



ESPACE
FAMILLE



JOUER
RESPONSABLE



TOURNOIS
ESPORTS



BOUTIQUE
OFFICIELLE

10^e
ÉDITION

PARIS GAMES WEEK

#PGW

30 OCT

2 · 0 · 1 · 9

03 NOV

PARIS EXPO
PORTE DE VERSAILLES

S.E.L.L.
SYNDICAT DES ÉDITEURS DE LOGICIELS DE LOUVRIS

Coca-Cola

COMEXPOSIUM

C STAR

C NEWS



G1ME ONE

jeuxvideo.com

LESTREAM.fr

MILLENNIUM

arte





LE HARDWARE ESPORT TOUJOURS À LA HAUSSE

Le hardware esport confirme année après année son rôle de formidable générateur de marges et de chiffre d'affaires. Et il progresse toujours. De quoi assurer a priori des lendemains qui chantent.

Au fil des années, l'esport est devenu un écosystème massif, dont le hardware est une des composantes les plus rentables. Un vrai générateur de marges pour toute la chaîne de valeur, fabricants comme distributeurs. Selon GfK, le chiffre d'affaires du PC gaming dans le monde (hors Etats-Unis) est en hausse de 15 % au 1^{er} semestre 2019, pour un chiffre d'affaires de 6,1 milliards de dollars. Le jeu vidéo continue d'être un moteur puissant pour le secteur du PC. Au global, si les PC fixes connaissent un ralentissement de 4 %, les PC portables gaming ont continué de progresser de 12 %, générant un chiffre d'affaires de 3,5 milliards de dollars. Il faut noter que l'augmentation des ventes d'ordinateurs fixes et portables commence à ralentir.

UNE CONFIGURATION STANDARD AUX ALENTOURS DE 900 DOLLARS

Au premier semestre 2019, les portables gaming ont représenté 18 % du chiffre d'affaires total informatique et les PC fixes gaming plus de 11 %. En moyenne, les ordinateurs calibrés pour le jeu vidéo coûtent 2,4 fois le prix d'un PC standard, quand les portables et écrans gaming atteignent un ratio de 1,8 et 1,6 fois supérieur à celui des autres appareils. La configuration de PC portable gaming la plus vendue dans le monde se monte à 870 dollars (un disque dur hybride de 1 To, 128 Go de SSD, 8 Go de RAM, un écran 15,6 pouces Full HD, un processeur et une carte graphique de milieu de gamme). Près de 70 % des ordinateurs portables gaming vendus au premier semestre 2019 étaient compris entre 800 et 1 300 dollars (contre 57 % au 1^{er} semestre 2017). Une configuration similaire pour un PC fixe avec une carte graphique légèrement meilleure affiche un prix moyen de 900 dollars à la même période. Les ordinateurs de bureau gaming à moins de 800 dollars représentent 30 % des PC fixes gaming vendus. Et les modèles supérieurs à 1 800 dollars représentaient 12 %. **La tendance à l'augmentation des configurations s'accélère.** Les modèles de portables équipés de disques SSD représentent désormais 15 % du chiffre d'affaires au premier semestre 2019, contre 4 % il y a un an. Même tendance pour l'amélioration du design avec par exemple des ordinateurs portables de jeu plus fins. En conséquence, 1 portable gaming sur 3 vendu au cours des six premiers mois de l'année est un portable de moins de 25 mm d'épaisseur.

Dans le domaine des accessoires, les tendances s'avèrent analogues. Ainsi, une souris gaming coûte 2,4 fois plus qu'une souris classique et un clavier de jeu (prix de vente moyen : 48 dollars), se vend 1,8 fois plus cher qu'un clavier classique. Les écrans gaming ont connu la croissance la plus rapide du secteur, soit + 42 % et un chiffre d'affaires atteignant 1,2 milliard au premier semestre 2019. Les moniteurs incurvés, nouveauté technologique du moment, ont crû de 61 % en valeur, soit plus que ceux du reste du marché (+ 31 %), quand ceux



ayant des taux de rafraîchissement d'au moins 100 Hz ont crû de 70 % en valeur entre janvier et juin 2019 quand ceux en dessous de 100 Hz ne progressent « que » de 24 %.

L'EUROPE EN LÉGÈRE PROGRESSION

D'un point de vue géographique, on constate des niveaux de demande très différents selon les régions. Ainsi, dans la zone EMEA, la progression a été modérée (+ 1 %). Deux de ses principaux marchés de PC de jeux ont connu une baisse. Côté Europe, la demande baisse. L'Allemagne enregistre notamment un recul de - 9 % pour 112 millions de dollars de chiffre d'affaires et la France de - 4 % pour un chiffre d'affaires de 144 millions de dollars. La zone APAC et la Chine ont par contre enregistré une forte croissance à deux chiffres. La Thaïlande, le Japon et la Malaisie affichant ainsi des taux supérieurs à + 25 %.

Prévisions du marché du Gaming PC hardware en volume 2019 / 2023

Catégorie	Equipement 2019*	Parts de marché 2019	Equipement 2023	Parts de marché 2023	Evolution annuelle 2019 / 2023
PC Fixe	15,6	36,40%	16,8	30,40%	1,80%
PC Portable	19,4	45,30%	26,8	48,60%	8,40%
Ecran	7,8	18,30%	11,6	21%	10,30%
Total	42,8	100%	55,2	100%	6,50%

*En millions de dollars
Source : IDC

SAMSUNG

Redefine the game

C24RG50FQU



GARANTIE
3
ANS
à domicile

144Hz
REFRESH RATE

Éliminez les lags lors de vos jeux grâce au taux de rafraîchissement de 144Hz

1800R

Profitez d'une expérience de jeu plus immersive grâce à l'écran incurvé 1800R

AMD
FREESYNC
TECHNOLOGY

La technologie FreeSync permet d'avoir une image de jeu plus fluide et rapide

Découvrez l'ensemble de la gamme des moniteurs Gaming Samsung QLED
samsung.com/fr/moniteurs-gaming-qled

Redefine the game = Donnez à votre jeu une nouvelle dimension



LA MONTÉE EN PUISSANCE EXTRAORDINAIRE DES COMPÉTITIONS ESPORT

Top 10 des plus importantes dotations de compétitions esport dans le monde par jeu - 1^{er} semestre 2019 (en millions de dollars)

1	The International 9 (Dota 2)	34,3 millions
2	2019 Fortnite World Cup Finals	30,4 millions
3	The International 8 (Dota 2)	25,5 millions
4	The International 7 (Dota 2)	24,6 millions
5	The International 6 (Dota 2)	20,4 millions
6	The International 5 (Dota 2)	18,4 millions
7	The International 4 (Dota 2)	10,9 millions
8	2018 League of Legends World Championship	6,4 millions
9	2016 League of Legends World Championship	5 millions
10	2017 League of Legends World Championship	4,9 millions

Source : Esportearnings / Esport Observer

Pourcentage d'utilisateurs Internet dans le monde qui ont dit avoir regardé récemment un tournoi d'esport



Source : Hootsuite / We Are Social

Pourcentage d'utilisateurs d'Internet dans le monde qui ont dit avoir consulté récemment un flux en direct en ligne (live stream) d'autres personnes jouant à des jeux vidéo



Source : Hootsuite / We Are Social

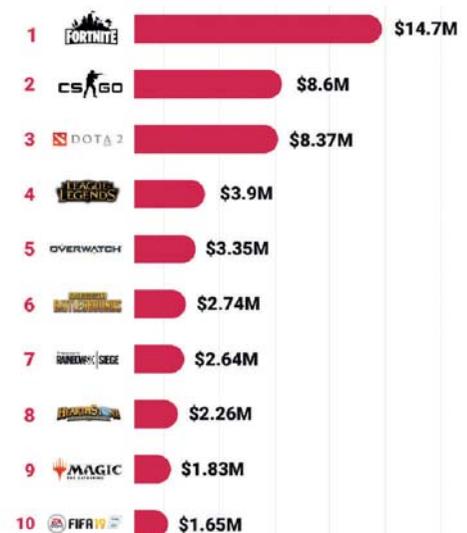
■ Le Championnat du Monde de Fortnite, qui s'est déroulé cet été à New York, constitue un symbole de la démesure qui touche actuellement le jeu vidéo. Les sommes de « cash prize » deviennent absolument faramineuses. **Epic a ainsi distribué 40 millions de dollars pour les dotations** : 10 millions pendant la phase qualificative et 30 millions de dollars pour les joueurs qualifiés pour la finale, dont 3 millions pour le seul vainqueur.

■ Cet événement a (et c'est rarissime pour le jeu vidéo) fait la une des médias et a généré un flot énorme de contenus digitaux. Ces derniers se seraient montés durant la compétition, selon Newzoo, à 81,8 millions d'heures en live. Les plus importants streamers et les comptes officiels générant 85 % de cette audience.

■ Et les 2019 Fortnite World Cup Finals sont loin d'être la seule compétition esport à proposer des récompenses géantes. Les League of Legends World Championship Finals (qui se tiendront cette année début novembre à l'AccorHotel Arena de Paris) seront dotés de plus 6,5 millions de dollars, les International 9 de Dota 2 de 34,3 millions... Dorénavant, **ces chiffres égalent ou dépassent ceux des compétitions de sport traditionnel en termes d'audiences et de récompenses**. Ce qui induit une révolution du modèle économique de l'esport.

■ Les moins de 35 ans sont des spectateurs de plus en plus assidus des compétitions esport. 32 % des moins de 25 ans et 30 % des 25-35 ans l'ont ainsi fait récemment. Un chiffre colossal et comparable, selon Hootsuite, à celui des internautes regardant des compétitions sportives. Et les chiffres sont encore plus impressionnants si l'on se penche sur la pénétration des « live stream ».

Jeux esport dans le monde par dotation (en millions de dollars) - 1^{er} semestre 2019



Source : Esportearnings



SIMPLE NATUS VINCERE



CONÇU POUR LES PERFORMANCES
CONÇU POUR GAGNER

OMEN X 2S 15

© Copyright 2019 HP Development Company, L.P. Microsoft et Windows sont des marques commerciales ou des marques déposées de Microsoft Corporation aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Les captures d'écran sont simulées et donc susceptibles de faire l'objet de modifications ; les applications sont vendues séparément, sous réserve de disponibilité.



Optimisez votre
expérience de jeu.



LES JEUX DE SHOOT ENTRENT EN ACTION

La traditionnelle bataille de fin d'année dans les jeux d'action est un enjeu commercial majeur pour la distribution. Ce segment est de loin le premier du marché et avait généré quasiment 5 millions de ventes en 2018 (soit quasiment le double du 2^e segment). Et pour cette année la bataille fait encore rage avec des propositions à la fois intéressantes et diversifiées : Star Wars Jedi: Fallen Order, Ghost Recon: Breakpoint, Call of Duty Modern Warfare, Sniper Ghost Warriors Contracts... Présentation des principaux titres.



STAR WARS JEDI : FALLEN ORDER

SORTIE :
15/11/ 2019

Développeur : Respawn Entertainment / **Distributeurs :** Electronic Arts / **Plateformes :** PC, PS4, Xbox One

Respawn est clairement en train de devenir un des studios vedettes d'Electronic Arts avec Apex Legends et Star Wars Jedi Fallen Order. Ce dernier est attendu par les fans, surtout les plus exigeants depuis assez longtemps, les derniers jeux utilisant la franchise Star Wars étant relativement grand public avec en particulier Star Wars Battlefront 1 et 2. L'action de ce Jedi Fallen Order se déroulera entre le troisième et le quatrième volet de la saga, dans le cadre de la traque des derniers Jedi par Dark Vador. Fait rare dans l'ère du « games as a service », et afin de mettre fin aux polémiques qui avaient empoisonnés la carrière des Star Wars Battlefront, Star Wars Jedi Fallen Order ne comprendra ni microtransactions ni « loot boxes ». Il bénéficiera évidemment de l'intense battage médiatique autour de la sortie du film Star Wars : L'Ascension de Skywalker en décembre.



GHOST RECON BREAKPOINT

SORTIE :
4/10/ 2019

Développeur : Ubisoft Paris / **Distributeur :** Ubisoft / **Plateformes :** PC, PS4, Xbox One

Ghost Recon Wildlands, excellent shooter tactique en monde ouvert, avait connu une vraie réussite commerciale. Il s'était notamment placé 10^e en France en 2017. Son successeur, Ghost Recon Breakpoint, est donc le plus important jeu de cette fin d'année pour Ubisoft, comme nous l'indiquait John Parkes, DG d'Ubisoft France, qui lui voit un potentiel à rentrer dans les 4 meilleures ventes PS4 et Xbox One de cette fin 2019. Plus exigeant, plus tactique, plus complet et avec un terrain de jeu encore plus dense que son prédécesseur, il quitte les paysages boliviens pour ceux de l'archipel (fictif) d'Auroa dans l'Océan Pacifique et son environnement luxuriant (et interactif) avec un accent mis sur plus de survie et plus d'authenticité dans les combats.





