

ÉDITION SPÉCIALE - OCTOBRE 2016

Multimédia

À LA UNE

ISSN 1267 - 7663



ANS D'INNOVATION

Depuis 1976

acer



« ACER, 40 ANS DE PROGRÈS TECHNOLOGIQUES »



JASON CHEN, PDG D'ACER

Après avoir connu 40 ans de révolutions technologiques, quelle est votre vision du futur pour le groupe Acer ?

Acer a effectivement connu bien des changements au cours de ses quatre décennies. Notre secteur a connu quantité de bouleversements, et nous-mêmes avons également entrepris bon nombre de transformations afin de saisir de nouvelles opportunités. En lançant une transformation structurelle fin 2013, nous avons souhaité aller au-delà des seules activités autour du PC pour nous projeter dans l'avenir. Nous avons annoncé une nouvelle vision autour du concept Build Your Own Cloud (BYOC) ; qui consiste à développer un écosystème autour d'un cloud sûr, fiable et facile à employer, destiné à simplifier et faciliter la vie quotidienne et professionnelle. Nous explorons ainsi de nouveaux domaines afin de devenir un fournisseur de solutions complètes regroupant matériel, logiciels et services.

Afin d'accélérer notre transformation, nous avons récemment regroupé notre organisation : autour de notre cœur de métier (ordinateurs de bureau, portables, serveurs, moniteurs, R&D) et des nouvelles activités (New Business : services BYOC, e-business, et produits intelligents, smartphones et accessoires connectés). L'objectif étant de donner les moyens à Acer d'optimiser les différents besoins en termes de développement. Chaque activité ayant l'indépendance nécessaire pour se concentrer sur les axes vitaux de son propre segment commercial.

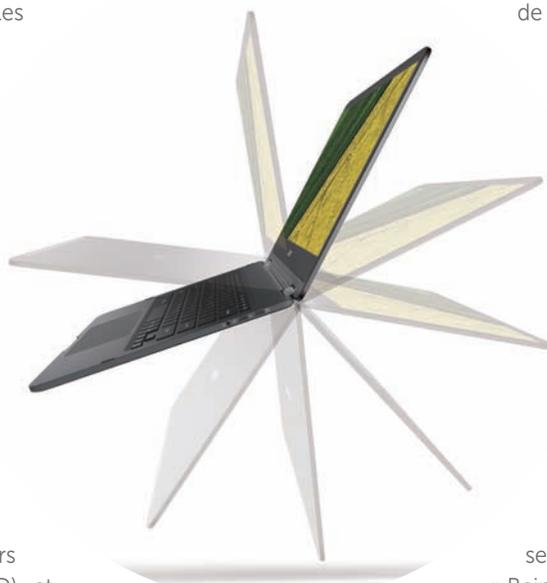
Les évolutions ou révolutions technologiques actuelles, ont pour nom réalité virtuelle (VR) et internet des objets (IoT) ; Comment le groupe Acer a choisi de se positionner dans ces domaines ?

La réalité virtuelle ouvre quantité de possibilités dans bien des secteurs. Dans un avenir proche, nous pourrions bien voir la VR s'installer comme un élément courant de l'expérience de jeu. Et plus tard, le portable pourrait tout aussi simplement se voir remplacer par un casque qui nous assistera dans notre travail ou notre formation. La VR représente une

nouvelle manière d'interagir avec l'univers du numérique. Prenant en compte ces tendances, Acer a récemment mis en place une coentreprise avec Starbreeze qui couvre la conception, la fabrication, la promotion, le marketing et la commercialisation du casque de réalité virtuelle

StarVR. Associant la technologie de VR avant-gardiste de Starbreeze et la solide expérience d'Acer dans le matériel et l'informatique, nous allons proposer une expérience de VR particulièrement immersive : le champ de vision horizontal exceptionnel, ouvert à 210 degrés, est un must pour les clients professionnels tels que parcs d'attraction et salles de cinéma.

Dans le domaine de l'Internet des objets (IoT), Acer va élargir considérablement ses gammes de produits. Elles seront basées sur notre concept BeingWare. Le PC et le smartphone vont tous deux gagner en intelligence et serviront d'outils indispensables, dotés d'une large palette de fonctionnalités et d'applications, qui associeront matériel, logiciel et services dans des modèles économiques dédiés à certains secteurs d'activité. C'est ce que nous appelons notre « BeingWare » : de nouveaux modèles économiques qui intègrent une « intelligence » pour exploiter l'IoT.



Quel serait le principal conseil que vous donneriez à quelqu'un qui lancerait aujourd'hui une nouvelle entreprise technologique ?

Mon premier conseil aux nouvelles entreprises technologiques serait de suivre un objectif clair sur le long terme et de le suivre dans toutes vos actions. Ne vous reposez pas sur vos lauriers, même lorsque vous distancez vos concurrents. Le monde est en perpétuelle évolution, et le rythme est plus rapide que jamais. On peut être au top un jour et se retrouver dépassé le lendemain ; il faut toujours rester agile, à l'écoute et ouvert au changement. Enfin, n'oubliez pas que la technologie n'est pas un but en soi, mais un facilitateur pour les individus. Nous créons des technologies pour faire progresser notre société et le quotidien de nos contemporains. C'est pourquoi la technologie ne doit jamais être réservée à quelques-uns, mais demeurer accessible à tous. ■



40 ANS, UNE ÉTERNITÉ DANS LE DOMAINE DES TECHNOLOGIES



Emmanuel Fromont, Président d'Acer pour la zone EMEA, revient pour MultiMédia à la Une sur les 40 ans d'histoire d'Acer et sur le futur du groupe.

