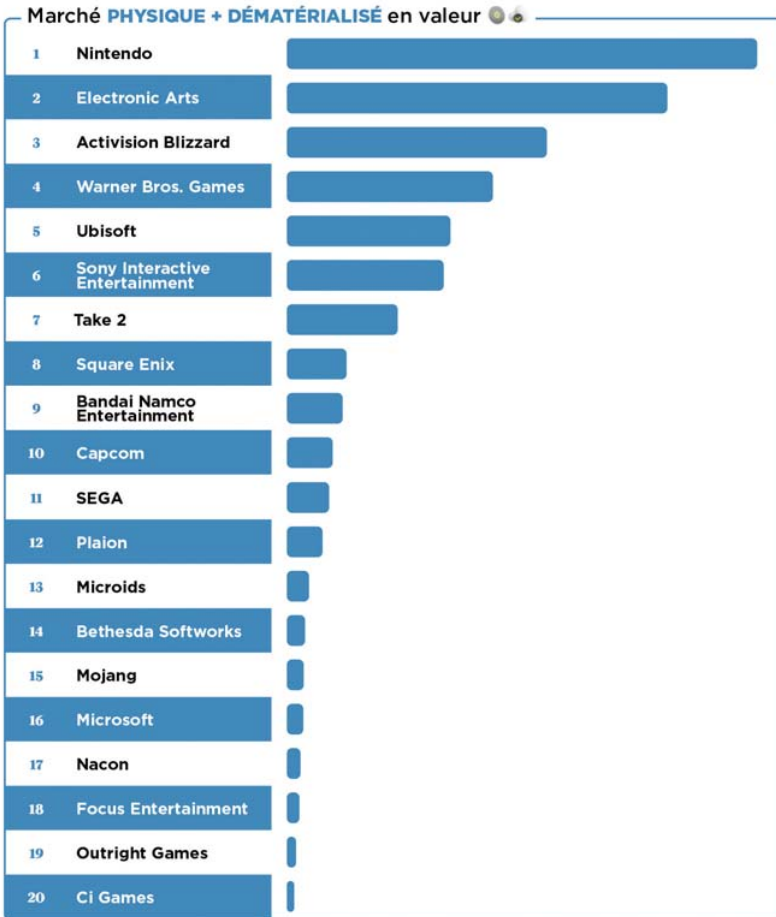
Sources : données SELL, à partir des panels Data.ai/GameTrack à fin 2023.

Répartition du chiffre d'affaires 2023 du jeu vidéo software en France



Sources : données SELL à partir des panels GSD/GameTrack/data.ai/IDC à fin 2023.

## Top 20 des éditeurs software console + PC gaming en France en 2023 - Marché physique + dématérialisé en valeur

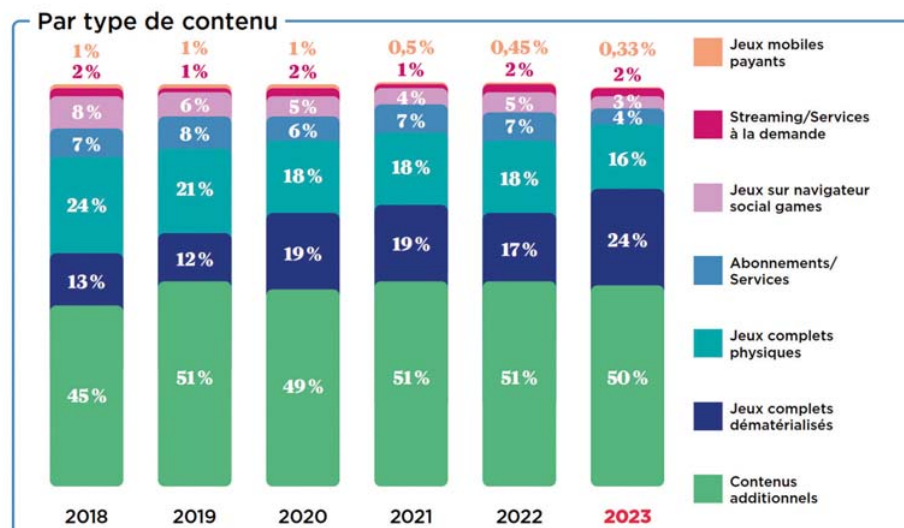


## Top 20 des jeux 2023 toutes consoles confondues en France - Marché physique + dématérialisé en valeur



Sources : données SELL, à partir du panel GSD à fin 2023. Données hors bundles. / Ce classement n'inclut pas les données de ventes dématérialisées Nintendo.

## Répartition du chiffre d'affaires 2023 du jeu vidéo software en France



Sources : données SELL à partir des panels GSD/GameTrack/data.ai/IDC à fin 2023.

# ESPORT

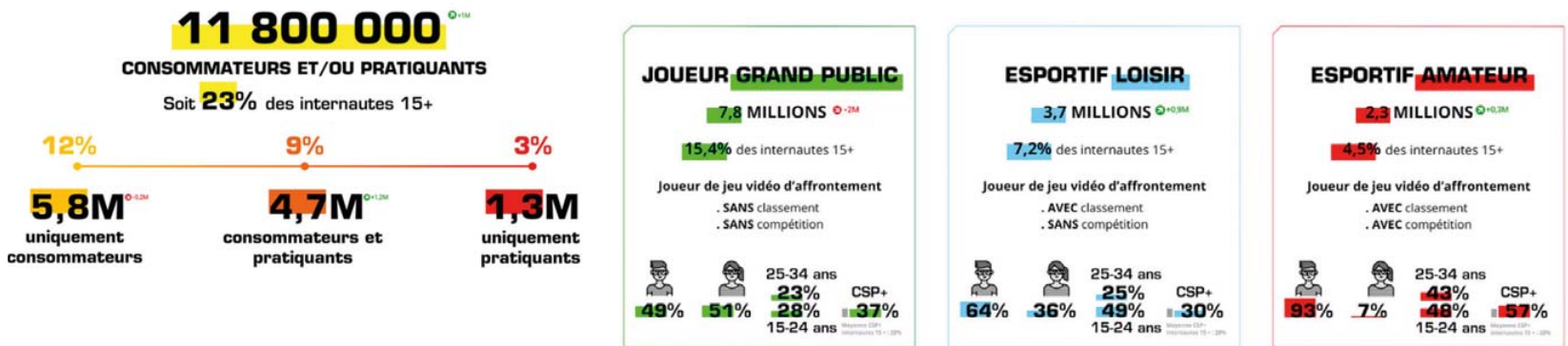
L'esport séduit toujours plus les Français. En effet, selon France Esport, les temps de pratique de l'esport dans l'Hexagone s'avère important. Dans le panel des personnes interrogées pour son étude\*, 70% y ont consacré plus de cinq heures contre 5% qui n'a pas joué au cours des sept derniers jours et 25% moins de cinq heures (+5 points).

Le nombre de personnes concernées progresse lui assez fortement. Ainsi, selon France Esport, le nombre de fans (c'est-à-dire de personnes intéressées par l'esport de 15 ans et plus, en pratiquant et/ou en assistant) serait passé de 7,8 millions en 2020 à 11,8 millions en 2023 (+3,9 millions en 4 ans, +1 million par rapport à 2022). Parmi ces personnes, « 5,8 millions sont exclusivement des individus qui regardent des compétitions de jeux vidéo (-200 000 par rapport à 2022), 4,7 millions sont des personnes qui

regardent et pratiquent l'esport (+1,2 million par rapport à 2022), et 1,3 million sont exclusivement des gens qui jouent à des parties classées et/ou s'inscrivent à des compétitions de jeux vidéo (stable par rapport à 2022) ».

Selon France Esport, « en six ans, le nombre d'esportifs amateurs a ainsi plus que doublé (passant de 931 000 à 2,3 millions) et ceux ayant une pratique plus loisir ont plus que triplé (de 1,1 million à 3,7 millions). Le nombre total de pratiquants est ainsi passé de 2 millions en 2018 à 6 millions en 2023 ». Parallèlement, le nombre de consommateurs (ceux qui visionnent du jeu vidéo esport, avec au moins une compétition regardée dans les 12 derniers mois, sans forcément jouer, que ce soit directement sur place ou en ligne) aurait doublé en 6 ans passant de 5,1 millions à 10,4 millions (9,5 millions en 2022).

## QUI SONT LES JOUEURS D'ESPORT ?



## ÉVOLUTION DU NOMBRE D'ESPORTIFS AMATEURS, D'ESPORTIFS DE LOISIR ET DE CONSOMMATEURS ENTRE 2018 ET 2023



\* L'échantillon principal est constitué de 4 000 internautes de 15 ans et plus représentatifs de la population française + un échantillon secondaire composé de volontaires du Collège des Joueurs.se.s de France Esports soit 499 internautes de 15 ans et plus.



# IDEF

INTERACTIVE & DIGITAL  
ENTERTAINMENT FESTIVAL

01 > 03 <sup>2024</sup>  
JUILLET

ANTIBES – JUAN-LES-PINS

#IDEF2024  
[WWW.SELL.FR](http://WWW.SELL.FR)



# L'IDEF UNE ÉDITION 2024 SOUS LE SIGNE DE LA CONTINUITÉ



Comme chaque année, l'écosystème vidéoludique français va se retrouver dans le sud de la France afin de multiplier les rendez-vous business. Présentation de l'édition 2024 de l'Idéf par Nicolas Vignolles, Délégué Général du SELL.