CALL OF DUTY MODERN WARFARE

SORTIE :
25/10/ 2019

Développeur : Infinity Ward / **Distributeur :** Activision Blizzard / **Plateformes :** PC, PS4 et Xbox One



Call of Duty, traditionnel maître des jeux de shoot premium, est confronté à des enjeux très importants depuis 3 ans : repousser les assauts répétés de ses concurrents du jeu physique et surtout faire face à la phénoménale adversité des géants du Free to Play (Fortnite et PUBG). **Ce qui l'oblige donc à résoudre la quadrature du cercle en termes de développement : être d'une qualité premium (et notamment un aspect narratif poussé, un bon mode solo...) pour satisfaire des joueurs exigeants qui payent le jeu au prix fort et investissent dans les contenus additionnels, tout ayant des arguments assez grand public (et notamment un mode Battle Royale) pour satisfaire la masse des joueurs de Fortnite & co.** Et ce même

si le tout récent Call Of Duty Mobile sera un complément plus que précieux (100 millions de téléchargements sur les 10 premières semaines). La franchise y arrive plutôt bien. Call of Duty Black Ops 4 étant par exemple la 3^e vente de jeux physiques en France en 2018 avec plus de 565 000 ventes (source : GSD / Sell). Call of Duty : Modern Warfare se doit de suivre la même voie, surtout dans une année qui aura vu Activision Blizzard sortir assez peu de nouveautés. Comme son nom l'indique, Call of Duty : Modern Warfare, sous la houlette du studio Infinity Ward, renoue avec les épisodes éponymes qui avaient fait le succès de la franchise au tournant des années 2000-2010.

OVERWATCH

SORTIE :
15/11/ 2019

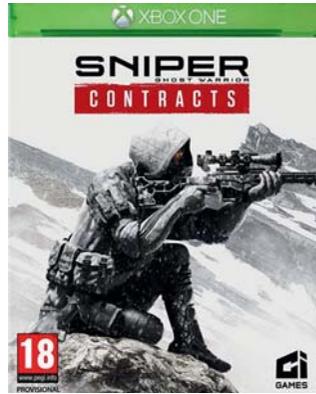
Développeur : Blizzard et Iron Galaxy / **Distributeur :** Activision Blizzard / **Plateformes :** Switch



Enfin ! C'est le cri qu'ont poussé les fans de FPS possesseurs de Switch quand ils ont su qu'Overwatch arrivait sur leur console. Alors que le jeu de Blizzard faisait depuis des années le bonheur des possesseurs de PC, PS4 et Xbox One, il a fallu attendre 3 ans pour qu'il arrive sur la machine de Nintendo. **C'est un coup magnifique pour le Japonais qui peut se targuer désormais d'avoir dans sa bibliothèque les 2 géants du jeu de shoot grand public (Fortnite et Overwatch)** grands générateurs de jeu online et d'audience en stream. Ce qui enlève aussi un argument aux machines concurrentes. Fruit de la collaboration de Blizzard et Iron Galaxy (à qui l'on doit le portage de Diablo 3 sur Switch), Overwatch tournera en 30 FPS à 900p quand la Switch sera sur son dock (720p autrement) et bénéficiera d'un

système de visée gyroscopique (spécifique à la Switch) qui permettra au joueur de viser ou de bouger avec le motion control de la console. Il est à noter que la version Switch, si elle est en boîte, n'est pas une cartouche mais un code de téléchargement.





SNIPER GHOST WARRIOR CONTRACTS

SORTIE :
22/11/ 2019

Développeur : CI Games/ **Distributeurs :** Just For Games / **Plateformes :** PC, PS4, Xbox One

Les jeux de sniper font partie de ces segments qui « sous le radar » font des très beaux résultats. Et ce, en maximisant leur potentiel auprès d'une cible de joueurs (très) confirmés qui ne peuvent se satisfaire des blockbusters grand public et encore moins de Fortnite ou PUBG. Et Sniper Ghost Warrior en est le leader. Attendu depuis 2 ans, après un Sniper Ghost Warrior 3 qui avait apporté beaucoup d'évolutions, ce nouvel opus, baptisé Sniper Ghost Warrior Contracts, se déroulera dans la Sibérie moderne. Le jeu de CI Games bénéficiera en plus d'un contexte concurrentiel particulièrement dégagé dans son segment. Ce qui devrait lui assurer de jolies ventes sur la durée.



FORTNITE PACK FEU OBSCUR

SORTIE :
05/11/ 2019

Développeur : Epic Games / **Distributeurs :** Warner Bros / **Plateformes :** PC, PS4, Xbox One

Comme l'année dernière avec le Pack Froid Eternel, Epic Games et Warner Bros. s'associent pour la distribution physique du nouveau pack Fortnite, baptisé Feu Obscur. Pour 29,99 euros, le joueur bénéficiera de l'équivalent de 70 euros de contenus cosmétiques dans le jeu (3 tenues légendaires, 3 accessoires de dos légendaires, trois pioches doubles rare...). Ce qui en fait le **plus important pack jamais proposé par Epic Games**. Un concept qui devrait séduire les fans qui réagissent très bien à ces packs (cf. MM261). Ce qui assure des revenus énormes à Epic Games (3,5 milliards de chiffre d'affaires l'année dernière) qui peut s'appuyer sur une base de 250 millions de joueurs dans le monde. Et ce d'autant plus avec le coup d'éclat de la « fin » de Fortnite le 13 octobre. Il faut noter que les joueurs pourront également



acheter et télécharger le pack Feu Obscur Fortnite en version numérique.

PLUS DE NOUVEAUTÉS



Gear 5

Développeur : The Coalition
Distributeur : Microsoft
Plateforme : Xbox One et PC
Date de sortie : 10 septembre



Doom Eternal

Développeur : Id Software
Distributeur : Bethesda
Plateforme : PC, PS4, Switch et Xbox One
Date de sortie : 22 novembre



Borderlands 3

Développeur : Gearbox Software
Distributeur : Take Two
Plateforme : PC, PS4 et Xbox One
Date de sortie : 13 septembre



Close to the Sun

Développeur : Storm in a Teacup
Distributeur : Just For Games
Plateforme : PC, PS4, Switch et Xbox One
Date de sortie : 31 octobre

XG270QG et XG270

Nouveaux moniteurs gaming 27" 1ms
à découvrir à la Paris Game Week 2019



Pensés pour le jeu.
Conçus pour en faire plus.

Avec la technologie d'éclairage RVB qui se synchronise avec le reste de votre setup, les moniteurs gaming ViewSonic ELITE vous permettent de vous immerger pleinement dans le jeu. Rivalisez en couleur avec le XG270, offrez-vous des visuels ultra-fluides et des performances de niveau esport grâce à son taux de rafraîchissement de 144Hz et 1ms de temps de réponse. Ou bien aventurez-vous au-delà des frontières avec le XG270QG et sa résolution QHD, et son taux de rafraîchissement de 240Hz.

Découvrez notre gamme complète de moniteurs gaming 144Hz et plus





UNE FNAC GRAND FORMAT POUR LA PGW



La Fnac, désormais Boutique officielle de la PGW, voit les choses en grand. Pour cette édition 2019, la surface a en effet été multipliée par trois, avec une nouvelle scène et de nouveaux espaces de démonstrations qui font la part belle au PC Gaming. Explications avec **Sébastien Martinez, nouveau directeur du Hardware Fnac Darty**.

Quelles seront les nouveautés pour cette édition 2019 de la Paris Games Week ?

La première des nouveautés est que la Fnac devient la boutique officielle du salon. Désormais, nous sommes encore plus étroitement associés à cet événement majeur du jeu vidéo en France. Plus concrètement, nous allons renforcer notre présence sur ce salon en triplant la surface de notre stand (450 m² vs 150 m² en 2018) pour proposer un grand magasin éphémère Fnac regroupant tout l'univers du jeu vidéo. Pour cela, deux nouveaux espaces ont été ajoutés à notre traditionnel comptoir qui nous permettait jusqu'alors de vendre en direct aux visiteurs du salon tous les derniers jeux vidéo, consoles et autres PC gaming.

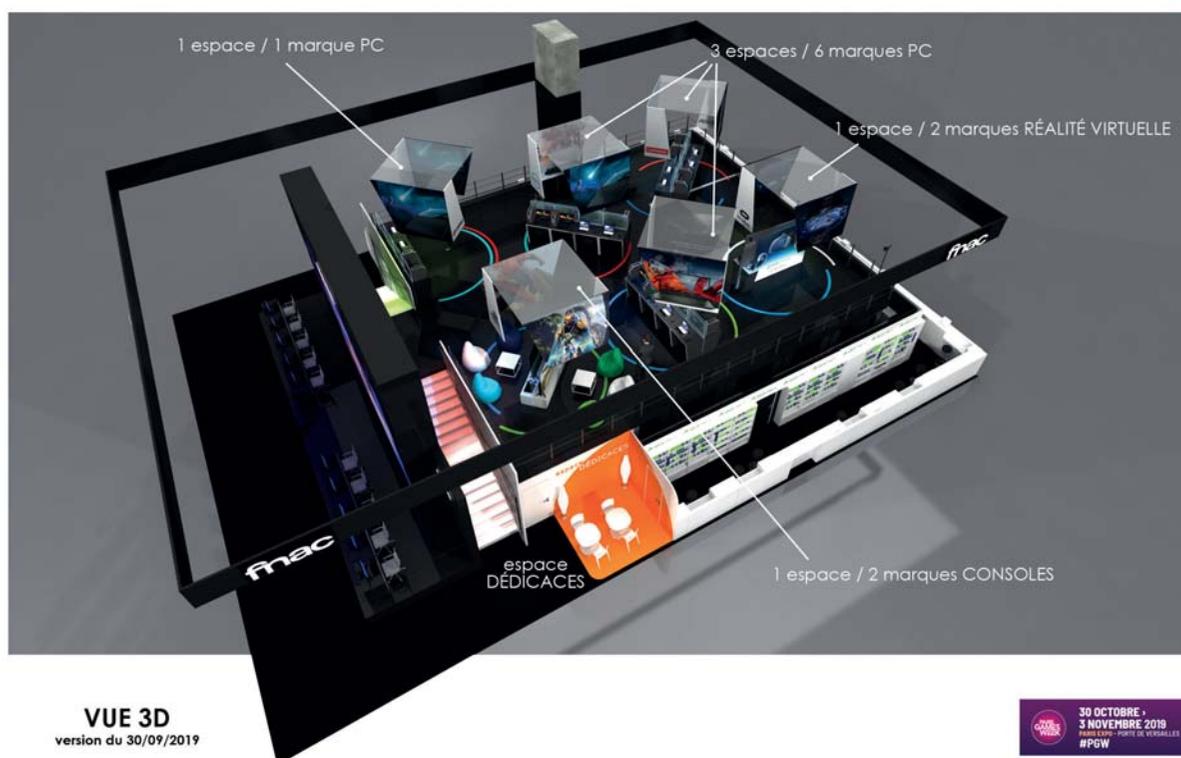
De quelle façon allez-vous renforcer votre présence ?

Nous allons installer sur notre stand un large dispositif comprenant une grande scène de 15 mètres avec un écran XXL de 8 mètres, où nous accueillerons de

nombreux streamers, youtubers et autres joueurs star du esport tout au long du salon. Le public va également pouvoir les rencontrer dans des séances de dédicace, comme cela se fait dans nos magasins avec un artiste ou un écrivain. Cela permet de créer plus d'interactions avec le public qui vient sur ce salon voir les meilleures équipes pro de jeu vidéo (Gotaga & Team Mane, Dan Dan joueur de l'équipe des Misfits, AS Monaco Esports, Usmakabyle et Lofty, Wisetug, etc.) ainsi que les streamers et autres youtubers comme KennyStream, Lock134r, etc.. qu'ils suivent chaque jour online. C'est pour eux un grand moment auquel nous souhaitons être associés. Enfin, nous allons organiser également les demi-finales et finale des tournois Rocket League et Fortnite, dont les premières étapes se déroulent online, grâce à une installation de deux fois 5 postes sur notre grande scène. L'un des points forts de la PGW sera le moment où nous ferons gagner des places pour la finale mondiale de LOL qui se déroulera pour la première fois en France à l'Accor Hotels Arena, le 10 novembre prochain, et qui est évidemment déjà « Sold out » ainsi que du cash price pour les équipes vainqueurs.

Quel est l'autre espace qui complètera le stand Fnac ?

