

■ Deux commerçants essonniers reçoivent un Mercure d'or

Des adresses à retenir

Deux commerces essonniers ont été distingués "meilleurs commerçants" au niveau national, fin janvier, en recevant un Mercure d'or.

La boucherie de la Gare, à Palaiseau

M. et Mme Moncouyoux exploitent la boucherie de la Gare depuis 1986. Originaire de l'est de la France, le couple s'est lancé dans la gastronomie alsacienne. Ils ont diversifié leurs produits en proposant de la charcuterie précieusement sélectionnée, des plats alsaciens et des objets culinaires typiques, dans une boutique entièrement rénovée. Petit à petit, et avec l'engouement des consommateurs, ces spécialités représentent désormais la moitié

de leur activité.

Juvisy Marées

M. Guiniot, commerçant à Juvisy-sur-Orge, a acquis son fonds de commerce Juvisy Marées en 1994 : à la fin de son apprentissage, il a racheté

cette affaire au patron qui l'avait formé. Idéalement bien implanté sur le secteur, ce commerçant de 36 ans a su, grâce à son professionnalisme, à la qualité de ses produits et à son savoir-faire, fidéliser sa clientèle.

Ces deux commerçants ont



De gauche à droite : Mme et M. Moncouyoux, Eric Lopez, responsable de service commerce de la CCI Essonne, M. Guiniot.

chacun reçu plusieurs distinctions par le passé, notamment les Papilles d'Or qui récompensent les meilleurs commerces alimentaires dans l'Essonne.

• Retrouvez ces commerçants sur www.achat-essonne.com

■ Le marché des jeux vidéo sur mobiles

ÉTUDE

Des téléphones-consoles

Le jeu vidéo sera d'ici cinq ans une des applications les plus prisées par les possesseurs de téléphone mobile. Selon une récente étude de l'Idate, en 2012, la vente de jeux vidéo téléchargés devrait générer des revenus de 3,3 milliards d'euros sur les trois principaux marchés du jeu vidéo (Europe, États-Unis et Japon)

et 6,5 milliards d'euros dans le monde.

« Les principaux facteurs de changement se mettent en place au sein de l'écosystème du jeu vidéo sur téléphone mobile : les réseaux à haut débit se déploient, les usages se confirment à travers de nouveaux genres, les terminaux supportent désormais la comparaison avec les plates-

formes de jeux dédiées, les éditeurs peaufinent leur stratégie éditoriale, les services de distribution dématérialisée prennent forme », analyse Laurent Michaud, chef de projet de l'étude. Un obstacle doit néanmoins être relevé : l'hétérogénéité culturelle et technologique des marchés nord-américain, européen et asiatique.