### **Qu'avez-vous prévu pour l'édition 2024 de l'Idéf ?**

Nous partons sur un salon qui sera sensiblement identique à celui de 2023. L'Idéf se tiendra aux Palais des festivals de Juan-Les-Pins les 1, 2 et 3 juillet 2024. Le Sell et les acteurs de tout l'écosystème vidéoludique ont montré leur attachement à ce salon qui se tient depuis 2006. Dans une unité de lieu et de temps, plus de 70 distributeurs et une vingtaine d'exposants, soit 300 professionnels du métier se rencontrent depuis des années. Et ce dans le cadre de rendez-vous business où les fournisseurs (éditeurs, consoliers, accessoiristes...) finalisent ou peaufinent les accords préparés en amont. Un moment important qui montre à quel point le dynamisme et le maillage très serré des revendeurs en France contribue à la bonne santé renouvelée du secteur (NDLR : Cf. Par ailleurs). Nous avons trouvé en 2023 un bon équilibre entre éditeurs, consoliers et accessoires dans les exposants et l'édition 2024 part sur les mêmes bases.

### **En dehors des rendez-vous business, quels seront les autres moments importants de l'Idéf 2024 ?**

Nous devrions a priori avoir les mêmes temps forts qui en font un format

gagnant pour les acteurs du jeu vidéo. On retrouvera ainsi la conférence d'introduction où seront présentés les chiffres du marché, la belle soirée networking du lundi, la course de charité, mais aussi les réunions de Video Games Europe et celle des directeurs juridiques des acteurs du jeu vidéo en Europe. Cela permet de bien préparer l'année 2024 qui se conclura pour le Sell avec la 12<sup>e</sup> édition de la Paris Games Week. ■



# TURTLE BEACH S'EMPRE DE PDP



**Coup de tonnerre sur le marché des accessoires gaming puisque Turtle Beach s’empare de PDP. Ce qui diversifie largement son offre et lui permet d’augmenter nettement sa force de frappe. Analyse de cet accord.**

Turtle Beach vient de réaliser un fort joli coup en s’emparant de PDP. L’acquisition se ferait pour une somme estimée à 118 millions de dollars soit 3,45 millions d’actions ordinaires de Turtle Beach + 79,9 millions de dollars en espèces. Diversis Capital, société de capital-investissement basée à Los Angeles et actionnaire majoritaire de PDP, deviendra le plus grand actionnaire de Turtle Beach avec environ 16 % des actions de base pro forma. La transaction augmente considérablement la taille de Turtle Beach, puisque la société issue du regroupement prévoit un chiffre d’affaires total compris entre 390 et 410 millions de dollars au cours des 12 premiers mois complets de propriété (du deuxième trimestre 2024 au premier trimestre 2025) et de 370 millions à 380 millions sur l’année calendaire 2024. Et ce alors que le chiffre d’affaires pour 2023 de Turtle Beach était de 258,1 millions de dollars (pour une perte nette de 17,7 millions de dollars). Les évolutions concrètes de la structure, notamment en France, seront évidemment définies et annoncées plus tard.

## UNE AUGMENTATION NETTE DE LA FORCE DE FRAPPE

L’accord a beaucoup de sens, puisque les deux structures ont des offres quasiment totalement complémentaires, avec fort peu de redondances.

PDP avec ses nombreuses licences tant de l’Entertainment que de produits officiels pour les consoles, son réseau de distribution, sa force sur tout l’écosystème console (manette, sacoche...) ou son positionnement à la fois généraliste en termes de segments de produits et grand public en termes d’offre, complète parfaitement l’offre de Turtle Beach. Spécialiste du casque gaming, ce dernier avait peu à peu renforcé sa gamme vers les accessoires PC (clavier, souris...) avec l’acquisition de Roccat, des manettes, puis des accessoires haut de gamme liés aux simulations de vol et automobile. **L’accord renforce en plus considérablement sa force de frappe tant industriellement que dans les rayons.** Cela accélère également la rapide diversification de Turtle Beach puisque selon le groupe « *la contribution aux revenus en dehors des casques de jeux sur console dépassera 40 % du chiffre d’affaires total en 2024.* » Autant dire que **l’alliance entre les deux acteurs américains devrait permettre de nombreuses synergies et a priori être largement profitable.**

## UNE STRUCTURE QUI ÉVOLUE

Turtle Beach a également annoncé vouloir racheter jusqu’à 30 millions de dollars de ses actions ordinaires. Cris Keirn devient par ailleurs CEO de l’entité (il était Vice-President of Business Planning and Strategy de Turtle Beach). Last but not least, Turtle Beach a annoncé une phase de rationalisation de son offre avec notamment la volonté de « *regrouper tous les produits PC, y compris les souris, les claviers et les casques, sous notre marque la plus vendue Turtle Beach* ». Ce qui sous-entend la disparition de la marque Roccat et l’intégration de ses best sellers dans l’offre Turtle Beach. ■



# ERAZER, LE PC GAMING QUI MONTE

Erazer, la marque gaming du groupe allemand Medion, souhaite s'installer à la pointe de l'innovation en intégrant les toutes dernières technologies comme du watercooling externe ou des claviers mécaniques ultra-plats. Désormais Erazer dispose de toute son autonomie pour proposer de nouvelles machines en phase avec le marché français. **Explications avec Karim-Xavier Guessab, directeur commercial France de Medion / Erazer**

**Quel a été l'évènement qui a marqué la naissance d'Erazer ?**

À l'occasion de la Gamescom 2023, Medion Erazer a annoncé que la marque changeait de nom pour devenir Erazer. Ce virage stratégique a marqué la volonté du groupe Medion de positionner Erazer comme une marque entièrement indépendante tant par sa structure que par ses objectifs. Et ce n'est pas simplement un effet marketing. La marque dispose en effet de son propre pôle R&D composé d'ingénieurs et développeurs spécialisés dans la conception de produits gaming haut-de-gamme en Allemagne. Nous avons désormais la volonté de dissocier les marques Medion et Erazer sur le marché afin de nous adresser spécifiquement à la communauté de gamers. Nous disposons dans ce domaine d'une large audience en Europe.

Pour y répondre, nous proposons une large sélection de PC Erazer qui vont du PC gaming pour primo-accédant (autour de 600 euros), jusqu'aux modèles pour « core gamer » avec des configurations ultimes allant jusqu'à un processeur Intel Core i9 de 14<sup>e</sup> génération avec une RTX 4090 (autour de 3 500 euros). Avec la marque Erazer, nous nous adressons aux joueurs exigeants en leur proposant du matériel haut de gamme, performant et doté des toutes dernières technologies introduites sur le



marché. Pour mieux faire connaître la nouvelle identité de marque de Erazer, nous avons créé un nouveau logo et organisé un grand tour d'Europe avec un stand / camion présent sur les grands événements du gaming en Europe : la Gamescom en Allemagne, la Dreamhack en Suède et la Paris Games Week en France afin de faire découvrir aux visiteurs nos dernières nouveautés Erazer. En France, nous étions présents à la PGW en 2022 et 2023, et nous le serons également cette année.

**Par le passé, Medion, qui possède la marque Erazer, était présent sur le marché français. Pourquoi avoir quitté le marché français ?**

Créé en 1983, le groupe allemand Medion, maison mère d'Erazer, propose des gammes de produits grand public. Racheté par le groupe

Lenovo en 2011, la marque Medion a quitté certains marchés en Europe dont la France pour des raisons stratégiques de développement de Lenovo en Europe. Aujourd'hui, tous nos produits continuent d'être conçus en Allemagne et minutieusement assemblés afin de proposer ce qui se fait de mieux en matière d'expérience, de qualité et de durée de vie. En Allemagne, le groupe Medion regroupe plus de 1 000 personnes sur les différentes missions dont nos lignes d'assemblage. L'ensemble de nos tours PC y sont assemblées. Ce qui nous permet une grande flexibilité dans la configuration de produits, avec des délais beaucoup plus courts. Tous nos produits sont vérifiés par nos équipes aussi bien pour le software que le hardware, avec des taux de SAV extrêmement bas. Tout cela contribue également à réduire notre impact

environnemental global. Enfin, il faut savoir qu'en Allemagne et en Italie, Medion est une marque généraliste à part entière dans l'univers de la Maison qui propose aussi bien des TV que des aspirateurs ou des PC. Lancer en Europe une marque 100% dédiée au gaming, Erazer, avait donc tout son sens pour le groupe Medion.

### **Quand, et comment, avez-vous décidé de lancer la marque Erazer en France ?**

Certains interlocuteurs français de la distribution demandaient notre retour. Après des tests tactiques fin 2020 sur les marketplaces, nous avons constaté l'intérêt des consommateurs français pour les produits Erazer. En 2021, nous avons réalisé des tests sur de petites quantités sur un modèle de distribution direct avec Fnac, Cdiscount et d'autres acteurs. Là aussi, nous avons eu tout de suite de très bons retours. Nous avons donc décidé de créer une équipe Medion / Erazer en France en juillet 2022 qui compte aujourd'hui 6 personnes. Il faut savoir que Medion avait toujours conservé des équipes en France, basées au Mans pour la partie logistique et SAV. Les nouvelles équipes marketing et commerciales y sont rattachées. Depuis, nous enregistrons une forte progression sur le marché français (+100% en volume et en valeur). Nous sommes désormais présents chez beaucoup de distributeurs spécialisés (Fnac Boulanger, Amazon, Cdiscount, Cybertech, Electro Dépôt) mais aussi dans la grande distribution chez l'un de nos partenaires historiques, Carrefour, et plus spécifiquement chez Système U avec la marque Medion, ainsi que sur certains centrales régionales E.Leclerc (BT Ouest et BT Est).

### **Quels sont vos objectifs en termes de distribution ?**

Nous avons clairement la volonté de travailler avec tous les acteurs du marché. Pour cela, nous pouvons nous appuyer sur notre largeur de gamme. La clientèle d'un Carrefour ne sera pas la même que celle d'un Boulanger, mais nous savons y répondre avec des offres sur-mesure. En janvier 2023, nous avons donc relancé à grande échelle la marque Erazer pour les gamers avec une gamme complète avec la volonté de proposer les meilleurs composants sur chacun des segments du marché. La gamme de PC portable Erazer compte six châssis de PC portable en 15 et 17 pouces, et un 16 pouces. Au total, cela représente plus d'une trentaine de références (livrées avec ou sans OS), avec des processeurs Intel de 12<sup>e</sup>, 13<sup>e</sup> et 14<sup>e</sup> génération et les différentes cartes graphiques Nvidia RTX (du 2050 au 4090). Nous sommes en capacité de répondre à toutes les demandes de nos partenaires retailers avec des offres sur-mesure.