Nous aurons sur notre stand, une grande mezzanine de 170 m² qui sera une zone d'expérience avec une dizaine d'espaces d'expérience dédiés aux grandes marques des consoles (Microsoft et Nintendo), mais aussi du PC Gaming HP Omen, Asus ROG, Alienware, Predator, MSI, Lenovo Legion, Millenium... avec



VUE 3D
version du 30/09/2019

quatre configurations par marque, afin de proposer aux visiteurs une offre très large. Les visiteurs pourront ainsi jouer en direct en conditions réelles sur ces différentes machines à Fortnite, Apex, LOL, Final Fantasy, Borderlands 3,... Des animateurs viendront aider les visiteurs pour créer une véritable interaction sur notre stand tout au long des 5 jours du salon. Deux zones seront dédiées plus particulièrement à la VR avec l'Oculus Quest et le HTC Vive Cosmos. De cette façon, le visiteur pourra se faire un véritable avis sur ces différentes machines, comme il peut le faire dans un magasin Fnac. A noter que ces espaces d'expériences sur la PGW s'inscrivent dans la continuité des nouveaux corners HP Omen et Alienware que nous avons déployés dans les magasins Fnac St-Lazare et Ternes pour améliorer encore la qualité de l'expérience gaming en magasin. Nous avons à cette occasion entamée une réflexion d'ensemble sur le merchandising, les produits et l'expérience proposée pour que celle-ci colle parfaitement au code du gaming. D'autres marques gaming vont d'ailleurs également déployer d'autres corners dans d'autres magasins Fnac dans les prochains mois.

Quelles seront les nouveautés sur le comptoir de vente Fnac ?

Cet espace de vente sera encore optimisé cette année, en intégrant toujours plus de produits de l'univers du jeu vidéo et notamment autour des produits dérivés de l'univers Geek. En élargissant notre offre et en augmentant la surface, nous proposons une offre similaire à celle que l'on peut retrouver dans un magasin Fnac Classique. Nous allons renforcer la présence du PC Gaming qui a été intégré depuis deux ou trois ans avec de nombreux accessoires (moniteurs, casques, souris, clavier, etc.) avec plus d'une centaine

de références en PC disponibles à la commande et une partie stock sur place. Mais surtout, nous proposerons en exclusivité avec la société Funko, des modèles de figurines Pop uniques sur le salon, à l'image de ce que nous avons réalisé lors de la dernière édition de la Japan Expo. Une mécanique et un évènement où nous avons rencontré un succès record. Ce type d'offre

correspond clairement aux attentes du public. Nous proposerons également des produits dérivés de jeux comme le Monopoly, édition spéciale Mario Kart ou Fortnite, et même de jouets liés à l'univers des licences geek. En résumé, les visiteurs retrouveront l'ensemble de l'écosystème du jeu vidéo sur notre stand de la PGW.

Aurez-vous des offres spéciales sur le salon ?

Oui, c'est un évènement à part qu'il faut traiter comme tel. Il convient donc de proposer un certain nombre d'offres spéciales uniques sur la PGW. Nous aurons par exemple une offre de remise de 20 % et même jusqu'à 30 % sur les PC Gaming, jeux et consoles pour une prise de commande ou achat sur le salon (tous les produits ne seront pas en stock) avec une livraison à domicile gratuite par la suite. Nous allons également offrir la carte adhérent et nous ferons bénéficier nos clients d'un crédit gratuit durant cet évènement. A noter enfin que la PGW sera prolongée en magasin à travers toute une série d'opérations et d'offres spéciales, avec par exemple des retransmissions de la scène en grand écran dans nos rayons jeu vidéo. De cette façon, nous augmentons encore l'audience et l'impact d'un tel évènement et de notre engagement auprès de la communauté des gamers. Une façon de plus de conforter le positionnement de leader sur le PC gaming du groupe Fnac Darty. ■

“
Cette année, la Fnac va tripler la taille de son stand sur la PGW avec une nouvelle grande scène et une nouvelle zone d'expérience du gaming
”



BOULANGER, NOUVEAU SPONSOR OFFICIEL DE L'ESL



Preuve de son engagement dans le domaine de l'esport, l'enseigne Boulanger devient le nouveau partenaire officiel de l'ESL pour le championnat national pour les saisons « Winter 2019 » et « Summer 2020 ». Une démarche qui démontre tout l'intérêt pour l'enseigne de s'associer avec l'esport afin de renforcer sa stratégie gaming.

Historiquement, l'enseigne Boulanger a su travailler très tôt sur le segment du gaming en créant notamment les premiers linéaires dédiés au PC gaming, bien avant ses concurrents. Traditionnellement, Boulanger a organisé de nombreux tournois à l'image du dernier en date autour de la sortie de FIFA 20. Afin de conforter cet avantage, Boulanger a souhaité renforcer son engagement sur le secteur de l'esport. L'enseigne est, par exemple, partenaire officiel de l'équipe esport du LOSC de Lille.

BOULANGER PARTENAIRE DU GAMING

Ce nouveau partenariat qui fait de Boulanger le partenaire officiel de l'ESL pour le championnat national pour les saisons « Winter 2019 » et « Summer 2020 » représente une étape importante. Le Championnat National ESL est en effet une compétition française esport qui fait référence depuis 15 ans. « Ce partenariat avec ESL, un acteur mondial du esport, vient nourrir notre ambition de créer une large communauté de gamers de tous les âges et de tous les niveaux », explique Claire Verbrugge, Directrice marketing chez Boulanger.

« Saison après saison, le Championnat National ESL continue de croître avec l'introduction cette année de deux nouveaux jeux avec

des communautés très actives », indique Olivier Debout, chef de Produit ESL France. « Nous avons à cœur de faire émerger les talents de demain sur d'autres jeux comme nous avons réussi à le faire sur CS : GO avec des joueurs comme Zywoo ou Jackz. Ces talents qui ont réussi à procurer tant d'émotions au public français lors des Finales de la Pro League (OES) ou à l'ESL One Cologne. Nous sommes particulièrement fiers de compter Boulanger comme partenaire officiel pour les deux prochaines saisons ». Plus concrètement, ce partenariat se matérialisera au travers d'une importante visibilité en ligne à l'occasion des diffusions online et lors des finales, ainsi qu'à travers les relais sur les réseaux sociaux, des jeux concours avec par exemple des places à gagner pour l'ESL One Hambourg.

Sur le terrain, l'enseigne Boulanger qui compte 164 magasins, va continuer d'aller à la rencontre des joueurs à travers les tournées organisées par les marques constructeurs comme Acer Predator, qui a fait venir l'équipe Solary sur les points de vente en décembre dernier, ou Asus ROG, qui organise actuellement une grande tournée, le ROG Truck Tour, avec son camion américain XXL qui permet de présenter les dernières nouveautés ROG dans les meilleures conditions dans une douzaine de Boulanger et à la PGW du 4 octobre au 5 janvier prochain. ■

LE CHAMPIONNAT NATIONAL ESL FRANCE EN CHIFFRES :



- 23 saisons de Championnat
- Plus de 300 000 euros de Cash-prize distribués
- Plus de 100 champions couronnés sur une dizaine de jeux
- Plus de 500 000 heures consommées en esport



TRUST
GAMING

#BUILDINGCHAMPIONS

CHAMPIONS
ARE NOT BORN
THEY ARE **BUILT.**



PARIS
GAMES
WEEK

TRUST GAMING, PARTENAIRE DE LA PARIS GAMES WEEK 2019.
RETROUVEZ-NOUS SUR NOTRE
STAND B 024 DANS LE **HALL 3**

DES PC PORTABLE TOUJOURS PLUS PUISSANTS ET FINS

Le PC portable Gaming ne cesse de gagner en puissance dans des châssis toujours plus fins et esthétiques. Un segment stratégique pour les constructeurs. Sélection.

ACER PREDATOR HELIOS 300, LE MEILLEUR RAPPORT QUALITÉ / PRIX

Le châssis du Predator Helios 300 a été revu et corrigé pour accueillir la dernière-née des cartes graphique de Nvidia, la RTX2060, pour offrir ainsi un maximum de puissance au gamer. **L'Helios 300 présente l'un des meilleurs rapports qualité / prix du marché.** En outre son clavier rétro-éclairé RGB 4 zones lui donne son look gamer définitif. Côté technique, l'Helios 300 intègre un système de refroidissement baptisé AeroBlade 3D qui, couplé à l'application Acer Predator Sense, permet d'ajuster la vitesse des ventilateurs et la fréquence des différents processeurs (CPU et GPU) pour des performances haut de gamme

ACER PREDATOR HELIOS 300 (réf. PH317-53-79N6)

- **Ecran** : 17,3 pouces 144 Hz
- **Processeur** : Intel Core i7 - 9750H
- **Mémoire** : 16 Go
- **Poids** : 2,93 kg
- **Stockage** 1 To de SSD + 1 To HDD
- **Carte graphique** : Geforce GTX Série 10
- **Prix** : 1 799 euros



ASUS ROG ZEPHYRUS, UN NOUVEAU LOOK POUR LE GAMING

Avec son nouveau coloris baptisé Glacier Blue, la marque renouvelle l'apparence visuelle du PC gaming pour plaire à une cible plus large de joueurs, streamers et créateurs de contenus susceptibles d'utiliser ces machines performantes et polyvalentes. Dans le détail, sont concernés quatre modèles : les RoG Zephyrus et ROG Strix en 15 et 17 pouces disponibles à partir d'octobre. A noter que ces modèles intègrent les pilotes NVIDIA Creator Ready qui améliorent les performances des logiciels des créateurs tels qu'Adobe Creative suite, Cinema 4D et Unreal Engine. En résumé, animateurs 3D, concepteurs de jeu et vidéastes ont la possibilité d'être plus productifs, tout en jouant dans les meilleures conditions.

ASUS ROG Zephyrus M (réf GU502)

- **Ecran** : 15,6 pouces (240Hz)
- **Processeur** : Intel Core i7-9750H
- **Mémoire** : n.c
- **Poids** : 2,89 kg
- **Stockage** : 256 ou 512 SSD
- **Carte graphique** : Geforce GTX 1660Ti
- **Prix** : 1 799 euros





HP PAVILION, GAMING 15 POUCES POUR JOUER ET TRAVAILLER

Le dernier-né de la gamme gaming de HP est le Pavilion Gaming 15. Il s'agit en outre du premier ordinateur portable de gaming HP intégrant le processeur AMD Ryzen 7. Il bénéficie de la carte graphique GTX 1660Ti et d'un écran Full HD à bords fin et dalle matte. Les deux ventilateurs, la large grille de ventilation à l'arrière et les entrées d'air optimisent la circulation de l'air pour maintenir la bonne température en cas d'utilisation prolongée et ainsi jouer et travailler dans les meilleures conditions.

HP Pavilion Gaming 15 (réf. 15-dk0030nf)

- Ecran : 15,6 pouces Full HD (60Hz) ■ Processeur : Intel Core i5-9300H
- Mémoire : 8 Go ■ Poids : 2,28 kg
- Stockage : 128 SSD + 1 To HDD ■ Carte graphique : Geforce GTX 1660Ti
- Prix : 1 099 euros



MSI GT76, LE PLUS PUISSANT DES TITANS

Disponible depuis la fin août en France, le GT76 Titan est le dernier représentant de la gamme GT, le segment haut de gamme nomade de MSI. Ce notebook hyper-puissant possède des composants de haute performance pour un PC portable gaming comme le processeur i9-9900K overclockable jusqu'à 5 GHz. Ce nouveau flagship renouvelle la gamme avec un nouveau châssis plus compact et plus solide ainsi qu'un écran plus grand. Il bénéficie en outre d'un nouveau système de refroidissement Cooler Boost Titan. Enfin, il intègre également un clavier SteelSeries avec rétroéclairage RGB.

MSI GT76 TITAN 9SX

- Ecran : 17,3 pouces Full HD (144 Hz) ■ Processeur : Intel Core i9-9900K
- Mémoire : 32 Go ■ Poids : 4,5 kg
- Stockage : 1 To SSD + 1 To HDD
- Carte graphique : Geforce RTX 2070
- Prix : 3 799 euros



LENOVO LEGION Y540, UN BON RAPPORT QUALITÉ / PRIX

Le Lenovo Legion Y540 propose l'un des meilleurs rapports qualité prix du marché.

De plus, la sobriété et l'élégance de son design tranche avec l'incontournable rouge et noir qui semblait définir la catégorie gaming jusqu'à présent. Avec son aspect noir matte, son écran à bord fin et son clavier rétroéclairé blanc, il peut plus facilement passer pour un PC « mainstream » qui répond aux attentes d'un étudiant ou d'un jeune salarié. Techniquement ce châssis, lancé en 2018, a été revu et corrigé pour intégrer les nouvelles cartes graphiques Nvidia.

LENOVO LEGION Y540 (réf 81SY0038FR)

- Ecran : 15,6 pouces (144Hz) ■ Processeur : Intel Core i5-9300H
- Mémoire : 8 Go ■ Stockage : 128 SSD + 1To de HDD
- Carte graphique : Geforce GTX GTX 1650
- Poids : 2,3 kg
- Prix : 1 099 euros





ACER, UNE NOUVELLE PLANÈTE DÉDIÉE AUX GAMERS

A l'occasion de l'IFA, Acer a dévoilé une nouvelle plateforme dédiée aux joueurs. Une démarche qui marque une étape importante pour le groupe taiwanais dans son investissement dans l'univers du gaming et de l'esport. Explications avec **Karim Ouahioune, directeur marketing et communication d'Acer France.**

Pouvez-vous nous présenter Planet9 ?