### **Quelle sont les dernières nouveautés Erazer en date ?**

Lors du dernier CES de Las Vegas, nous avons dévoilé les dernières évolutions des PC Erazer haut de gamme avec le Beast X40 et le Major X20 qui montent encore d'un cran en termes de performances. Ils intègrent notamment la 14<sup>e</sup> génération de processeurs Intel dont le très puissant Intel Core i9-14900HX pour les meilleures configurations. Le Beast X40 est un monstre de puissance qui intègre la GeForce RTX 4090 (32 Go de mémoire - déjà disponible à partir de 3 499 euros). Il existe également dans une version 4080 (à partir de 2 599 euros). En outre ce modèle intègre un clavier Cherry « ultra low profile » pour gagner en taille et en réactivité. Nous étions les premiers à le faire. Le Beast X40 a également la particularité de pouvoir se brancher sur un kit externe de watercooling Erazer, un système de refroidissement à eau offrant entre 7 et 17 % de performances supplémentaires. De son côté, l'Erazer Major X20 est également équipé du processeur Intel Core i9-14900HX. Ce PC portable de 16 pouces arrive dans un format compact équipé de la GeForce RTX 4070 (disponible à partir de 2 299 euros).

Parallèlement sur le segment grand public avec Medion, nous introduisons les nouveaux processeurs Intel Core Ultra sur nos PC portable Medion Akoya E15443, l'un des tous premiers « PC IA » du marché, équipé d'un processeur Intel Core Ultra 5 et d'une carte graphique Intel ARC (disponible à partir de 799 euros). Il s'agit d'une offre différente, innovante, pour toucher une nouvelle cible de créateurs technophiles qui recherchent le meilleur de la technologie à un prix qui reste accessible. Cela s'inscrit dans l'ADN de Medion qui a

pour but de démocratiser la technologie. On est à un moment intéressant dans l'évolution de l'univers du PC, les perspectives sont très encourageantes pour l'ensemble de l'industrie du PC.

### **Quelles sont les évolutions/ nouveautés possibles au sein de votre offre en 2024 ?**

Pour 2024, nous travaillons au rafraîchissement de nos gammes autour des deux marques Medion et Erazer. Nous élargirons encore nos gammes avec les nouveaux PC qui vont arriver autour de l'intelligence artificielle, notamment chez Medion. Nous accélérerons sur nos gammes de moniteurs Erazer qui ont déjà très bien fonctionné en 2023 sur le marché français. L'appétence des consommateurs pour la marque était au rendez-vous. C'est grâce à une gamme construite en partenariat étroit avec les acteurs du retail, que nous avons adopté le bon positionnement. Plus généralement, nous sommes déjà très présents sur les moniteurs en Allemagne. Ce qui nous permet de disposer de très bonnes capacités d'achat en Asie. C'est d'ailleurs l'un des savoir-faire du groupe depuis toujours. Une gamme d'accessoires Erazer viendra renforcer notre offre en France au 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> trimestre (casque, clavier, souris, tapis, etc.) afin de jouer l'écosystème complet auprès des gamers. Enfin, nous réfléchissons également à sortir du gaming pour nous lancer sur de nouvelles catégories de produits. Le champ des possibles est très large en raison du savoir-faire du groupe. Et nous ne partons pas à l'aveugle car nous avons déjà des repères et des datas très précises sur les marchés allemands et italiens. Un aspect très apprécié par nos partenaires de la distribution en France. ■



Le Truck Tour Erazer à la PGW 2024



# COBRANDZ, 20 ANS ET TOUJOURS DIFFÉRENT

Depuis 20 ans, le salon Cobrandz, dont MultiMédia à la Une est depuis des années partenaire, réunit avec succès industriels et détenteurs de licences. **Nathalie Chouraqui-Gerson, créatrice et organisatrice du salon, nous présente son histoire et ses points forts.**

## **Pourquoi avoir créé le salon Cobrandz ?**

Il y a 20 ans, il existait des salons professionnels mettant en avant des produits à licence, mais pas de lieux où les détenteurs de licence pouvaient rencontrer les industriels du jouet et des produits dérivés, et pas non plus de structure pour les aider. Venant du secteur du jouet, cela me semblait une aberration.

Au début des années 2000, le monde de la licence en était au tout début de sa réelle professionnalisation. Le détenteur de la licence était un simple fournisseur. Il fallait inverser le paradigme. Ce sont en effet les ayants-droits qui détiennent la vraie richesse. Le marché avait vraiment besoin d'une manifestation permettant de faire se rencontrer les différentes parties prenantes sous un angle licence et devenir un vrai « Hub des Contenus ».

## **Comment a-t-il évolué depuis 20 ans ?**

Au salon Cobrandz, le but est d'avoir des rendez-vous qualifiés dans un espace fermé entre détenteurs de licences et industriels, qui débouchent régulièrement sur des nouvelles collaborations. Certains détenteurs ont tout de suite compris cette démarche, et notamment les 7 exposants de la première édition (Warner, Canal+/Studiocanal, TF1, France TV...). Le salon s'est peu à peu étendu en passant par exemple à 2 jours en 2010 et en



progressant aussi bien en nombre d'exposants (70 en 2015) que de visiteurs (2 000 en 2015). La montée en puissance du salon a accompagné et soutenu la professionnalisation du monde de la licence. Avec la réorganisation du monde de la licence et le Covid, Cobrandz a dû ensuite se réinventer et regroupe désormais dans son nouveau format plus 40 exposants, représentant plus de 1 000 marques très diverses, et plus de 1 200 visiteurs.

## **Quels sont les points forts du salon Cobrandz ?**

Nous sommes devenus un vrai « one stop shop » où un industriel peut voir la grande majorité des grandes licences du marché et rencontrer les plus importants détenteurs de licence. Nous insistons également sur la qualité de visiteurs. Un gage de succès pour les futures collaborations. Autre particularité du salon Cobrandz : nous proposons à nos visiteurs et exposants tout une partie analyse des évolutions et perspectives des marchés, via des conférences sur toutes les nouvelles tendances, comme cette année l'IA ou « Les plus de 40 ans et le haut de gamme, nouvel eldorado de la Pop Culture ? » que tu as animée dans l'édition de cette année (4 et 5 avril). Cela permet à tous les acteurs de mieux comprendre l'environnement de marché et le contexte concurrentiel.

## **Quels sont les relais de croissance pour le salon Cobrandz ?**

Rester un événement physique s'avère toujours indispensable car les relations humaines s'avèrent toujours fondamentales tant pour comprendre l'univers des licences que conclure des accords. Nous nous diversifions de plus en plus en termes d'univers concernés (comme le sport), mais aussi de plus en plus de marque hyper connues en train de se positionner comme des licences comme Gault & Millau ou Defi Nature de Bioviva. Autre enjeu fondamental : l'internationalisation en faisant venir des clients et des fournisseurs de toute l'Europe (italiens, espagnols, belges...). ■





# NEAMEDIA, UNE STATUE À PART



Neamedia est connu dans le jeu vidéo pour des figurines et statues créées pour le B2B. Le Parisien se lance en plus dans le B2C. François Bernard, son PDG, nous explique pourquoi.

### **Pouvez-vous nous présenter Neamedia ?**

En Europe, pendant longtemps le jeu vidéo utilisait assez peu ses franchises phares dans les produits dérivés, contrairement aux Etats-Unis et au Japon. Donc, il existait une vraie place à prendre à notre création en 2002. Nous créons des produits qualitatifs et exclusifs comme des éditions collector, des figurines pour des opérations enseigne, des statues pour des événements ou des produits marketing... Et ce pour des clients B2B issus essentiellement du jeu vidéo (Nintendo, Bandai Namco, Gamestop...) que ce soit physique ou digital, mais aussi historiquement pour des partenaires aussi différents que le PSG, Disney, Panini, Dior ou Chanel. Si nos produits sont conçus en France, nous sommes distribués dans de nombreux pays et nous réalisons 60% de notre chiffre d'affaires à l'international.

### **Quelles sont vos ambitions dans le B2C ?**

Si le B2B est dans l'ADN de la société et représente 80 à 85% de notre activité, nous avons récemment



lancé une activité B2C distribuée en France par Innov8. Nous misons sur des produits à valeur ajoutée et innovant. Nous avons par exemple notre gamme Icons de lampes d'ambiance aux couleurs des grandes licences vidéoludiques, comme Assassin's Creed, The Witcher, Cyberpunk 2077 ou PUBG: Battlegrounds. Nos produits sont généralement abordables (de 29,99 € à 149 euros). Nous avons également des dioramas haut de gamme (299 euros) avec des licences comme Cyberpunk 2077 et en fin d'année The Witcher. Nous vendons aussi des

statues de grande tailles très haut de gamme à plus de 750 euros. Nous sommes connus pour notre PacMan et connaissons un beau succès avec notre Petit Prince. Dans le cadre d'un partenariat avec Netflix, nous préparons un « Chill Kit » qui devrait séduire les geeks. Il regroupe un plaid, une gourde et une figurine aux couleurs de licences comme Strangers Things, Squid Games et One Piece. Un projet qui devrait séduire la grande distribution. Nous allons par ailleurs lancer une gamme de produits sous licence Genshin Impact, sur laquelle peu de produits dérivés tiers sont présents sur le marché.

### **Pourquoi vous lancer dans la partie B2C ?**

C'est premièrement un excellent relais de croissance. Si Neamedia a encore vu son chiffre d'affaires progresser de 60% en 2023, il nous semble indispensable de rajouter une nouvelle corde à notre arc. La dématérialisation sert en effet Neamedia car il y a une demande de produits physiques par les fans de jeu vidéo et les collectionneurs. Cela nous amène aussi des relations plus variées avec nos partenaires licenciers qui ne nous voient plus uniquement comme un fournisseur. Très intégrés dans l'écosystème vidéoludique, les ayants droits nous font confiance pour notre capacité à apporter une vraie valeur ajoutée. ■

# LE MARCHÉ FRANÇAIS DE LA MUSIQUE ENTRE CROISSANCE ET NOUVEAUX DÉFIS

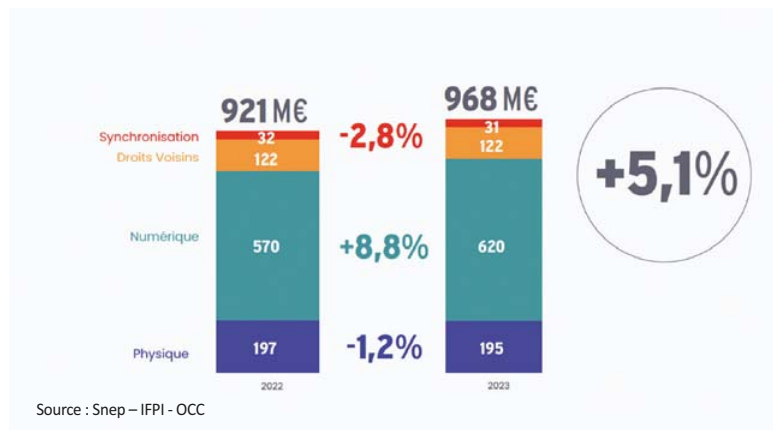
Bilan contrasté pour le marché français de la musique enregistrée en 2023. Si la dynamique est globalement positive avec un chiffre d'affaires en hausse de 5,1% par rapport à 2022, la croissance du streaming par abonnement est à la traîne, comparé au Top 10 des marchés mondiaux. Décryptage.

Pour la 7<sup>e</sup> année consécutive, le marché total de la musique enregistrée en France, incluant droits voisins (stable à 122 millions d'euros) et synchronisation (en léger recul de -2,8% à 31 millions d'euros, après une année 2022 exceptionnelle), a poursuivi sa croissance en 2023, affichant une progression de 5,1% de son chiffre d'affaires à 968 millions d'euros, dans la continuité des scores relevés depuis 2017, selon le bilan annuel du Snep. Les revenus des ventes numériques et physiques enregistrent de leur côté une hausse de 6,2% par rapport à 2022 à 815 millions d'euros. Un bilan général globalement satisfaisant, mais qui cache toutefois des résultats contrastés. Le syndicat a ainsi tenu à rappeler que les revenus des ventes de musique sont certes en hausse mais atteignent tout juste 53% du pic historique de 2002 (1,5 milliard d'euros). Et pointe du doigt la croissance numérique qui est en retard en France, comparée au Top 10 des marchés mondiaux.

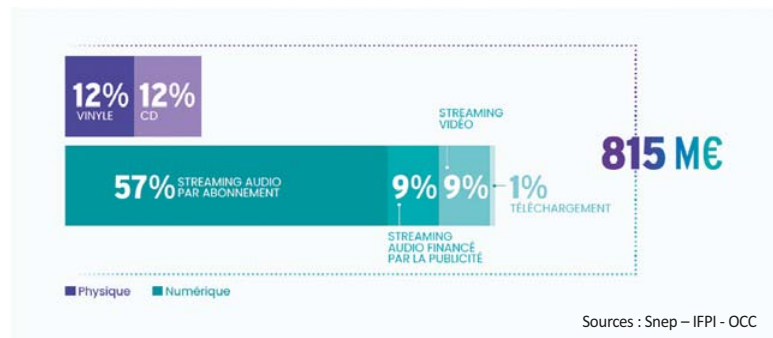
## UNE CROISSANCE NUMÉRIQUE EN RETARD EN FRANCE

Le streaming dans sa globalité progresse, mais moins vite qu'il ne devrait avec, pour la première fois en 2023, une croissance à un chiffre (+9,2% à 610 millions d'euros, vs +12% en 2022). « La progression de 10% des revenus du streaming par abonnement (à 468 millions d'euros en 2023) reste trop faible pour nourrir pleinement le développement du marché, alors que c'est la première source de création de valeur (il représente à lui seul 57% des ventes de musiques et 77% du chiffre d'affaires du streaming) », regrette ainsi le syndicat. Quant au streaming financé par la publicité, il présente des résultats contrastés avec l'audio en hausse de 15,1% en 2023 et les usages vidéo stables (-0,6%). A noter que dans les deux cas, ces segments participent encore de façon marginale au chiffre d'affaires totale du marché de la musique : seulement 9% chacun. Le Snep s'inquiète ainsi du tassement de la croissance du streaming par abonnement ces dernières années, et ce alors que le marché est loin d'être parvenu à maturité. « La France est à la traîne », note le syndicat. **On recense 12 millions de comptes payants dans l'Hexagone à fin 2023 (seulement un million de plus qu'en 2022) et environ 17 millions d'utilisateurs, en incluant les offres duos et familles, soit un taux de pénétration de 16%, l'un des plus faible parmi les principaux marchés de la musique enregistrée.** A titre de comparaison, le taux de pénétration de l'abonnement payant est de 17,5% en Allemagne, de 26,5% au Royaume-Uni et de 30,1% aux Etats-Unis. Et ce retard pourrait encore s'accroître alors que Spotify, le leader du streaming musical mondial, a annoncé une augmentation conséquente de ses tarifs en France prochainement, pour compenser la taxe streaming (1,2% du

## Evolution du marché français de la musique enregistrée



## Contribution des modes de consommation de musique au chiffre d'affaires



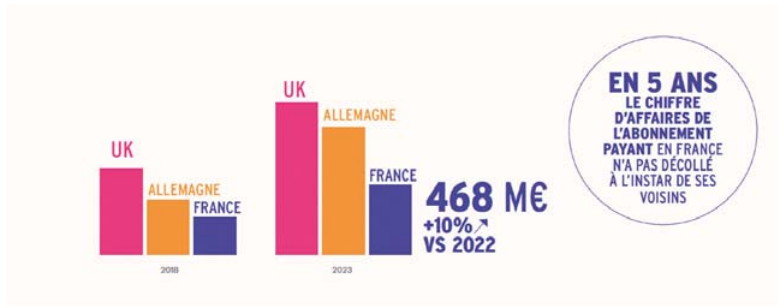
chiffre d'affaires en France) mise en place fin 2023 pour financer le CNM. Selon le Snep, l'acquisition de nouveaux abonnés et la fidélisation des titulaires de comptes sont ainsi primordiales pour doper la dynamique du marché de la musique enregistrée en France. Une accélération du rythme des abonnements qui doit intervenir dans chaque classe d'âge, mais tout particulièrement chez les plus de 55 ans. De fait, leur part de 13% dans les abonnés payants a reculé de 3 points en 2023 alors que leur poids dans la population à lui gagné 1 point. Et si les 16-34 ans restent surreprésentés, leur part relative est en légère diminution parmi les abonnés au streaming (-1 point).

## LA MENACE TIKTOK

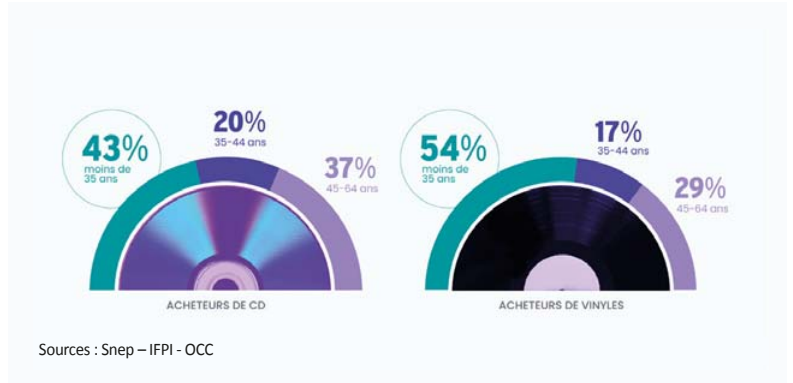
« Les marges de progression jusqu'alors encourageantes deviennent aujourd'hui des défis à relever sans plus tarder », assure le syndicat pour qui les abonnements aux services musicaux sont en concurrence frontale avec les offres cinéma, audiovisuelles et le sport. **Le Snep met ainsi en avant une bataille à gagner, avec des usages de plus en plus volatils et de plus en plus concentrés sur les formules de vidéos courtes telles que TikTok, l'un des réseaux les plus populaires en France et dans le monde**



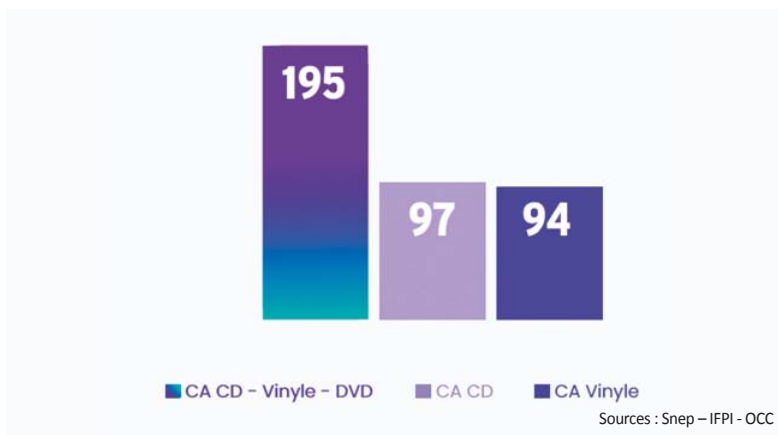
Evolution du chiffre d'affaires de l'abonnement payant



Profil des consommateurs de CD et de vinyles



Marché physique CD et vinyles (en million d'euros)



les services de musique en ligne. Par ailleurs, le syndicat note que l'audio modifié par l'IA a plus augmenté sur TikTok que sur toute autre plateforme par rapport à 2022, avec 38% de titres dont les versions originales ont été transformées en 2023 versus 24,5% en 2022. Or ces altérations se font la plupart du temps sans le consentement des créateurs, et les flux générés pour ces versions modifiées plutôt que pour les originaux, aggravent encore les problèmes de rémunérations pour les ayants droit. Un constat qui résonne avec le conflit actuel qui oppose Universal Music Group et ByteDance, propriétaire de TikTok, concernant la rémunération des artistes et des auteurs-compositeurs. Pour rappel, la major a annoncé en début d'année le retrait de son catalogue du réseau social.