Cette nouvelle plateforme, dédiée aux joueurs, permet au groupe Acer de s'affranchir des limites du hardware. Avec le déploiement au niveau mondial de Planet9, nous proposons une nouvelle expérience à l'ensemble des joueurs du monde entier. Concrètement, cette plateforme regroupe l'ensemble de l'activité d'un joueur : son profil, son activité avec ses statistiques, une analyse de ses points forts et axes d'amélioration, mais également du coaching sur mesure, la composition d'équipes et l'organisation de tournois (proposés au joueur en fonction de son profil) pour l'aider à progresser dans sa pratique. C'est la première fois qu'une plateforme unique réunit l'ensemble de ces éléments. Les premiers jeux à intégrer la plateforme sont League of Legends, DOTA et PUBG. D'autres jeux viendront ensuite au fur et à mesure. Planet9 a été déployée d'abord en bêta fermée en septembre et sera en bêta ouverte dès janvier 2020.

Quels sont vos objectifs à travers cette initiative ?

Cela nous permet d'aller plus loin dans notre approche de l'univers du gaming et de l'esport. Avec Planet9, nous franchissons un cap pour aller au-delà de l'univers du hardware. Désormais, nous nous positionnons au cœur de l'activité du gaming et de l'esport pour être aux côtés des joueurs. A noter que Planet9 n'est pas réservée aux seuls clients d'Acer, elle s'adresse à l'ensemble des gamers. Pour faire connaître cette initiative, nous communiquerons sur les réseaux sociaux et nous allons très rapidement utiliser ces fonctionnalités pour organiser des tournois avec nos différents partenaires. Nous sommes encore dans la phase de mise en place, mais c'est un pari particulièrement enthousiasmant pour la suite. Un projet passionnant.

Où en êtes-vous de votre partenariat avec la Web TV Solary ?

Ce partenariat est plus important que jamais pour notre groupe. La Web TV Solary est en effet la première WebTV en France en termes d'audience. L'impact sur la communauté des joueurs de League of Legend, Fortnite et Hearthstone est donc très important. C'est l'occasion pour la marque Predator de se faire connaître auprès d'un large public et notamment les plus jeunes. Un partenariat a vu le jour avec FranceTV autour de l'émission, le parcours, avec une déclinaison online sur Fortnite, mise en œuvre par Solary. Les joueurs seront invités à effectuer un parcours sur Fortnite, le



Stand Predator à la PGW 18

plus rapide étant récompensé. Cependant, nous n'oublions pas les joueurs les plus hardcore puisque nous sommes toujours partenaires de O'gaming TV qui regroupe notamment la communauté des joueurs de Starcraft 2, jeu de référence s'il en est. Notre ambassadrice Kayane nous représente auprès des fans de jeux de combat. Nous travaillons également avec plusieurs youtubers pour coller à l'actualité du gaming. Cela nous assure un maillage assez étroit en France. A noter que nous sommes également partenaires au niveau monde d'Ubisoft sur Rainbow 6, et surtout des Intel Extreme Masters sur CS : GO jusqu'en 2022.

Quel est votre programme pour la Paris Games Week ?

C'est pour Acer un événement particulièrement important. Cette année, nous aurons une plus grande scène et le programme sera chargé avec des tournois non-stop : sur Fortnite le matin, sur LOL avec du Teamfights Tactics en présence des joueurs des différentes équipes de la WebTV Solary. Nous allons également organiser une première mondiale avec un tournoi autour de Final Fantasy 14. Ce projet a été mené en étroite collaboration avec Square Enix. Plusieurs équipes seront présentes physiquement sur place pour le 1^{er} tournoi de ce type sur ce titre. Précisons qu'au-delà des 300 000 visiteurs de la PGW, les retransmissions sur la webTV de Solary nous ont permis de toucher plus de 3 millions de personnes l'an dernier. L'impact attendu d'un tel événement est donc particulièrement important pour nous. ■



RASSEMBLEZ VOS FORCES



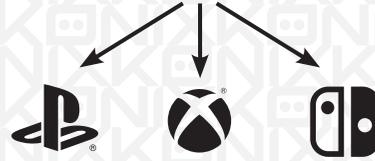
TOUS LES ACCESSOIRES GAMING AU MEILLEUR PRIX

Univers PC

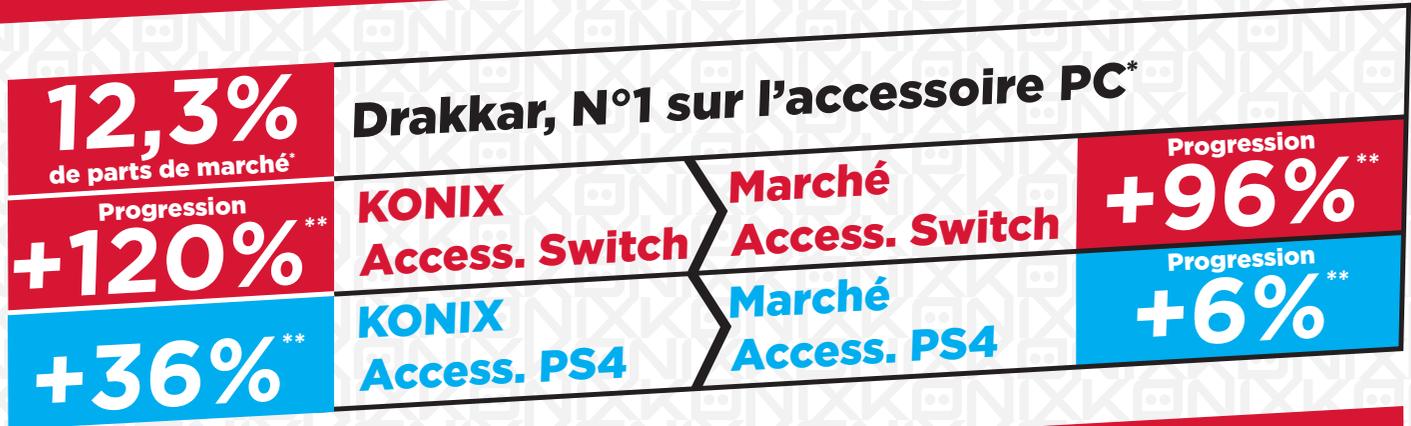


Univers Consoles

MYTHICS®



LES CHIFFRES PARLENT D'EUX-MÊMES



KONIX TRUSTE LE PODIUM DES MEILLEURES VENTES D'ACCESSOIRES PC***



N°1
SUR LE
CASQUE PS4***

N°1
DES ACCESS. PS4
HORS
CONSTRUCTEUR***!



N°1
DES HOUSES
SWITCH
SORTIES EN 2019

(EN SEULEMENT
2 MOIS DE VENTE*!)



NOUVEAUTÉS DE FIN D'ANNÉE

DRAKKAR PRIME : Nouvelle gamme d'accessoires Premium pour les joueurs PC les plus exigeants, au meilleur prix (toujours !)



KONIX, acteur de la démocratisation du gaming
Konix développe son offre de Gamers Packs : une offre complète et accessible à tous !



KONIX, partenaire de grandes licences



KONIX, à votre écoute !

Notre équipe commerciale est à votre disposition :
01.48.10.55.55

Venez nous voir sur notre stand

#PGW

30 OCT 2019
03 NOV PARIS EXPO
PORTE DE VERSAILLES

(Hall 1 Allée H - 005)



OMEN S'AFFICHE SOUS SES NOUVELLES COULEURS À LA PGW



En septembre 2016, HP a créé la marque Omen by HP dédiée au gaming. Depuis, celle-ci a su s'imposer auprès des gamers en un temps record. Retour sur une stratégie gagnante avec Roselyne Ludena, Directrice Commerciale Grand Public HP France.

Comment avez-vous fait pour faire connaître la marque Omen, ex-nihilo, auprès des gamers ?

Nous sommes effectivement partis d'une page blanche pour créer la marque Omen by HP conçue pour les gamers en septembre 2016. A cette date, HP fabriquait déjà des PC optimisés pour le jeu vidéo, mais n'avait pas d'offre dédiée, ni complète pour les gamers. Depuis, nous avons fait beaucoup de chemin et Omen est aujourd'hui devenue une nouvelle référence pour les gamers. Dès le départ, nous avons pensé Omen comme une marque à part entière de notre offre. Nous avons mis en place une stratégie dédiée et ciblée avec un plan d'actions spécifique, ce qui a permis d'identifier la marque et de la crédibiliser au fil des mois. La marque HP dispose en effet d'une réputation solide, fondée sur



Corner Omen by HP à la Fnac Saint-Lazare

des produits fiables et de qualité. Nous avons en parallèle lancé sur le marché une offre de matériels complète reprenant les codes du secteur, incluant PC portables, PC fixes, moniteurs ainsi qu'une gamme d'accessoires assortie.

Comment avez-vous fait pour gagner si rapidement en notoriété et convaincre les gamers d'adopter les produits Omen ?

Nous avons travaillé en étroite collaboration avec des équipes professionnelles de joueurs esport, tout en assurant une forte présence sur le terrain. Nous sommes ainsi allés à la rencontre des gamers sur les grands événements esport et gaming à travers le monde et en France. Selon les événements, nous étions, soit sponsor officiel, soit équipementier au travers de zones d'expérience, soit les deux à la fois. Ces grands événements esport où les meilleures équipes s'affrontent sont des tests grandeur nature qui nous ont permis de renforcer la crédibilité de nos produits. L'adoption des PC Omen par les meilleurs joueurs d'esport a conforté la légitimité déjà acquise auprès de la communauté des gamers, dynamique fondamentale à la performance de la marque Omen.

Quelle a été votre présence aux côtés des gamers en France ?

Nous assurons une forte présence sur les grands événements du esport internationaux et nationaux comme la Gamescom, la PGW et la Japan Expo, mais aussi à travers toute la France sur des événements plus régionaux et allons ainsi à la rencontre de tous les gamers. Nous sommes ainsi présents sur des événements comme la Gamers Assembly de Poitiers, le Toulouse Game Show, la Lyon e-sport, et d'autres encore, à Reims, Colmar, etc. Nous relayons toutes ces actions sur les réseaux sociaux et notamment sur les canaux de prédilection des gamers comme Twitter ou Twitch. Nous collaborons également avec des streamers et youtubeurs pour renforcer notre communication autour de la marque. Toutes ces actions ont eu un écho retentissant en France comme en Europe.



“
La PGW sera l'occasion de dévoiler la nouvelle identité visuelle de la marque Omen
 ”

Pour quelles raisons avez-vous créé ces zones d'expérience sur les événements ?

En créant ces zones d'expériences, l'objectif est de faire vivre aux visiteurs l'expérience du jeu vidéo sur nos PC. Cela a été un élément clé dans notre démarche dès le départ. Nous avons ensuite prolongé cette approche par la mise en place d'espaces dédiés en magasin, tel que le corner Omen à la Fnac St-Lazare (Cf. MM261).

Vous êtes même allé jusqu'à créer votre propre compétition baptisée Omen Challenge. Dans quel objectif ?

Oui, nous avons développé depuis plusieurs années notre propre format d'événement esport, le Omen Challenge, qui combine compétition et show. Lors de l'édition 2019 qui s'est tenue le 20 septembre dernier à Londres, 6 des meilleurs joueurs mondiaux de CS:GO et 2 amateurs recrutés par zonic se sont affrontés lors d'un tournoi 1V1. Pour l'occasion, une carte a été spécialement développée. Le tournoi était diffusé en live sur Twitch (avec un pic à plus de 107 000 vues en simultané). A noter que le joueur français NBK a terminé deuxième du Championnat.

Quelle sera votre présence sur la 10^e édition de la Paris Games Week ?

Notre stand sera situé dans le Hall e-sport (Hall 3) à proximité de la grande scène de l'ESWC, notre partenaire officiel. C'est sur cette scène que se dérouleront les phases finales des compétitions. Les espaces gaming associés seront équipés en PC, écrans et accessoires Omen. Nous proposerons également de nombreuses activités sur notre stand et accueillerons des joueurs professionnels, des streamers et des youtubeurs tels que Skyart, MoMan, Zaroide, Marlon, ou encore Marex. En outre, ce temps fort du gaming sera l'occasion de dévoiler la nouvelle identité visuelle de la marque Omen by HP. ■



Omen Challenge



MSI, PARTENAIRE HISTORIQUE DU ESPORT



MSI, qui a pour ADN le gaming, a toujours su s'appuyer sur le phénomène esport, d'abord en Asie et désormais en Europe. Pour continuer à maintenir ce lien privilégié avec les joueurs, MSI a continué d'investir dans l'esport.

MSI, partenaire du esport dès la première heure, a su se construire une solide réputation auprès des joueurs du monde entier sur la qualité de ces PC Gaming. Pour renforcer ce lien fort cette année encore, MSI, a soutenu la communauté des joueurs et la scène esport mondiale. En septembre, à New York, a eu lieu la grande finale de l'ESL One, une des compétitions reine du circuit esport, au sein de laquelle MSI a pris part avec la finale de la MGA (MSI Gaming Arena) couronnant les meilleurs joueurs mondiaux de CS : GO. La marque a également collaboré avec le média Discovery pour créer un documentaire de 50 minutes montrant toutes les coulisses de la compétition et le quotidien des joueurs pro, de leur préparation à la consécration.