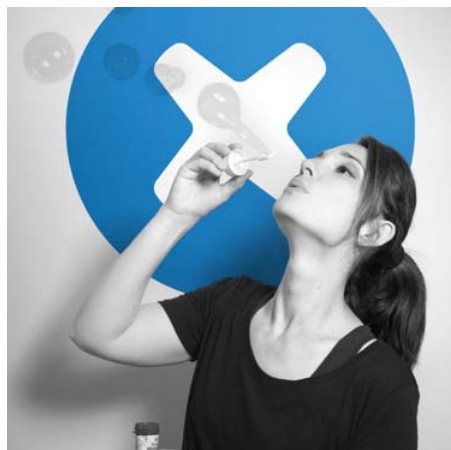
STABILISATION DES VENTES DE SUPPORTS PHYSIQUES

Domination du CD en actes d'achat



Si les trois quarts des revenus du marché de la musique enregistrée en France sont désormais générés par les exploitations numériques, les supports physiques comptent encore pour près d'un quart du chiffre d'affaires. Alors qu'elles avaient fléchi de 12% en 2022, **les ventes physiques (CD, vinyles, DVD audio...) ont fait preuve d'une belle résilience en 2023, affichant un chiffre d'affaires quasi stable (-1,2%) à 195 millions euros**, porté par le vinyle. Si le CD demeure la 2<sup>e</sup> source de revenus du marché de la musique enregistrée, il a encore perdu du terrain (-7,1% à 97 millions d'euros) et est désormais talonné par le vinyle en hausse de 5,5% à 94 millions d'euros. **Les 45 et 33 Tours représentent ainsi 12% du marché de la musique en France en 2023 et près de la moitié des ventes physiques.** Au total, près de 16 millions de supports physiques ont été vendus l'an dernier, dont 10,5 millions de CD et 5,5 millions de galettes noires. Des supports, qui fait intéressant, séduisent principalement les moins de 35 ans. Alors qu'ils sont les plus actifs sur le streaming vidéo, ces derniers sont en effet également les premiers acheteurs de supports physiques. Ils représentent 43% des acheteurs de CD et 54% des acheteurs de vinyles, devant les 45 à 64 ans (37% et 29%). Selon le syndicat, cette résilience des supports physiques est portée par la solidité et la diversité du réseau de distribution français et notamment le réseau des multi-spécialistes, avec des enseignes comme la Fnac, les Espaces Culturels E. Leclerc et Cultura, qui n'a pas de véritable équivalent en Europe, mais également un important réseau de disquaires indépendants et les e-commerçants (Fnac.com et Amazon en tête) dont la part dans les revenus physiques ne cessent d'augmenter. **La part du e-commerce représente en effet désormais 1/3 des ventes physiques, avec un chiffre d'affaires de 65 millions d'euros en 2023 (+48% en 4 ans).** A noter que les boutiques d'artistes en ligne ont quadruplé leur chiffre d'affaires en 4 ans, passant de 2 millions en 2019 à 8 millions en 2023. ■

(1 français de 16 à 24 ans sur 2 l'utilise quotidiennement). Le syndicat rappelle en effet que la popularité de cette dernière plateforme s'appuie sur la musique, « qui nourrit 85% de ses contenus (un chiffre en hausse de 16 points depuis 2019) et contribue très largement à leur viralité, sans pour autant la rémunérer à la hauteur de cette contribution ». Selon l'organisme, **les revenus générés par TikTok sont inférieurs à ceux des autres plateformes de contenus vidéo.** Il déplore ainsi que ce service, qui avait créé une nouvelle source de visibilité et de découverte pour la musique, capte et détourne désormais l'attention des fans des plateformes de streaming audio. Selon les données dévoilées par le Snep, un tiers des Français passe désormais plus de temps sur TikTok que sur



# IFIXIT, PARTENAIRE DES MARQUES DE L'IT

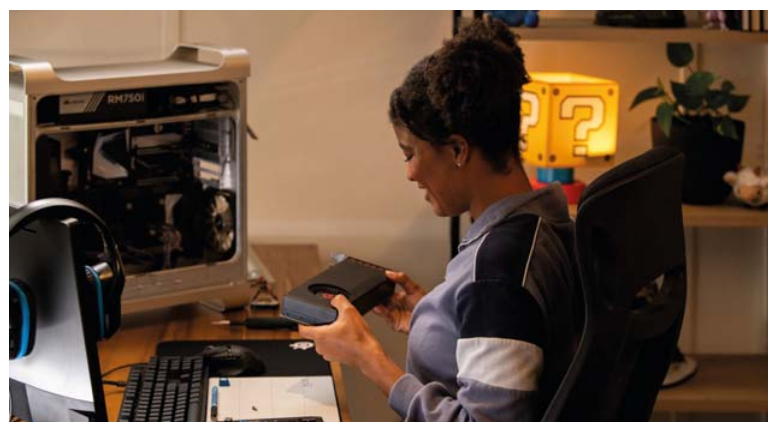
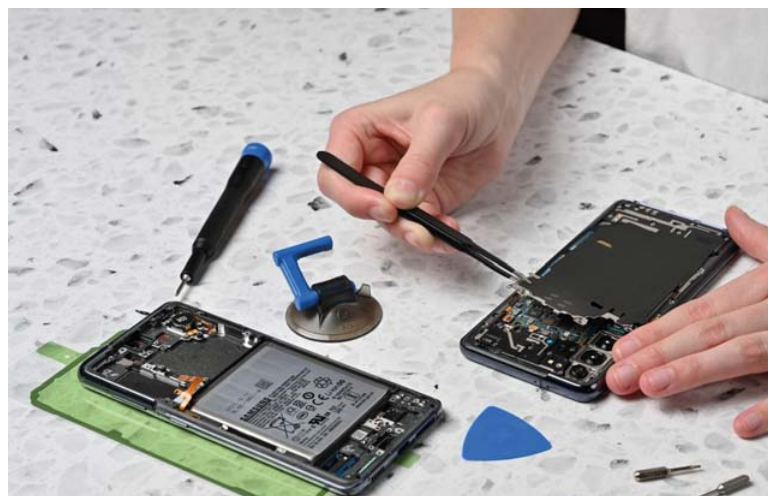
Le site spécialisé iFixit qui fait référence dans le domaine de la réparabilité depuis plus de 20 ans travaille directement avec les grandes marques du smartphone et du PC pour les aider à améliorer leur appareils et les rendre plus durables et réparables. De cette façon iFixit contribue à créer un écosystème de l'IT plus durable. Explication avec Sandra Auboy, Responsable France de iFixit.

## **Pouvez-vous nous présenter iFixit ?**

Dès lors qu'un appareil fait son apparition sur le marché, les experts lui attribuent une note de réparabilité (allant de 0 à 10) basée sur des critères précis telle que la disponibilité de ses composants, la facilité à se les procurer et à les remplacer. Depuis 2003, iFixit est le site de référence, spécialiste de la réparation qui accompagne les consommateurs dans l'auto-réparation de leurs appareils électroniques et électroménagers et notamment des produits Apple. A l'aide de tutoriels gratuits, de kits d'outils et de pièces détachées, iFixit fournit toutes les clés nécessaires à tous ceux qui veulent offrir une seconde vie à leurs appareils. La société regroupe désormais 200 personnes dans le monde avec pour particularité d'avoir deux sièges, un en Californie à San Luis Obispo, et l'autre en Europe à Stuttgart. Cela nous permet de répondre précisément aux contraintes de chaque zone géographique et notamment en termes de législation. On possède ainsi deux stocks de pièces différentes pour répondre aux spécificités techniques de chaque marché.

## **Comment iFixit travaille avec les grandes marques de l'IT pour les aider à concevoir des machines plus respectueuses de l'environnement ?**

Deux décennies d'analyse de conception des produits, nous ont appris que la longévité d'un appareil dépend des décisions de fabrication prises avant que le premier client ne commence à manipuler l'appareil. Nous sommes persuadés que les fabricants ont leur part à jouer. iFixit conseille désormais certaines marques en amont de la mise sur le marché de leurs nouveaux appareils. A ce jour, iFixit a déjà accompagné une dizaine de fabricants tels que HMD Global (anciennement Nokia), Google Pixel, Samsung, Microsoft et Lenovo, et tout dernièrement Polaroid sur les appareils photo. Pour répondre aux marques, nous disposons d'équipes dédiées regroupées dans notre entité iFixit Manufacturer Solutions qui permet aux fabricants de recueillir nos avis d'experts sur la réparabilité de leurs produits et ainsi de les améliorer avant le lancement. A noter qu'il existe une stricte séparation entre les équipes de testeurs d'un côté et les équipes de soutien aux marques de l'autre. Chacune est dans son rôle. C'est pour nous une affaire de crédibilité. Il n'y a pas de mélange de genres.



## **Sur le PC, comment avez-vous travaillé avec Lenovo ?**

Notre collaboration avec Lenovo illustre notre façon de travailler avec les marques. Sur la troisième génération de ThinkPad, les experts d'iFixit avaient émis certaines réserves sur la mémoire et les ports soudés. Pour la nouvelle génération de Thinkpad, les échanges entre le fabricant et les équipes de iFixit ont permis d'aboutir à une cinquième génération de Thinkpad qui affiche une excellente conception en termes de réparabilité. Les ThinkPad T14 Gen 5 et T16 Gen 3 privilégient le remplacement facile des composants comme la batterie, le SSD, la RAM ou encore l'intégralité de l'écran. Ils utilisent des vis « Philips Captives » qui facilitent le démontage. Nous avons également aider Lenovo à concevoir des guides de réparations et nous fournissons les pièces détachées pour ses modèles. Résultat, iFixit a octroyé à ses deux modèles une note de réparabilité de 9 sur 10. ■

# ASUS : LES ROG ZEPHYRUS EN POINTE SUR L'OLED

Les nouveaux ROG Zephyrus G14 et G16 sont des modèles PC Gaming ultra-performants, proposés dans un design sobre et élégant en aluminium. Des modèles taillés pour la mobilité qui intègre pour la première fois des écrans Oled grâce au savoir-faire unique des ingénieurs d'ASUS. **Antoine Boutet, chef produit ordinateurs portables gaming ROG et TUF d'Asus**, revient sur les arguments de ces deux modèles.

## **Pourquoi les nouveaux ROG Zephyrus G14 et G16 d'ASUS sont-ils les premiers PC gaming du marché à intégrer des écrans Oled ?**

Précisons d'abord que la gamme Zephyrus s'adresse à une cible d'utilisateurs mobiles à la recherche de performance avec un design élégant en aluminium plus résistant et qui apporte un toucher très agréable. En 2024, ASUS est la première marque du marché à intégrer des écrans Oled sur un châssis gamer. Grâce au savoir-faire unique de nos ingénieurs, les ROG Zephyrus G14 et G16 bénéficient de la technologie Gsync de Nvidia qui assurent la meilleure des expériences gaming aux joueurs. Jusqu'à présent, des contraintes techniques empêchaient de l'intégrer sur des dalles Oled, c'est désormais chose faite grâce à nos ingénieurs. Pour rappel, tout l'intérêt de la technologie Gsync est de synchroniser parfaitement les images avec la fréquence de l'écran, évitant tout déchirement ou distorsion d'image. L'intégration du Gsync sur une dalle Oled ultra-réactive (0,2 ms) avec un contraste et une excellente résolution d'écran (jusqu'à 3K), des fréquences élevées (240 Hz sur le G16 et 120 Hz sur le G14) faisait sens. Après avoir démocratisé l'Oled, ASUS est à nouveau un pionnier sur le segment du gaming. L'occasion pour ASUS ROG, N°1 du marché du PC gaming depuis 18 ans, de marquer un peu plus les esprits des joueurs du monde entier.

## **Pourquoi avoir lancé un modèle de 14 pouces sur le segment du gaming ?**

Le 16 pouces est le format amené à se développer le plus dans les prochaines années. Il remplace intelligemment le 15 pouces avec des châssis



qui conservent la même taille avec des écrans plus grands. Néanmoins, nous croyons que le 14 pouces va aussi faire une percée sur le marché. Ce segment est en phase de développement car selon notre analyse, une catégorie de joueurs recherche des configurations dites hybrides, polyvalentes, qui permettent de travailler la journée et de jouer le soir. Techniquement, nos PC ont la capacité de répondre à tous les usages sans exception. Ils disposent par exemple d'un trackpad encore plus grand pour travailler en mobilité, d'un design épuré passe-partout, et d'un format compact et léger. Deux chiffres illustrent assez bien le Zephyrus G14 : 1,6 cm d'épaisseur et 1,6 kg.

## **Quels sont les autres avancées technologiques que l'on retrouve sur ces deux modèles ?**

Comme tous nos produits gaming ROG, nous intégrons dans les ROG Zephyrus les meilleures solutions de refroidissement du marché avec des ventilateurs intégrant le plus grand nombre de pales, une quantité et une composition de caloducs unique, et enfin, du métal liquide qui permet de gagner jusqu'à 15° sur le refroidissement du châssis. En définitive, nos ingénieurs ont réussi une véritable prouesse technologique avec une triple ventilation sur les ordinateurs portables équipés de RTX 4050 et 4070, et une chambre à vapeur sur le G16 pour refroidir les RTX 4080 et 4090. Côté connectique, on intègre du HDMI

2.1 et plusieurs USB C pour une solution prête à l'emploi. Côté puissance, le G14 atteint un TGP de 90 Watts, parfait pour du gaming mais également pour de la création lourde. A noter que les G14 et G16 intègrent les derniers processeurs Intel Core Ultra et AMD Ryzen série 8000 « IA ready » qui permettent d'avoir une consommation inférieure de 20 à 30%. Le ROG Zephyrus offre en conséquence une autonomie de 8h idéale pour de la consommation de contenus multimédia ou du travail créatif de longue haleine. Les premiers modèles sont déjà disponibles chez Fnac, Boulanger et LDLC. Le G14 Oled est notamment proposé dans une configuration AMD Ryzen R9, RTX 4050, 32 Go et 1 To de SSD, disponible à partir de 1 999 euros. Le G16 Oled en RTX 4060 (32 Go, 1 To) est lui disponible à partir de 2 499 euros. ■



**OBI-WAN KENOBI - SAISON 1**

**SORTIE :  
05/06/2024**

**Genre :** Série TV / **Editeur :** The Walt Disney Company / **Distributeur :** ESCD / **Support :** Edition Steelbook limitée 2 Blu-ray 4K UHD + 2 Blu-ray + 3 art cards  
**Prix :** 49,99 euros

**NOUVELLE VAGUE DE SÉRIES DISNEY+ EN ÉDITIONS BLU-RAY 4K UHD + BLU-RAY STEELBOOK**



Fort du succès rencontré en début d'année par les éditions Steelbook limitées 2 Blu-ray 4K + 2 Blu-ray des saisons 1 et 2 de The Mandalorian et des premières saisons de Loki et WandaVision, ESCD et Disney reviennent avec une nouvelle vague de séries Disney +, jusqu'alors exclusives à la plateforme, au format 4K UHD. « Sur le même modèle que les précédentes séries Disney+, nous préparons

la sortie en éditions Steelbook 4K UHD + Blu-ray de 4 nouvelles séries : deux séries de l'univers Star Wars, Andor et Obi-Wan Kenobi, et deux séries Marvel, Moon Knight et Falcon et le Soldat de l'Hiver. Des sorties qui s'étaleront sur 3 mois, annonce Ninon Hyenne, cheffe de produit The Walt Disney Company chez ESCD. Nous débiterons ainsi le 22 mai avec la sortie de Falcon et le Soldat de l'Hiver, suivie le 5 juin de la mini-série Obi-Wan Kenobi et le 19 juin de Moon Knight, toutes trois disponibles dans de magnifiques éditions Steelbook limitées 2 Blu-ray 4K + 2 Blu-ray (49,99 euros). Enfin, nous sortirons le 3 juillet la 1<sup>ère</sup> saison de Andor, cette fois-ci dans une édition Steelbook limitée 3 Blu-ray 4K + 3 Blu-ray (59,99 euros). À noter que chacune de ces éditions sera enrichie de nombreux bonus et de 3 cartes collector. Côté mise en place, au vu du succès des

précédentes séries, toutes quasiment sold-out, nous avons augmenté nos objectifs sur ces nouvelles sorties très attendues. Nous partons ainsi sur une mise en place de 7 600 unités pour Obi-Wan Kenobi, 6 300 exemplaires pour Andor et 3 500 pour chacune des séries Marvel. »



Visuels provisoires

**BOB MARLEY : ONE LOVE**

**SORTIE : 19/06/2024**

**Genre :** Biopic / **Editeur :** Paramount Home Entertainment / **Distributeur :** ESCD / **Entrées salles :** 1,83 million / **Supports :** DVD / Blu-ray / Blu-ray 4K  
**Prix :** 19,99 euros (DVD), 24,99 euros (Blu-ray), 29,99 euros (combo Blu-ray 4K + Blu-ray) et 34,99 euros (éd. Steelbook Blu-ray 4K + Blu-ray)

**BOB MARLEY, LA LÉGENDE DU REGGAE**



Bohemian Rhapsody, Rocketman, Elvis, Respect, I Wanna Dance With Somebody... On ne compte plus les biopics musicaux consacrés aux légendes de la musique. Dernier en date, Bob Marley : One Love qui revient sur la vie et la carrière du maître incontesté du Reggae, décédé en 1981 à l'âge de 36 ans, ou plutôt une partie. Mis en scène par Reinaldo Marcus Green, réalisateur de La Méthode Williams, et coproduit par la famille du chanteur (dont sa veuve Rita et son fils Ziggy),

le long-métrage, rythmée par ses plus grands tubes de Jamming à Redemption Song, en passant par One Love et Exodus, se concentre en effet sur une période clé de sa carrière de 1976 à 1978, offrant au passage une plongée dans la Jamaïque de la fin des années 1970 en proie à un violent conflit armée. Et le moins que l'on puisse dire, c'est que le biopic a mis le public à l'unisson. **Après les charts (plus de 200 millions de disques vendus dans le monde), Bob Marley s'est en effet emparé des sommets du box-office.** « Sorti en salles le 14 février, le jour de la Saint-Valentin qui était également le 1<sup>er</sup> mercredi des vacances scolaires, Bob Marley : One Love a rencontré un immense succès, faisant preuve d'une très belle stabilité malgré la sortie de Dune : Deuxième Partie, indique Etienne Le Lionnais, chef de produits Paramount chez ESCD. **Après 6 semaines à l'affiche, le film dépasse les 1,8 million d'entrées. Un score au-delà des attentes de Paramount Pictures. De notre côté, nous le sortirons le 19 juin prochain en DVD, Blu-ray, combo Blu-ray 4K + Blu-ray (avec Dolby**