Le nouvel ALPHA 15

MSI, PARTENAIRE DE LA SALTY SUMMER CUP

En France, MSI a continué à être présent pour l'esport en étant partenaire cet été de de la Salty Summer Cup, un tournoi Fortnite organisé par la MCES, rassemblant notamment les streameurs Doigby et Mushway, qui a enregistré jusqu'à 4 200 viewers en simultanée. La MCES Academy a développé un programme complet pour les joueurs d'esport qui comprend un réseau de centres d'entraînement alliant sport en plein air et esport. **Comme chaque année, MSI sera présent sur la PGW, dans le Hall 1 au stand J002, pour présenter ses nouveautés** et offrir la possibilité aux visiteurs de prendre en main des machines de dernière génération sur leurs jeux préférés.

MSI, DES INGÉNIEURS DÉDIÉS AU GAMING

Côté produits gaming, MSI a travaillé à l'intégration des nouvelles technologies de ses partenaires (RTX de Nvidia, nouveau processeurs de 10^e génération d'Intel) au sein de nouveaux châssis, en conservant son ADN gaming, tout en allant vers une sobriété de plus en plus demandée par des joueurs utilisant une même machine pour le travail et pour le jeu. Sur le marché, les PC portable gaming, grappillent toujours plus de terrain sur le segment, grâce notamment aux efforts des ingénieurs de MSI qui se concentrent sur l'allègement et la réduction de l'épaisseur des châssis, tout en développant les nouvelles technologies pour répondre au challenge de la ventilation et de la réduction du bruit, problématiques importantes dans la conception de ces nouveaux châssis (comme les GS75, GE75, etc.) MSI étant à l'écoute du marché, l'entreprise a également suivi de près l'évolution de AMD sur ce segment et a dévoilé, il y a peu, **le tout premier notebook au monde équipé entièrement AMD, avec une carte graphique RX 5500 gravé en 7nm et un processeur Ryzen de 3^e génération, baptisé Alpha 15. Ce modèle, arrivera en novembre sur le marché français (à partir de 999 euros)** et offrira une alternative au rapport qualité-prix très intéressant qui démontre la volonté de MSI de lier des partenariats avec les plus importants acteurs du marché. ■

TRITON®

KUNAI+

Stereo Gaming Headset



ARK 200

Wireless Gaming Headset



KUNAI Pro

Stereo Gaming Headset



WE ARE COMING BACK!



DE NOUVEAUX PROCESSEURS POUR LE GAMING

L'engagement d'Intel dans l'esport ne date pas d'hier. Intel ne cesse de travailler en étroite collaboration avec les joueurs professionnels afin d'améliorer ses processeurs. Son tournoi majeur, les Intel Extreme Master, sont l'un des rendez-vous phares du esport. Entretien avec **Mikael Moreau**, responsable de la communication d'Intel France.

De quand date l'engagement d'Intel dans l'esport ?

Historiquement, Intel est engagé depuis la première heure aux côtés des joueurs qui sont des utilisateurs exigeants à la recherche de ce qui se fait de mieux en termes de performance. Depuis plus de 15 ans, nous nous sommes engagés sur les plus grands événements d'esport dans le monde et notamment dans le cadre des Intel Extreme Masters qui sont une véritable référence pour les joueurs du monde entier. Notre engagement aux côtés de l'ESL remonte à 2006. Les Intel Extreme Masters reviendront du 26 février au 1^{er} mars 2020 pour la grande finale de Katowice avec un cashprize de 500 000 dollars pour CS : GO, un événement attendu par les gamers du monde entier. Pour mémoire, l'édition 2019 a accueilli plus de 170 000 visiteurs pour la finale. Cela représente plus de 230 millions de fans dans le monde qui suivent les finales en direct. A noter enfin que nous serons partenaires d'un grand tournoi d'esport à Tokyo en 2020 qui se déroulera un peu avant les Jeux Olympiques sur Street Fighter 5 et Rocket League afin de mieux faire connaître encore l'esport dans le monde entier.

Pour quelle raison l'esport est-il si important pour Intel ?

Les joueurs d'esport savent que la différence entre les tout meilleurs joueurs se fait sur des détails, notamment sur le nombre de FPS à la fin d'une partie de Fortnite lorsque tous les joueurs sont réunis sur une toute petite portion du terrain. Ce sont ces détails qui permettent une réactivité maximale pour viser la victoire. Ce sont donc les meilleurs testeurs de nos produits et de nos dernières innovations technologiques. En résumé, notre rôle est d'accompagner au plus près ces athlètes, car ce sont bien des athlètes, qui cherchent à assouvir leur passion.

Quelles sont les solutions proposées aux gamers aujourd'hui ?

Pour répondre aux attentes des gamers nous ne cessons d'innover en offrant une large gamme de solutions capables d'offrir les meilleures performances à différents types de joueurs. Pour les joueurs les plus exigeants, nous proposons dans la catégorie Desktop (PC fixe), l'Intel Core i9 9900K. Ce processeur qui intègre 8 cœurs et 16 threads est en effet capable d'atteindre 5 Ghz en mode turbo sur quelques cœurs en même temps. A noter que nous allons proposer une déclinaison encore plus performante avec une nouvelle édition limitée, l'Intel Core i9 9900KS,



capable d'atteindre 5 Ghz sur tous les cœurs en même temps, afin de délivrer le plus de performance possible. Cette nouveauté sera disponible fin octobre. Aujourd'hui, on constate que le 9900K répond à une vraie demande et se vend très bien. A noter que notre offre est large : l'Intel Core 7 9700k (avec 6 cœurs) propose par exemple l'un des meilleurs rapports qualité / prix du marché du PC Gaming. Notre objectif étant évidemment de proposer tous types de solutions quel que soit le budget des joueurs.

Quelle est votre offre sur le gaming nomade ?

Nous avons beaucoup investi dans ce domaine. L'Intel Core i9 9980HK représente ce qui se fait de mieux dans cette catégorie avec 8 cœurs (16 threads), 5 Ghz en mode turbo, et une enveloppe thermique maximale (TDP) de 45 watts. En résumé, ce processeur permet de proposer des machines ultra-performantes dans des formats plus légers et plus fins, autour de 2 kg. Une nouvelle catégorie qu'on appelle les « muscle book » (les PC portables musclés) et qui est très prometteuse.

Enfin, nous venons également de lancer nos nouveaux processeur de 10^e génération (nom de code Ice Lake) cet été avec un GPU intégré de 11^e génération qui propose des performances doublées par rapport à l'ancienne génération (à l'image de l'Intel Core i7 1065G7). Grâce à un TDP de 25 watts, ces processeurs permettent de créer des machines encore plus fines et performantes de 1 kg, capables de performance suffisante pour le casual gaming. Une offre qui permet encore d'élargir le cercle possible des joueurs au quotidien. A noter que 2020 sera une année particulière pour Intel puisque nous lancerons nos premières cartes graphiques sur le marché. ■



DONNEZ VIE À VOTRE CRÉATIVITÉ !

Avec le P100, un PC de bureau puissant, aux grandes capacités et l'écran PS341WU pensé pour les créateurs.



LES ÉCRANS S'AFFICHENT

Les écrans (TV et PC) font partie des segments qui connaissent le plus d'innovations technologiques actuellement : 8K, écran incurvé... Ce qui pousse les écrans dédiés au gaming à une course à la qualité qui pousse le marché vers le haut tant en termes de spécifications que de prix. Ce qui est loin d'être le cas dans toutes les catégories de l'IT. MultiMédia à la Une a sélectionné les modèles phares du moment



ACER

PREDATOR XN253QX

- Résolution : Full HD
- Taille de l'écran : 25 pouces
- Synchronisation : G-sync
- Taux de rafraîchissement : 240 Hz
- Temps de réponse : 1 ms (0,4 ms en G2G*)
- Prix : 499,99 euros
- Point fort : Design Zeroframe (sans bord)

* Technologie G2G : En mode overdrive, le temps de réponse est optimisé à 0,4 ms



HP

OMEN X 25

- Résolution : Full HD
- Taille de l'écran : 24,5 pouces
- Synchronisation : G-sync
- Taux de rafraîchissement : 240 Hz
- Temps de réponse : 1 ms
- Prix : 629,99 euros
- Point fort : Écran réglable avec bord ultra-fin



ZOWIE

XL2546 DIVINA

- Résolution : Full HD
- Taille de l'écran : 24,5 pouces
- Synchronisation : Native
- Taux de rafraîchissement : 240 Hz
- Temps de réponse : 1 ms
- Prix : 499 euros
- Point fort : Fluidité de l'expérience



VIEWSONIC

ELITE XG270QG

- Résolution : QHD
- Taille de l'écran : 27 pouces s
- Synchronisation : G-sync
- Taux de rafraîchissement : 144 Hz
- Temps de réponse : 1 ms
- Prix : n.c
- Point fort : Nouvelle dalle IPS Nano Colour et éclairage ambiant



IIYAMA

G-MASTER GB2760QSU-B1 RED EAGLE

- Résolution : WQHD
- Taille de l'écran : 27 pouces
- Synchronisation : Freesync
- Taux de rafraîchissement : 144 Hz
- Temps de réponse : 1 ms
- Prix : 365 euros
- Point fort : Fluidité de l'image



SAMSUNG

C27RG50FQU

- Résolution : Full HD
- Taille de l'écran : 27 pouces incurvé
- Synchronisation : G-Sync
- Taux de rafraîchissement : 240 Hz
- Temps de réponse : 4 ms
- Prix : 350 euros
- Point fort : Immersivité de l'expérience, sans bord



G-MASTER™

MONITORS 4 GAMERS

by *iiyama*

DÉBLOQUEZ VOTRE JEU



RED EAGLE™

GB2760QSU

1ms

144Hz

Free Sync



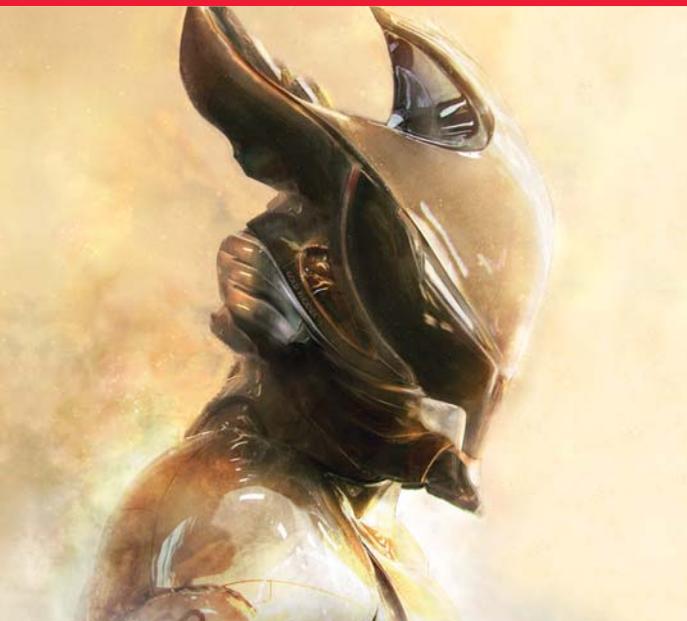
BLACK HAWK™

GB2730HSU

1ms



Free Sync



GOLD PHOENIX™

GB2888UHSU

4K



Free Sync



SILVER CROW™

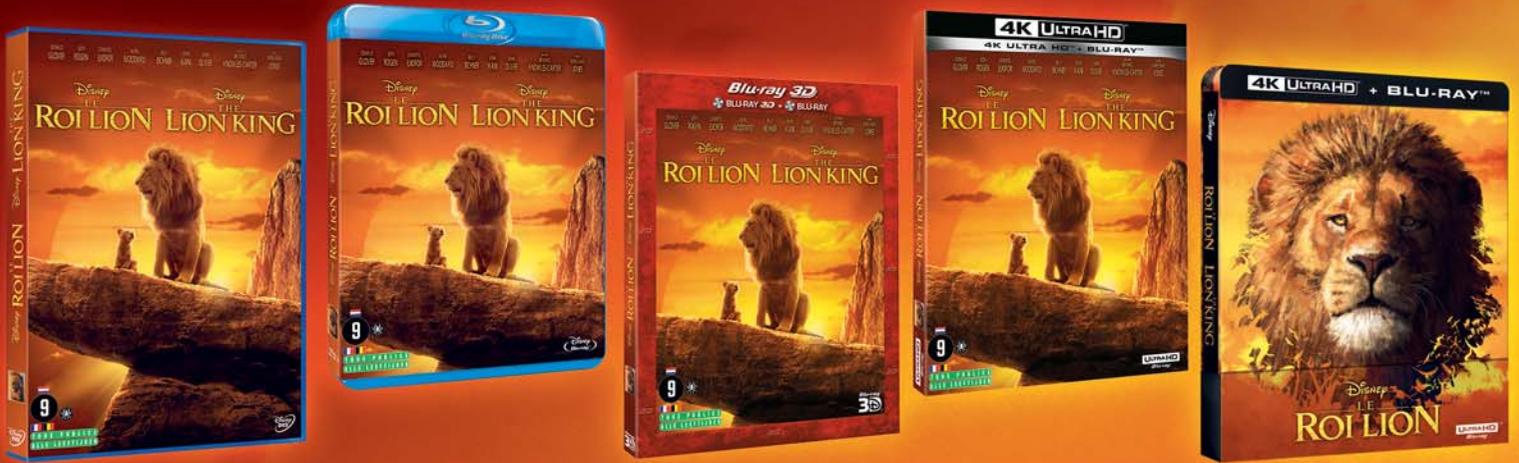
GB2730QSU

2560
x
1440

1ms

Free Sync

LA SORTIE INCONTOURNABLE DE L'ANNÉE !