**Atmos sur la VO et la VF) et édition Steelbook Blu-ray 4K + Blu-ray limitée, avec près d'une heure de bonus sur les éditions Blu-ray et Blu-ray 4K. Viendront également s'y ajouter deux éditions spéciales Cultura avec un jeu de photos du film. Globalement, nous sommes confiants sur le potentiel du titre. Bob Marley est une véritable icône intergénérationnelle. Les magasins vont pouvoir jouer la carte du multi-supports en mettant en avant tout l'univers de l'artiste : film, livres, vinyles, merchandising... »**



## DUNE : DEUXIÈME PARTIE

SORTIE :  
10/07/2024

**Genre :** Science-fiction / **Editeur :** Warner Bros. / **Distributeur :** Warner Bros. Discovery / **Entrées salles :** 2,94 millions / **Supports :** DVD / Blu-ray / Blu-ray 4K / **Prix :** 19,99 euros (DVD), 24,99 euros (Blu-ray et bipack DVD Dune + Dune : Deuxième Partie), 34,99 euros (édition Blu-ray 4K Steelbook + bipack Blu-ray Dune + Dune : Deuxième Partie), 44,99 euros (bipack Blu-ray 4K Dune + Dune : Deuxième Partie)

## TEMPÊTE DE SABLE EN APPROCHE



Film évènement de l'année, Dune : Deuxième Partie est bien parti pour être l'un des plus gros, si ce n'est le plus gros succès, de 2024 au cinéma. Il lui aura en effet fallu moins de 2 semaines pour se hisser en tête du box-office Hexagonal 2024 et dépasser le cap des 2 millions d'entrées en salles. Autant dire que Warner Bros. Discovery qui se chargera de sa commercialisation en DVD, Blu-ray et Blu-ray 4K Steelbook le 10 juillet prochain en a fait l'une de ses priorités et va sortir le grand jeu.

Attendu comme le messie après les très belles promesses du premier volet en 2021 (3,16 millions d'entrées en France et 6 Oscars), Dune : Deuxième Partie n'a pas fait mentir sa réputation de blockbuster incontournable de 2024. Initialement prévue en salles à l'automne dernier, mais retardée en raison de la grève des scénaristes et des acteurs à Hollywood, l'odyssée de science-fiction de Denis Villeneuve, emmenée par Timothée Chalamet et Zendaya, a en effet mis tout le monde d'accord, réalisant une entrée fracassante au box-office à sa sortie le 28 février. « **Après un démarrage canon au-delà d'1,38 million d'entrées en première semaine, soit le meilleur démarrage de l'année, le long-métrage a poursuivi sa très belle dynamique en deuxième semaine pour atteindre 2,38 millions d'entrées en France,**

confie Anne-Joelle Casenaz-Dewavrin Marketing Director Games & Films de Warner Bros. Discovery. **Au sortir de sa 3<sup>e</sup> semaine d'exploitation, il cumule plus de 2,94 millions d'entrées, à quelques encablures seulement du premier opus qu'il va largement dépasser. Un résultat qui dépasse nos attentes et permet à Dune : Deuxième Partie de caroler en tête du box-office Hexagonal 2024.** » « Le film est distribué actuellement sur 994 copies ce qui est exceptionnel et les retours des spectateurs et de la presse sont excellents, fait savoir Alexandra Bougartchev, Vice-présidente sales France & Benelux de Warner Bros. Discovery. **Le film a en effet reçu un accueil unanime, obtenant des notes spectateurs et presse exceptionnelles de 4,5/5 et 4,2/5 sur Allociné et de 95% et 93% sur Rotten Tomatoes.** Le film est vraiment réussi, c'est une chance pour nous ».

RETOUR SUR ARRAKIS  
PRÉVU LE 10 JUILLET

Alors que Denis Villeneuve a annoncé plancher sur le scénario d'un troisième film, qui devrait être une adaptation du deuxième roman du Cycle de Dune, Le Messie de Dune, Dune : Deuxième partie s'annonce en vidéo sous la bannière de Warner Bros. Discovery. Une arrivée programmée le 10 juillet prochain en vidéo physique et VoD (le 27 juin en EST) qui créera assurément l'évènement en magasins. « **Pas moins de 6 éditions nationales seront**

*proposées pour l'occasion : un DVD, un Blu-ray et une édition Blu-ray 4K + Blu-ray Steelbook, ainsi que des bipacks DVD, Blu-ray et Blu-ray 4K réunissant Dune : Première et Deuxième Partie,* annonce Anne-Joelle Casenaz-Dewavrin. *Et comme toujours, nous soutiendrons nos partenaires retailers, en proposant de magnifiques éditions Blu-ray 4K Steelbook spécifiques enseignes. L'idée est d'avoir l'offre la plus large possible et de satisfaire tous les publics ».* « A noter que les précommandes ont été lancées en même temps que la sortie du film en salles et les premiers résultats sont très bons, notamment sur les formats HD, assure Alexandra Bougartchev. Je tiens d'ailleurs à remercier tous les retailers qui nous ont suivi. Cela confirme l'engouement entourant le film. **Dune : Deuxième Partie sera sans conteste l'un des films les plus forts sur le marché vidéo de l'année 2024.** » « Afin de soutenir ce lancement prioritaire, nous nous appuyerons sur une campagne média massive et impactante, majoritairement sur les réseaux sociaux avec un dispositif évènementiel en digital et une belle vague IPTV, indique Anne-Joelle Casenaz-Dewavrin. Une campagne d'affichage et en presse est également prévue. Cerise sur le gâteau, une visibilité importante sera apportée en magasin avec le déploiement d'une gamme complète de PLV et CLV, toujours dans l'optique d'évènementialiser cette sortie ». ■



# APPLE CONDAMNÉ À UNE AMENDE RECORD



Sanction inédite pour Apple. La Commission européenne a infligé, lundi 4 mars, à la firme de Cupertino une amende de plus de 1,8 milliard d'euros pour abus de position dominante sur le marché de la musique en ligne. Une condamnation qui fait suite à une plainte formelle déposée

en 2019 par Spotify auprès de Bruxelles contre les pratiques du géant californien et notamment l'obligation pour les services tiers de passer par son outil de paiement intégré à l'App Store, sur lequel l'entreprise prélève une commission. L'exécutif européen a finalement donné raison à la plateforme suédoise au terme d'une enquête ouverte en juin 2020. « Pendant dix ans, Apple a abusé de sa position dominante sur le marché de la distribution d'applications de diffusion de musique en continu par l'intermédiaire de son App Store », a déclaré la vice-présidente exécutive chargée de la politique de concurrence de l'UE, Margrethe Vestager. « Pour ce faire, elle a empêché les développeurs d'applications d'informer les consommateurs de l'existence d'autres services musicaux moins chers disponibles en dehors de l'écosystème Apple. Cette pratique est illégale en vertu des règles antitrust de l'UE », a-t-elle ajouté. Le montant de l'amende de plus de 1,8 milliard d'euros est « proportionné aux revenus mondiaux » du géant californien et « nécessaire pour avoir un effet dissuasif », a précisé l'exécutif européen, qui a par ailleurs ordonné à Apple de mettre fin aux pratiques épinglées et de ne pas commettre à nouveau l'infraction ou d'adopter à l'avenir des pratiques ayant un objet ou un effet équivalent. L'amende infligée à Apple est la 3<sup>e</sup> plus lourde sanction antitrust imposée à une entreprise américaine par l'UE, après celles de 2,4 et 4,3 milliards prononcées en 2017 et 2018 à l'encontre de Google. Apple a immédiatement annoncé faire appel.

# TAYLOR SWIFT EN TÊTE DES VENTES MONDIALES EN 2023



Et de 4 pour Taylor Swift. La pop-star qui a remporté en début d'année le Grammy Awards 2024 de l'album de l'année pour la 4<sup>e</sup> fois de sa carrière avec *Midnight* et le trophée 2024 du meilleur album pop vocal, entre encore un peu plus dans l'histoire. **La chanteuse de 34 ans, est en effet arrivée pour la 4<sup>e</sup> fois en tête du classement "Global Artist Chart" des artistes ou groupes ayant vendus le plus d'album (physique et numérique confondus)**

dans le monde, publié par l'IFPI. Elle devient ainsi la première artiste de l'histoire à être distingué à 4 reprises (2014, 2019, 2022 et donc 2023). Une consécration pour Taylor Swift qui couronne une année exceptionnelle au cours de laquelle elle a hissé 3 albums (*Midnight* et les versions Taylor's des albums *Speak Now* et *1989*) en tête des classements et battu tous les records avec sa tournée *The Eras Tour*. En 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> positions du classement on retrouve les stars de la K-Pop *Seventeen* et *Stray Kids*. Plus globalement 2023 a été une année record pour les artistes coréens, avec 4 autres groupes de K-Pop dans le Top 15 : *Tomorrow X Together* (7<sup>e</sup>), *NewJeans* (8<sup>e</sup>), *IVE* (12<sup>e</sup>) et *NCT Dream* (15<sup>e</sup>).

## CHIFFRES CLÉS

### 1h10.

Selon une enquête menée par Audience Net pour l'IFPI au cours de l'été 2023, le temps hebdomadaire dédié à l'écoute de musique a augmenté d'1h10 en France entre 2023 et 2022 (4h30 vs 2019), soit l'équivalent de 1 000 titres de plus par français au cours de l'année écoulée. Une progression qui est sans surprise plus forte chez les 16-24 ans, qui consacrent plus de 21h à écouter de la musique chaque semaine, soit une hausse de plus de 2h par rapport à 2022.