Édition Steelbook 4K
limitée à 15 000 exemplaires

DATE DE SORTIE : 22 NOVEMBRE

UNE PRÉSENCE MASSIVE EN MAGASIN



LE 1^{ER} FILM DU BOX OFFICE 2019
AVEC 9 700 000 ENTRÉES CINÉMA !

« UNE RÉUSSITE EXTRAORDINAIRE » - LE POINT

« UN BIJOU VISUEL » - LCI

« LE ROI LION VA VOUS FAIRE RUGIR DE PLAISIR » - LE PARISIEN



Disney

LE
ROI LION



UNE SYMPHONIE DE CASQUES

Les casques gaming sont dans une situation assez particulière. Les résultats en volumes sont vraiment bons (+ 14 % en volume sur les premiers mois de l'année selon GfK), mais la question se pose sur la valeur (+ 7 %). En effet, plusieurs facteurs se conjuguent pour tirer les prix vers le bas (58 euros, soit - 6,4%) : une fin de cycle de console qui avait sur la génération précédente déjà été une période de baisse de prix, l'explosion des Battle Royale qui attirent le très grand public (cible qui mise plutôt sur les premiers prix), un faible niveau d'innovation technologique actuellement, un nombre phénoménal d'acteurs qui proposent des casques gaming... Résultat : les casques à moins de 45 euros représentent 50 % des ventes en France, contre 40 % il y a à peine 2 ans. La richesse de l'offre (et assez régulièrement son manque de clarté) peut aussi donner des cheveux blancs en termes de sélection à la fois pour la distribution et pour les consommateurs. Sélection (non exhaustive) des pépites issues des catalogues des grands acteurs du secteur.



ACER PREDATOR

GALEA 350

■ **Points forts** : Son surround virtuel 7.1 avec 3 modes (jeu / film / musique), micro antibruit rétractable, gestion du son simplifiée grâce au boîtier de commande audio intégré...

■ **Prix** : 109,90 euros



HP OMEN

MINDFRAME PRIME

■ **Points forts** : Technologie de refroidissement (Froscast) située dans les écouteurs, son surround 7.1, système anti-bruit pour protéger la voix du joueur des bruits ambiants et personnalisation des réglages du son via le Omen Audio Lab...

■ **Prix** : 199 euros



KONIX

BUKKEHORN - DRAKKAR PRIME

■ **Points forts** : Haut-parleurs de 50 mm de diamètre, effet sonore 7.1 avec vibrations, microphone omnidirectionnel, isolation des bruits extérieurs...

■ **Prix** : 59,99 euros



PDP

LVL50

■ **Points forts** : Écouteurs 50 mm, micro (flexible à réduction de bruit), licence PlayStation ou Xbox, construction légère, coussinets respirants, sans fil jusqu'à 20 mètres...

■ **Prix** : 79,99 euros



PIXMINDS

STEELPLAY HP71

■ **Points forts** : Son virtuel 7.1, haut-parleurs de 53 mm, double connectique Jack et USB, micro omnidirectionnel 6 mm, multi-plateformes...

■ **Prix** : 69,99 euros



POLY

PLANTRONICS RIG 700 HDX

■ **Points forts** : Son surround Windows Sonic, conception modulaire, ultra-léger, portée sans fil jusqu'à 10 m, écouteurs de 40 mm avec conception Bass Tube, écouteurs bi-matière isolants.

■ **Prix** : 129,99 euros



POWER A FUSION

■ **Points forts** : Écouteurs 50 mm, multi-plateformes, coussinets d'écouteur en mousse à mémoire de forme, micro détachable avec bras métallique flexible, réduction de bruits...

■ **Prix** : 49,99 euros



RAZER NARI ULTIMATE

■ **Points forts** : Technologie haptique intelligente, THX spatial audio, mousse à haute densité et similicuir moelleux, canaux dentelés cachés pour les lunettes, coussinets à gel refroidissant, audio sans fil 2,4 ghz...

■ **Prix** : 199 euros



STEELSERIES ARCTIS 1

■ **Points forts** : La même technologie que l'excellente version filaire, prix pour un casque de la marque, micro à élimination du bruit, multi-plateformes ...

■ **Prix** : 59,99 euros



SUBSONIC RETRO GAMING HEADSET

■ **Points forts** : Haut-parleurs de 40 mm, très léger (210 g), multi-plateformes, prix...

■ **Prix** : 19,99 euros



THE G-LAB KORP THALLIUM

■ **Points forts** : Casque fermé en 7.1, forme englobante, micro à réduction de bruit, coussins à mémoire de forme...

■ **Prix** : 59,99 euros



TRITTON ARK 200

■ **Points forts** : Sans fil (technologie 2,4 ghz), autonomie de 10 heures, 4 haut-parleurs en néodyme, éclairage RVB personnalisable...

■ **Prix** : 69,99 euros



TRUST GXT 414 ZAMAK

■ **Points forts** : Multi-plateformes, conception robuste avec des pièces métalliques et un câble tressé, confort, haut-parleurs de 53 mm...

■ **Prix** : 69,99 euros



TURTLE BEACH ELITE ATLAS AERO

■ **Points forts** : Logiciels Turtle Beach Control Studio et Waves NX, 12 mois gratuits sur Tidal Premium, écouteurs Nanoclear de 50 mm, coussinets flottants, technologie ProSpecs pour les porteurs de lunettes, batterie rechargeable de 30 heures...

■ **Prix** : 149,99 euros



LES SOURIS DANSENT

Les souris gaming sont encore et toujours un des segments les plus dynamiques du gaming PC. 3^e segment en France en valeur (derrière les casques et les écrans), 2^e en volume (derrière les casques), il continue à connaître des belles progressions (respectivement + 6 % et + 7,5 %) et à ne pas trop baisser en prix (44 euros, - 1,3 %) alors que tous les autres segments du PC gaming sont confrontés à une baisse notable et régulière des prix. Une belle performance globale intéressante pour un secteur où les bases installées sont très importantes et la concurrence exacerbée. L'enjeu pour le futur va être de maintenir un cercle vertueux en profitant de la montée en puissance du esports tout en gérant l'arrivée (prévisible et annoncée) à un palier de l'ensemble du matériel PC gaming. La complémentarité entre les marques les plus reconnues, les nouveaux entrants et le dynamisme notamment technologiques des marques qui visent traditionnellement le grand public laissent augurer un avenir serein.



ACER
SOURIS CESTUS 300

■ **Points forts** : souris filaire, 16 000 dpi avec 5 niveaux de sensibilité paramétrables. Inclus le logiciel Predator QuarterMaster pour personnaliser les macros des 7 boutons programmables et couleurs RVB.

■ **Prix** : 79,90 euros



HP
OMEN PHOTON

■ **Points forts** : Sans fil, accompagnée de son tapis de souris Omen Outpost qui permet de la recharger, 16 000 DPI, 11 boutons programmables, LED RVB, ambidextre...

■ **Prix** : 149,99 euros



KONIX
SOURIS FENRIR - DRAKKAR PRIME

■ **Points forts** : Deux panneaux comportant respectivement 9 et 3 boutons pour s'adapter à tous les types de jeux (MMORPG, FPS, MOBA, RTS...), cordon tressé, patins en téflon, software disponible pour la personnalisation...

■ **Prix** : 49,99 euros



LOGITECH
G604 LIGHTSPEED

■ **Point Fort**
Technologies sans fil Lightspeed et bluetooth, optimisation de la durée avec une seule pile (240 heures en mode de jeu sans fil haute performance et jusqu'à 5 mois et demi en Bluetooth en utilisation standard), capteur Hero 16K, 15 programmes pour s'adapter aux différents modes de jeu (Battle Royale, MMO, MOBA...)...

■ **Prix** : 99,99 euros



MAD CATZ RAT PRO X3

■ **Points forts** : Grande modularité (plus de 2 700 combinaisons physiques), capteur jusqu'à 16 000 DPI, 10 boutons, 3 LED RVB, molette utilisant la technologie optique et la capacité d'axe analogique, polling rate très élevé jusqu'à 3 000 hz...

■ **Prix** : 219,99 euros



STEELSERIES SENSEI TEN

■ **Points forts** : Nouveau capteur TrueMove Pr, 8 boutons, mémoire embarquée (pour enregistrer jusqu'à cinq réglages), ambidextre, 92 grammes, deux zones RGB, commutateurs mécaniques pouvant encaisser 60 millions de clics...

■ **Prix** : 79,99 euros



RAZER MAMBA HYPERFLUX

■ **Points forts** : Nouvelle technologie d'alimentation sans fil Razer HyperFlux, alimentation sans fil à partir du tapis de souris Razer Firefly HyperFlux inclus qui permet une alimentation « infinie », ultra-légère (96 g), capteur optique de 16 000 DPI 5G...

■ **Prix** : 229,99 euros



THE G-LAB KULT IRIDIUM

■ **Points forts** : Réactivité ajustable jusqu'à 4 000 DPI, un polling rate de 1 000 hz, une accélération jusqu'à 20G, bouton de réglage des DPI à la volée, forme ergonomique...

■ **Prix** : 19,99 euros



PIXMINDS LEXIP PU 94

■ **Points forts** : : Souris 360° fusionnant deux joysticks avec une technologie composée d'un axe rotatif interne et d'un joystick analogique, rétro-éclairage RVB configurable, patins en céramique, 12 000 DPI, 2 accéléromètres distincts...

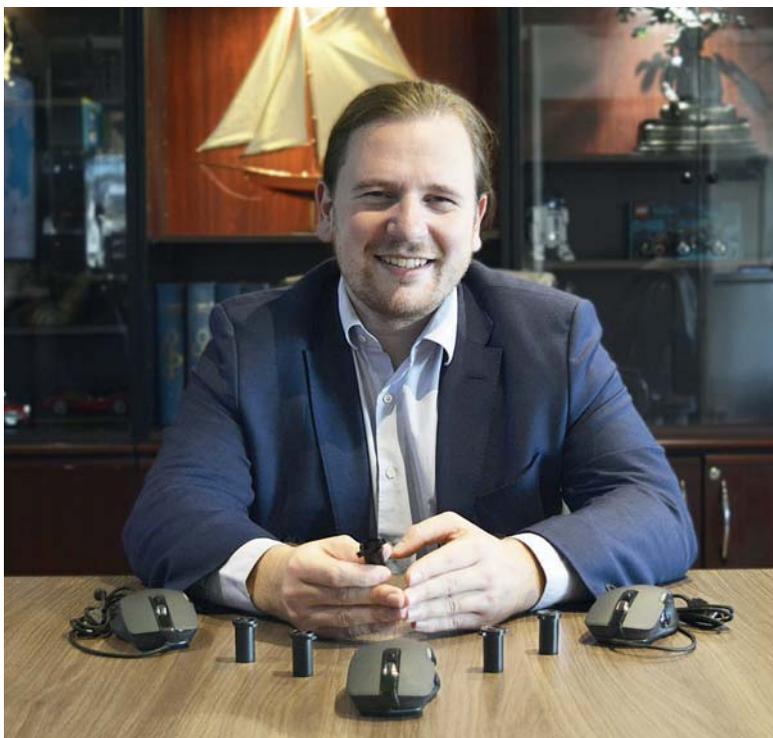
■ **Prix** : 129,99 euros



TRUST KUDOS

■ **Points forts** : Éclairage personnalisé RGB, capteur optique de haute précision pouvant atteindre 15 000 DPI, 7 boutons programmables, temps de réponse de 1 ms, taux de transfert USB réglable (125/250/500/1 000 hz)...

■ **Prix** : 59,99 euros



Pixminds a une approche basée sur un fort degré d'innovations. Il l'avait prouvé avec sa souris Lexip Pu94. **Hugo Loi, CPO Pixminds Innovation et product line manager Lexip, nous explique ses ambitions pour ses futures Np93.**

Lexip est une jeune marque française d'accessoires PC, où en êtes vous ?