### 200 000.

Troisième plus gros vendeur de l'histoire du rap français avec plus de 3 millions d'album vendus, premier rappeur français à décrocher 4 disques de diamants et surtout recordman absolu du nombre de singles certifiés en France (60 singles d'or, 100 de platine et 50 de diamants), **Ninho** vient d'ajouter un nouveau trophée à sa collection. Son dernier album studio *Ni*, dévoilé fin juin 2023, vient en effet de passer la barre des 200 000 équivalents ventes, décrochant ainsi un double disque de platine. Une certification que viennent également d'obtenir **Dua Lipa** pour *Dua Lipa* (sorti le 02/06/2017), **Hamza** pour *Sincèrement* (17/02/2023), **Booba** pour *Ultra* (04/03/2021), **Gazo** pour sa mixtape *Drill FR* (26/02/2021), **SDM** avec son 2<sup>e</sup> album *Liens du 100* (02/12/2022) **Elton John** pour *Diamonds*, **Billie Eilish** pour *Don't Smile At Me*, **Werenoi** pour *Carré* ou encore **Karis** pour *Or Noir*.

### 100 000.

En pause après une grande tournée mondiale passée par Lyon, Bordeaux, Marseille, Nancy et le Stade de France à l'été 2023 (227 000 fans français réunis pour les 5 concerts), **Muse** rajoute un nouveau disque de platine à sa collection avec son 9<sup>e</sup> album *Will of the People*. Sorti en août 2022, le disque qui marque le retour du groupe au rock pur et dur de ses débuts, s'est en effet écoulé à plus de 100 000 exemplaires en 1 an et demi. Un cap qu'on également récemment franchi les albums *African Giant* de **Burna Boy** (sorti le 25/07/2019), *Palais d'Argile* de **Fu Chaterton** (13/03/2021), *Hiver à Paris* de **Dinos** (03/11/2022), *Birds in the Trap Sing Mcknight* de **Travis Scott** (10/09/2016), *Kids in Love* de **Kygo** (03/11/2017), **Ronisia** de *Ronisia* (28/01/2022), *Guardians of The Galaxy vol. 2* (21/04/2017), *A2 à A3* de **Vianney** et *Hackney Diamonds* des **Rolling Stones** ou encore le CD *Live du Central Tour d'Indochine*.

### 150 000.

Alors que le concert 2024 de la troupe des Restos du Cœur, intitulé « **Enfoirés 2024, On a 35 Ans** », a signé la meilleure audience de l'année avec une moyenne de 7,65 millions de téléspectateurs réunis le 1<sup>er</sup> mars sur TF1 (pour 48,2% de parts de marché) et même un pic de 9,1 millions de téléspectateurs observé durant la soirée selon Médiamétrie, l'album du spectacle s'est classé directement numéro des ventes d'albums en France la semaine de sa sortie, réalisant le meilleur démarrage de l'année. **Disponible en CD mais aussi sur les plateformes de streaming dès le 2 mars, l'album « Les Enfoirés 2024, On a 35 ans » s'est en effet écoulé à 85 649 exemplaires en 6 jours, dont près de 82 000 en physique.** Un score dans le sillage de l'album *Enfoirés un Jour, Toujours* sorti en 2023 (86 900 ventes en une semaine). En parallèle, **le double DVD du spectacle s'est écoulé à près de 63 500 exemplaires en une semaine**, selon le Snep. Ainsi, en cumulant les ventes des formats audio et vidéo, on atteint pratiquement les 150 000 unités vendues, en une semaine. Pour rappel, chaque CD ou DVD vendu permet aux Restos du Cœur de distribuer l'équivalent de 17 repas.



## NEBULA ULTIMATE WIRELESS CONTROLLER

COMPATIBLE WITH NINTENDO SWITCH™ / SWITCH™ OLED  
\*Also compatible with PS3® / PC / Mobile Android (For PC, it supports D-input and X-input)



- WIRELESS BLUETOOTH®
- BUILT-IN DUAL MOTORS
- SOFT-TOUCH RUBBER FINISH
- SIX-AXIS SENSOR (Gyro)

## AURORA PLUS 2.4G & BT WIRELESS CONTROLLER

COMPATIBLE WITH PC / MOBILE ANDROID & IOS / ANDROID TV / PS3™



PARTENAIRE DE VOTRE CROISSANCE.

## PHOTON WIRELESS CONTROLLER

COMPATIBLE WITH MOBILE ANDROID / IOS / PC



AVAILABLE COLOURS



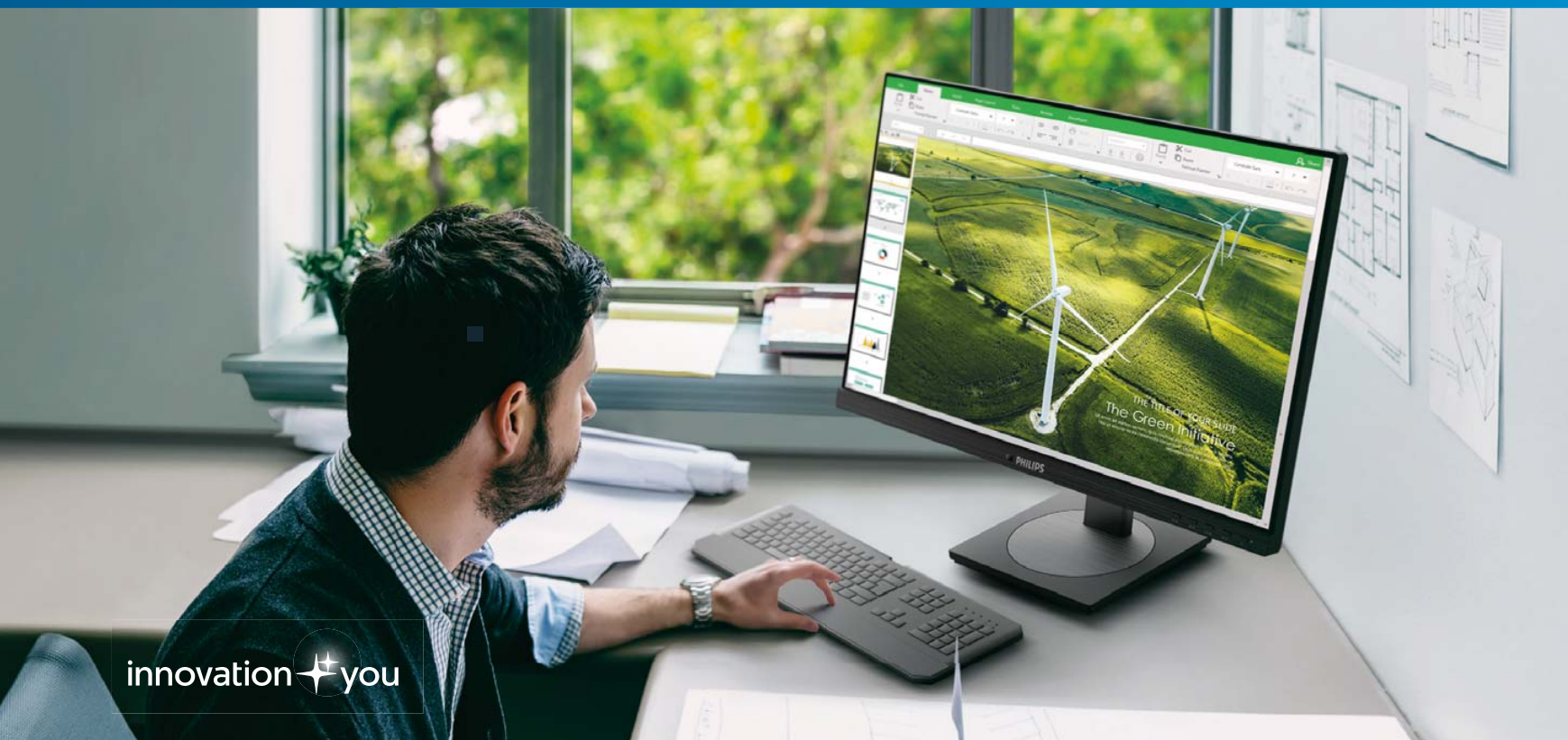
- LOW LATENCY BLUETOOTH CONNECTION
- FLEXIBLE BRIDGE WITH LIMITED DEVICE COMPATIBILITY
- LONG HOURS GAMING EXPERIENCE (300mAh)
- PORTABLE FRIENDLY WITH COMFORTABLE GRIPS
- 2M USB-C CHARGING CABLE

# Allier bénéficiaire utilisateur & RSE

En mettant depuis de longues années la **protection de l'environnement** et le **développement durable au cœur de sa conception produits**, PHILIPS moniteurs s'est positionné en **précurseur**.

Depuis l'apparition de l'émblématique **PowerSensor** visant à **minimiser la consommation énergétique**, c'est toute une **stratégie RSE** qui a vu le jour pour proposer des **solutions toujours plus durables et respectueuses de l'environnement et de la société**.

- **Optimisation de l'efficacité énergétique**, utilisation de matériaux écologiques et **respect des principales normes et certifications internationales** (EPEAT ; TCO Certified, generation 9), **réduction de l'empreinte carbone** ;
- Mise en place d'une politique de **transparence des chaînes d'approvisionnement** prenant en compte la **protection des droits de l'homme** ;
- Engagement sociétal par la **contribution aux Objectifs de Développement Durable des Nations-Unis** et la collaboration avec plusieurs ONG dont PACT et ForestNation.



innovation  you

La démarche RSE de PHILIPS moniteurs se matérialise aussi par un accompagnement de ses partenaires locaux sur le terrain :

- Grâce à des **outils de veille technologique**, en particulier en matière de normes et certifications ;