Nous poursuivons notre plan de lancement, et nous entamons la phase 3 de celui-ci. La phase 1 avait pour but d'interpeller le marché avec une première souris haut de gamme, la Lexip Pu94, dotée d'innovations majeures. Avec 3 innovations comme l'intégration d'un pivot interne, l'ajout d'un joystick analogique au niveau du pouce et l'insertion de patins en céramique pour la glisse, le pari technologique a été réussi. Le nombre de récompenses tech et design attribuées à la Pu94 est même bien au delà de nos espérances (4 CES Innovation Award, 1 médaille d'or au Concours Lépine, 1 Prix BPI, 1 Janus de l'Institut Français du Design, 1 German Innovation et 1 German Design Award). Idem avec la campagne Kickstarter plaçant la Pu94 parmi les meilleures ventes d'accessoires PC. La phase 2 fut orientée « business development » avec notamment le référencement aux Etats-Unis des produits Lexip auprès de 2 500 magasins BestBuy et GameStop. Nous avons donc obtenu ce que nous visions : une relation directe avec nos premiers utilisateurs pour valider nos évolutions produits et nos prochains lancements.

Vous annoncez une nouvelle Lexip, la Np93 pour cette fin d'année. Comment se positionne-t-elle par rapport à la Pu94 ?

Tout à fait. Nous sommes ravis de pouvoir attaquer la 3^e phase de notre plan avec ce lancement. D'ailleurs ce n'est pas LA Lexip Np93 dont il faudra parler mais LES Lexip Np93. Il y en aura en effet 3. Contrairement à sa grande sœur, la Pu94 qui adresse aussi bien le marché du gaming que le marché professionnel de la création 3D, les Np93 sont 100 % dédiées au gaming et aux gamers. En effet, ces 3 souris ont été pensées pour répondre aux exigences des joueurs pour qui la performance est devenue le maître mot.

LEXIP, L'INNOVATION AU SERVICE DU GAMING

Qu'est ce qui différencie ces 3 souris Lexip Np93 de ses concurrentes sur le marché ?

Les 3 Np93 possèdent 2 de nos innovations majeures et brevetées : les patins en céramique pour garder une glisse incomparable et le joystick de pouce qui a été plébiscité depuis la Pu94. De plus, il sera possible de calibrer le lestage des souris selon ses besoins. Les différences seront principalement les suivantes : la Np93 à 49,99 euros possède 2 cartouches de poids et 1 capteur 12 000 DPI ; les Np93 à 79,99 euros et à 99,99 euros seront livrés avec 5 cartouches de poids interchangeables et intègrent le dernier capteur Pixart à 16 000 DPI. Celle à 99,99 euros sera qui plus est sans fil et chaque cartouche contiendra une pile de recharge pour ne pas risquer de perdre la moindre seconde d'une partie.

Quelles sont vos ambitions sur le marché ?

Nous verrons comment le marché réagit car c'est toujours lui qui détient la vérité. Néanmoins, nous souhaitons vraiment qu'une souris 100 % French Tech devienne l'une des meilleures souris gaming au monde. Chose importante, nous voulons maintenant rendre accessible nos innovations et notre technologie Lexip au plus grand nombre. Avec la Np93 à 49,99 euros, c'est la possibilité d'accéder à Lexip et à une top souris gaming pour le plus grand nombre.

Vous avez basé votre stratégie sur l'innovation produit, quelles sont les prochaines à venir chez Lexip ?

Nous sommes sur un marché qui va tellement vite qu'il faut non seulement toujours penser au coup d'après, mais bien se garder aussi de les communiquer trop tôt pour ne pas se faire copier. Certaines majors n'ont d'ailleurs pas hésité à annoncer des lancements s'appuyant sur des innovations dont nous sommes à l'origine. Mais nous nous attendions à cela et nous continuerons de surprendre le marché par notre créativité. Nous avons encore pleins d'idées et nous avons déjà plusieurs lancements sur les rails. C'est une vraie volonté de faire émerger une marque et l'excellence française sur le secteur. ■



CHALLENGE THE RULES WITH YOUR JOYSTICK MOUSE

NEPTUNIUM ALPHA

49,99€*

- Simplification des mouvements : **joystick de pouce**
- Glisse fluide : patins en céramique x6
- Personnalisation de votre gameplay : **12 macros** programmables
- Lestable grâce à **2 poids** différents
- Précision : capteur optique jusqu'à **12000 dpi**
- Cable USB tressé



NEPTUNIUM GAMMA

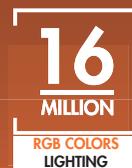
99,99€*

- Simplification des mouvements : **joystick de pouce**
- Glisse fluide : patins en céramique x6
- Personnalisation de votre gameplay : **12 macros** programmables
- Lestable grâce à **5 poids** différents
- Précision : capteur optique Pixart PMW3389 jusqu'à **16000 dpi**
- Souris sans fil

NEPTUNIUM PIXEL PERFECT

79,99€*

- Simplification des mouvements : **joystick de pouce**
- Glisse fluide : patins en céramique x6
- Personnalisation de votre gameplay : **12 macros** programmables
- Lestable grâce à **5 poids** différents
- Précision : capteur optique Pixart PMW3389 jusqu'à **16000 dpi**
- Cable USB tressé



*Prix de vente conseillé

©2019 Lexip. All rights reserved. "Lexip" and their logos are trademarks and/or registered trademarks of Pixminds SAS, and/or its affiliated companies. All other product names and images, trademarks or registered trademarks are properties of their respective owners.

THE G-LAB, A LA SCIENCE DU GAMING



Créé il y a 3 ans, The G-Lab a su prendre une vraie place dans le domaine de l'accessoire gaming. **Pascal Pibouleau, P-dg d'AXS (maison mère de The G-Lab), nous explique la stratégie de développement de cet acteur qui a le vent en poupe.**

Quelle est la philosophie de The G-Lab ?

The G-Lab, filiale (comme Bluestork) d'AXS, existe depuis mi-2016. Il nous a semblé important de répondre à un vrai besoin du marché. On avait en effet d'un côté des grandes marques hardware avec beaucoup de R&D et des références assez onéreuses et de l'autre plein d'accessoiristes avec des notoriétés faibles et des produits à la qualité hétérogène. Il manquait des acteurs avec un important niveau d'exigence, capables de répondre aux demandes de produits très technologiques de la part des ados qui arrivent de plus en plus nombreux sur le jeu compétitif, mais aussi aux contraintes d'un budget serré. Et nous connaissons une croissance avec certaines références qui dépassent les 200 000 exemplaires vendus.

Quelle est la cible des produits de The G-Lab ?

Nous voulons répondre aux besoins de tous les joueurs, du débutant au e-sportif semi-professionnel. Nous sommes très pertinents sur le premier équipement, celui de l'adolescent ou du joueur occasionnel qui cherche des produits qualitatifs, mais sans monter très haut dans les prix. Chez G-Lab, il n'y aura pas « tromperie sur la marchandise ». Ainsi, quand nous sortons un clavier mécanique à moins de 80 euros, il bénéficie de technologies pointues. Les enfants et les adolescents ont une bonne culture vidéoludique et une vraie connaissance du marché. Il s'avère donc fondamental de ne pas se « moquer d'eux » et de leur fournir des produits de qualité. Et ce d'autant plus qu'avec les réseaux sociaux, la réputation d'une marque se détruit très vite. La tendance est la même pour nos relations avec la distribution. Nous ne sommes pas des « pousseurs de

palettes », mais privilégions le long terme. Nous devons avoir une relation « propre » avec nos partenaires, en ayant par exemple le minimum de retours.

Pourquoi ce nom ?

Au moment de la création de The G-Lab, nous avons cherché à créer un univers de marque. Afin de ne pas effrayer le parent (qui souvent est celui qui achète concrètement nos produits) ou le gamer débutant, nous n'avons pas voulu nous inspirer d'univers violents mais avons plutôt mis sur l'aspect technologique en utilisant des noms à consonance scientifique : Iridium, Radium...

Quelles sont vos ambitions pour The G-Lab ?

Nous visons à moyen terme le triplement de notre chiffre d'affaires, qui se monte actuellement à 7 millions d'euros. Cela passe notamment par une augmentation de la part des produits créés en interne. Si, au début, comme beaucoup, nous sourcions nos produits en Asie, depuis cette année The G-Lab conçoit et développe dans son laboratoire européen de R&D et multiplie les projets, notamment dans les casques. Nous intégrons de plus en plus de hautes technologies dans nos gammes de périphériques (switchs de dernière génération pour les claviers et souris, chipsets 7.1 surround pour les casques...) afin de répondre aux exigences toujours plus fortes des consommateurs. Nous allons également nous développer à l'étranger en attaquant certains marchés européens (Allemagne, Pays-Bas...).

En termes marketing, quelles sont vos relations avec le monde de l'esport ?

Nous investissons quand nous trouvons de bonnes propositions. La marque sponsorise ainsi plusieurs équipes qui performant dans les différents LAN en Europe comme FireVoid ou NCBZ E-Sport. Nous sommes aussi fortement présents sur les réseaux sociaux avec des post réguliers. ■

MAD CATZ

BACK IN



THE GAME



R.A.T. AIR



R.A.T. PRO X3



S.T.R.I.K.E. 4

www.madcatz.com

STEELSERIES VEUT REVENIR EN FORCE

Dans un contexte hyperconcurrentiel, Steelseries, marque historique des accessoires gaming, veut revenir en haut des charts de ventes. **Nadia Touhami et Benoit Aveline, respectivement national sales manager France et ecommerce / marketing manager chez SteelSeries, nous explique la recette de la marque dans sa conquête de parts de marché.**

Quelles sont les ambitions de Steelseries ?

Steelseries est une marque historiquement reconnue par les sportifs professionnels et pour la grande qualité de ses produits. Steelseries mise depuis longtemps sur des accessoires avec des standards de qualité très élevés comme notre casque Apex Pro. Nous bénéficions en conséquence d'un excellent bouche-à-oreille. Steelseries cherche dorénavant, tout en gardant la qualité de ses produits, à lancer des références générant plus de volume de vente. Nous étendons notre gamme vers la console, le grand public (en attaquant par les prix) et en réattaquant par des nouveautés certains secteurs. Notre casque Arctis 1, qui arrive en version filaire à 59 euros, est un exemple de cette stratégie. De même, nous misons désormais sur une esthétique plus sobre et moins clivante. Cette stratégie de long terme devrait nous permettre de regagner des parts de marché et d'être plus compétitifs.



Quelles seront vos nouveautés ?

Nous maintenons notre importante gamme de souris avec une dizaine de références (39,99 à 129 euros). En termes de nouveautés, nous compterons sur la Rival 600 eSport Dota 2 (aux couleurs du Moba de Valve) ou une réédition de notre Sensei. Nous revenons en force sur le marché du clavier, 3 ans après notre départ de ce segment, avec 4 nouveaux produits haut de gamme : les Apex 7 et 7 TKL (189 et 159 euros) ainsi que les excellents Apex Pro et Pro TKL (229 et 209 euros). Nous proposerons de nombreux

tapis de souris (une dizaine de références) dont certains avec des effets lumineux (les QCK Prism Cloth) et d'autres en tissu micro-tissé (QCK Edge et Heavy)... Nous lançons enfin une manette pour PC, Android et VR, la Stratus Duo.

Où en êtes-vous sur les casques ?

L'Arctis 1 sera une de nos vedettes. Il sera compatible PC, PS4, Xbox et Switch. Il complète notre entrée de gamme avec une version filaire à 59 euros. Sa particularité réside dans son émetteur/récepteur sans fil qui se connecte via USB-C. Nous n'avons pas touché aux spécificités du Arctis 1 sans fil (119 euros), seuls les matériaux ont évolué. Nous lançons aussi l'Arctis 9X, casque gaming sans fil haut de gamme pour Xbox One (199 euros).

Steelseries a une longue histoire de partenariat avec l'esport. Où en êtes-vous dans le domaine ?

Depuis 2001, SteelSeries contribue au développement de l'esport et du gaming professionnel. Nous avons sponsorisé les premiers joueurs professionnels, créé des produits à l'attention des équipes professionnelles... Les relations que nous entretenons avec les équipes professionnelles ne se limitent donc pas à un simple parrainage. Il s'agit de véritables partenariats comme ceux avec Gotaga (dont nous avons par exemple soutenu le show à la Tour Eiffel en mai) ou avec l'équipe Fazeclan.. ■





LE SETUP IDÉAL PAR LENOVO LEGION

Lenovo a su étoffer sa gamme Legion, dédiée aux gamers, afin de proposer désormais un écosystème complet pour que le joueur puisse se composer un setup sur-mesure en fonction de son profil.



LENOVO LEGION T730 UNE TOUR PENSÉE POUR LE JEU

Le T730, d'un volume de 28 litres, apporte le style et la puissance qu'on exige aujourd'hui d'un PC gaming avec une grille retravaillée, un panneau supérieur transparent et un éclairage RVB, avec des performances graphiques extrêmement élevées qui permettront de s'immerger complètement dans les meilleurs jeux du moment.

- **Processeur** : Intel Core i7-9700K
- **Carte Graphique** : GeForce RTX 2070
- **Mémoire** : 16 Go
- **Stockage** : jusqu'à 256 Go SSD + 1 To de HDD
- **Poids** : 12 kg
- **Prix** : 2 209 euros*

(*Offre Cdiscount le 18/10 : inclus Call of Duty : Modern Warfare)

LA SOURIS LEGION M500

■ **Points forts** : souris ergonomique filaire (16 000 dpi) qui dispose de 7 boutons programmables, Poignées latérales texturées pour un meilleur contrôle et 3 zones de Led RVB. Le tout pour un petit prix compétitif.

- **Prix** : 59 euros

LE MONITEUR POUR CRÉATEUR-GAMER

LENOVO LEGION Y44W

- **Résolution** : 3840 x 1200
- **Taille de l'écran** : 43,4 pouces
- **Freesync 2**
- **Taux de rafraîchissement** : 144 Hz
- **Temps de réponse** : 4 ms
- **Prix** : 1 299 euros
- **Point fort** : Ecran incurvé (1800R) sans bord



LE MONITEUR ESPORT

LENOVO LEGION Y27

- **Résolution** : 2560 x 1440
- **Taille de l'écran** : 27 pouces
- **Synchronisation** : G-sync
- **Taux de rafraîchissement** : 240 Hz
- **Temps de réponse** : 3 ms (0,5 ms en mode overdrive)
- **Prix** : 999 euros
- **Point fort** : Enceinte audio Harman-Kardon détachable





LES SIÈGES GAMING ASSOIENT LEURS POSITIONS

Un écosystème s'est créé autour du mobilier gaming. Et les innovations tant techniques qu'esthétiques se multiplient dans ce secteur désormais foisonnant.



Le segment du mobilier gaming (sièges, sièges baquet et désormais bureaux ou tapis de sol) croît à toute vitesse. On en retrouve désormais à tous les prix, pour des utilisations ou des personnes très différentes (racing, siège ergonomique, zéro gravité, pour de forte corpulence...) et dans des enseignes de plus en plus nombreuses. Un marché où se

confrontent des acteurs internationaux reconnus et des structures françaises à la fois de plus en plus nombreuses et innovantes. Il s'avère aussi intéressant de constater que les acteurs du mobilier gaming s'attaquent désormais aux marchés du mobilier professionnel et de bureau. Ce qui a pour effet notamment la montée en puissance d'esthétiques beaucoup plus sobres. De l'autre côté du spectre de cible, cette entrée dans les mœurs de fauteuils que l'on ne retrouvait traditionnellement pas dans les foyers induit l'arrivée de sièges avec des licences afin de conquérir une cible plus grand public. De plus, **le secteur grandit avec de nouveaux « meubles » comme des bureaux ou des tapis de chaise** qui répondent aux besoins spécifiques des gamers. On peut donc innover dans ce secteur tant techniquement qu'esthétiquement comme le montre cette sélection. ■

SUBSONIC

DBZ - Dragon Ball Super Siège Gaming

Prix : 199 euros



TRUST

GXT 711 Dominus Gaming Desk

Prix : 179,99 euros.



ORAXEAT

GT 120 ALU

Prix : 359 euros



PLAYSEAT

Playseat F1 FIA

Prix : 1 199 euros



REKT

TEAM 8 Fluo

Prix : 299 euros



PIXMINDS / STEELPLAY

SGC02

Prix : 309 euros





PLAYSEAT SORT SES GRIFFES AVEC PUMA

Spécialiste des sièges de simulation de course, Playseat diversifie son offre tout en maintenant son souci de qualité. Roy Kerkhoff, directeur des ventes mondiales de Playseat, nous présente les innovations de Playseat pour cette fin d'année et en particulier le Puma x Playseat.

Comment se sont déroulés les derniers mois pour Playseat ?

Comme toujours chez Playseat, leader sur le marché des sièges de simulation de course, les derniers mois ont été extrêmement chargés. Au cours de cette période, nous avons soutenu des compétitions esport telles que la F1 Esports Series ou la finale de la série Le Mans Esports Series. Nous avons également participé activement à la campagne de lancement de Grid avec nos amis de Codemasters. Dans le même temps, nous avons annoncé un nouveau produit de jeu grand public en partenariat avec Puma, la marque mondiale de vêtements de sport.

Quelles sont vos grandes nouveautés pour la fin de 2019 ?

Le lancement du fauteuil de jeu Puma x Playseat sera sans doute notre événement de fin d'année. Il s'agit d'un produit qui révolutionnera la façon d'interagir avec les jeux, de regarder du sport, de surfer sur son téléphone ou sa tablette ou encore de se détendre devant Netflix. Le siège est conçu pour s'adapter et évoluer avec l'utilisateur lorsqu'il interagit avec son contenu. Travailler avec une marque aussi passionnante que Puma nous permet également de toucher un public complètement différent du siège de jeu traditionnel. De plus, ils nous ont beaucoup aidés lorsque nous avons examiné les tissus ou les moyens de finaliser le produit.



Comment innover dans le secteur des sièges de jeu ?

L'innovation est la clé de tout ce que nous faisons chez Playseat. Nous introduisons toujours de nouvelles fonctionnalités et des modifications qui aident à améliorer les produits. Par exemple, nous avons récemment introduit notre nouveau système breveté ForceLock dans les gammes Playseat F1 Pro et Sensation Pro. Ce qui permet à l'utilisateur une plus grande liberté pour ajuster sa position de conduite, la rendant beaucoup plus rapide et stable à utiliser. La chaise Puma x Playseat est bien sûr basée sur l'innovation. Elle est née d'un de nos designers qui regardait les gars du bureau jouer à des jeux pendant la pause déjeuner et constatait à quel point ils se déplaçaient à l'arrière pendant le jeu. Les sièges existants ne le permettent pas, il a donc proposé un nouveau design innovant qui pourrait fonctionner avec le joueur. Le Puma x Playseat se déplace avec l'utilisateur pour garantir d'être toujours soutenu et à l'aise en toutes circonstances. Nous pensons que cela va changer la donne.

Quels sont les relais de croissance futurs de Playseat ?

Le passage à un domaine plus vaste que le seul jeu vidéo est clairement important car il nous ouvre un immense éventail de possibilités. De plus, il s'agit davantage d'un meuble que d'une simple chaise gaming. Les gens le mettront donc dans leur salon. Nous continuerons à travailler avec de grands partenaires pour créer des produits innovants et l'esport est un aspect clé à cet égard. Nous avons déjà mis en place des plans exhaustifs pour le soutien de divers sports de course au début de 2020 et nous cherchons des moyens d'intégrer également le jeu plus large dans ce domaine. La course est dans notre ADN et continuera à être un élément essentiel de Playseat. Néanmoins, attaquer d'autres thématiques, en particulier celles liées au sport, sera de plus en plus important pour nous dans un proche avenir. Le Puma x Playseat est notre premier pas majeur sur ce marché. Nous avons également le Playseat L33T, un fauteuil de jeu plus traditionnel mais offrant un niveau de qualité et de confort inégalé. ■



Puma x Playseat



« REKT, PAR ET POUR LES GAMERS »

Le marché du mobilier gaming progresse vite. Dans ce contexte, des marques françaises se lancent avec des produits d'excellente facture. C'est le cas de Rekt. **Cécile Momy, responsable marketing et communication de Rekt**, nous explique les ambitions de cet acteur hexagonal innovant.

Comment se positionne Rekt dans le concurrentiel marché des sièges gaming ?

Nous nous positionnons tout d'abord comme un spécialiste du confort. Nous avons pour ambition d'offrir la meilleure qualité au même prix, voire moins cher que nos concurrents. Il nous a paru opportun de faire naître sur ce segment un acteur français car, au-delà des territoires américains ou asiatiques, nous aussi en France, nous savons créer de belles marques. Pour le moment, nous nous focalisons sur notre marché domestique où nous avons l'ambition de devenir l'une des références à moyen terme. Nous souhaitons construire une marque identitaire et communautaire, actrice de son marché et qui saura dignement représenter la qualité française.

Quels sont les principaux points forts de la marque ?

Nous proposons un rapport qualité/prix unique. Nous avons une idée fixe : la qualité associée au confort. Nous ne cessons jamais d'améliorer les spécificités de nos produits. Encore à ce jour, nos premières chaises GG1 et TEAM8, lancées en mars 2018, restent les chaises les mieux positionnées en termes de spécificités produit. Enfin, nous essayons de proposer des designs sobres et des finitions soignées. Nous nous efforçons d'innover dans le secteur le plus souvent possible, à travers des modèles inédits comme le Gamechill, notre fauteuil gaming de salon de type Zero Gravity, ou encore des offres attrayantes et rares pour le secteur comme la gamme RGo qui propose des sièges ergonomiques de grande qualité à un prix raisonnable. Nous avons également innové avec notre dernier lancement produit : la TEAM8 Fluo, première chaise gaming phosphorescente qui, après une exposition prolongée à la lumière, luit dans la pénombre, propice aux parties de jeux vidéo.

Tous nos produits sont issus de remontées de notre clientèle et ce à tous les niveaux, qu'ils soient grossistes, etailleurs, retailers ou clients finaux. Cela nous permet également de répondre à certaines demandes en quelques mois. Le fait d'être français et de ne s'intéresser qu'au marché domestique, nous permet aussi de nous focaliser sur notre clientèle et sur nos actions marketing mais aussi d'avoir un service client en France, disponible rapidement et aux bons horaires.



Comment se structure la gamme de Rekt ?

La gamme est assez simple à ce jour. Nos premiers prix (249 euros) BG1/BG1-S sont des sièges gaming disposant d'une armature totalement métallique, avec un design extrêmement sobre, contrairement à ce que l'on peut voir sur le marché. Ensuite, nous proposons les GG1 et les TEAM8 à 299 euros. La gamme GG1 propose les spécificités les plus abouties du marché, et un design là aussi très sobre, tout noir, parfait pour passer partout. La TEAM8 a les mêmes spécificités que la GG1 mais avec une esthétique plus racée Gaming, par ses couleurs notamment. Nous montons en gamme avec nos nouvelles Team8 Fluo, et la Rampage Comfort, modèle complètement hybride qui plaît tant aux gamers particuliers qu'aux entreprises. Par ailleurs, nous avons le fauteuil de salon Gamechill, une offre unique en son genre. Et pour finir, nous avons la gamme RGO : des sièges ergonomiques, avec 8 fonctionnalités d'adaptation de position, qui s'adressent aux gamers mais surtout aux sociétés.

Une diversification vers d'autres segments est-elle prévue ?

Nous allons arriver avec de nouveaux produits en 2020, nous resterons sur des produits pour le "confort de jeu".

Dans quels réseaux de distribution retrouve-t-on les produits Rekt ?

Nous sommes distribués chez LDLC, Matériel.net, dans certains magasins Fnac (et toute la gamme sur Fnac.com), Inmac Wstore, Amazon et via Ingram Micro. ■



LE MATÉRIEL POUR STREAMING, UN SEGMENT QUI COMPTE DE PLUS EN PLUS



« Streamer » du contenu devient relativement courant, surtout chez les gamers. Il s'avère donc logique que le marché du matériel dédié quitte le statut de niche pour devenir relativement grand public.

Infinitésimal il y a encore quelques années car réservé aux professionnels ou aux amateurs semi-professionnels, le segment des cartes d'acquisition, micro USB, table de contrôle... **bref du matériel pour « streamer » du contenu devient un secteur qui compte en termes de**

chiffre d'affaires et entre peu à peu dans les rayons de la plupart des enseignes, même très grand public. Et ce, pour plusieurs raisons. La première est évidemment l'explosion du nombre de consommateurs intéressés. Dorénavant, une frange non négligeable de la population « streamer » sur des sujets toujours plus variés. Et chez les joueurs de jeu vidéo, fans de esport ou experts, la proportion s'avère assez élevée. La seconde est que l'on retrouve désormais des solutions comme des packs tout-en-un qui permettent d'acheter à un prix raisonnable du matériel de bonne

qualité. Si, bien sûr, le segment ne pourra devenir totalement grand public, il reste une importante population de consommateurs à équiper. Et ce d'autant plus que « streamer » nécessite si l'on veut bien le faire, une variété de matériels très importants : PC puissant pour le montage, lumière, microphone, caméra ou appareil photo de qualité, éventuellement fond vert et carte d'acquisition. Ce qui pour des enseignes dynamiques ouvre un champ des possibles très important et la possibilité de faire des ventes liées très nombreuses.

PIXMINDS

Steelplay Pro HD Streamer Pack

Prix : 119,99 euros



AVERMEDIA

Pack YouTuber

Prix : 199 euros



ELGATO

HD60 S+

Prix : 199 euros



RAZER

Seiren X

Prix : 99,99 euros



TRUST

GXT 232 Mantis Streaming Microphone

Prix : 39,99 euros





DEVICE ASTRALIS



CONÇU POUR LA PRECISION
CONÇU POUR LA VISION

OMEN X 2S 15

© Copyright 2019 HP Development Company, L.P. Microsoft et Windows sont des marques commerciales ou des marques déposées de Microsoft Corporation aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Les captures d'écran sont simulées et donc susceptibles de faire l'objet de modifications ; les applications sont vendues séparément, sous réserve de disponibilité.



Optimisez votre
expérience de jeu.