Quelles ont été les grandes innovations rencontrées ou initiées par le groupe Acer à travers ces 40 ans d'histoire ?

En 40 ans, le groupe Acer a connu différentes grandes étapes qui lui ont permis de devenir un des plus grands groupes mondiaux de technologie. A l'origine, le groupe Acer né à Taiwan possédait deux activités : la construction des PC en marque blanche et la fabrication des PC sous sa propre marque. Acer a été précurseur sur le PC portable. Le groupe a ensuite accéléré son développement en faisant l'acquisition de la division Notebook (PC Portable) de Texas Instrument ce qui lui a permis de faire un nouveau bond technologique. Le groupe est ensuite passé à la vitesse supérieure en séparant ses deux activités, avec d'une part la production de PC sous marque blanche (création de la société Wistron), et d'autre part, en lançant sur une échelle mondiale, Acer, qui a depuis bénéficié de ressources dédiées au marketing et à la commercialisation de la marque. La Marque Acer est née d'une vision de notre fondateur : « Breaking the barriers between people and technology ». Une philosophie qui constitue notre force depuis. Fondamentalement, nous cherchons toujours à rendre les technologies plus simples à utiliser, mais aussi plus abordables. Résultat, le groupe Acer a été l'un des principaux contributeurs à l'équipement des foyers en PC dans le monde depuis 40 ans.

Quelles ont été les autres grandes étapes ?

Le rachat de Gateway et de Packard Bell en 2007 a constitué une autre étape importante dans un contexte de consolidation du marché du PC. Dernièrement, Acer a investi dans le cloud en faisant l'acquisition de la société iGware qui permet aujourd'hui au groupe de renforcer ses technologies et ses services dans le domaine. Et les exemples ne manquent pas. L'univers de la technologie se renouvelant sans cesse, les acquisitions en parallèle de notre travail de Recherche et Développement se multiplient depuis 40 ans.

Quelles ont été les principales premières d'Acer en termes d'innovations technologiques tout au long de ces années ?

Le groupe a été précurseur dans de nombreux domaines. Acer, acteur majeur de l'ordinateur portable, a su notamment créer le premier tablet PC ou le premier PC portable sous processeur Intel Centrino. Ou encore le netbook. Ce dernier a été une innovation importante du groupe qui a permis de démocratiser l'informatique auprès de nouveaux consommateurs dans un usage simplifié de l'informatique se limitant principalement à la consultation de contenu. Le Netbook est devenu un véritable compagnon du quotidien. C'était avant l'heure une vision annonciatrice de l'arrivée des

tablettes et des nouveaux formats de 2 en 1 avec les claviers détachables qui constituent les formats en vogue des PC d'aujourd'hui. Dernièrement, Acer a également su être précurseur sur le Chromebook. Désormais, nous sommes leader d'un des secteurs en croissance (+ de 20 %). De plus, Google vient d'annoncer la disponibilité des applications Android sur les plates-formes Chromebook. Cela ouvre de nouvelles perspectives.

Dans un marché du PC arrivé à maturité, quelles sont les pistes de croissance aujourd'hui ?

Dans la phase actuelle, nous devons trouver des niches de croissance comme le Chromebook, les tablettes PC (2 en 1 et convertibles) ou encore le gaming avec le lancement de notre gamme dédiée, Predator. De cette façon, nous pourrions tirer notre épingle du jeu sur un marché du PC ou s'inventent de nouveaux form factors toujours plus design et performants qui font de nos PC des compagnons de notre quotidien. Cependant, le groupe Acer n'entend pas se limiter à cela pour se développer. Aujourd'hui, nous travaillons sur de nouveaux secteurs technologiques en croissance comme le cloud, l'Internet des Objets (IoT) et la réalité virtuelle (VR)

De quelle façon ?

Le groupe Acer a fortement investi dans le domaine de la réalité virtuelle à travers un partenariat (joint-venture) avec la société StarBreeze (cf. interview John Shen, P-dg d'acer), une entreprise de pointe dans le domaine et spécialisée dans le contenu dont la solution est l'une des plus performantes du secteur avec un angle de vision de 210 degrés qui permet d'envisager un positionnement haut de gamme. Il sera dans un premier temps dédié au secteur du B2B et aux parcs d'attractions. Les applications professionnelles sont très nombreuses (immobilier, tourisme, etc.). Le Gaming étant l'une des autres niches susceptibles d'être concernées à terme. Acer étant comme toujours agnostique. La gamme de PC Gaming Predator dispose déjà d'une série de machines VR Ready prêtes à fonctionner avec les autres solutions existantes sur le marché. Le marché de la réalité virtuelle est estimé à 20 milliards d'euros à l'horizon 2020 par l'institut IDC. Le groupe Acer a évidemment pour objectif de démocratiser la VR à grande échelle, conformément à notre philosophie « Briser les barrières entre les hommes et la technologie ». ■



LES CLÉS DU SUCCÈS D'ACER EN FRANCE

Entretien avec Angelo d'Ambrosio, Directeur Général d'Acer France, qui décrypte le business model du groupe qui lui a assuré de nombreux succès depuis 40 ans, en particulier auprès du grand public.

Quelles ont été les grandes étapes clés du succès de la marque Acer ?

Le slogan « briser les barrières entre les hommes et la technologie » constitue l'ADN du groupe depuis ses débuts. Résultat : 40 ans après, cette mission première nous a amené force et réussite. Le groupe Acer, né de la miniaturisation de l'informatique et de l'essor des premiers PC portables n'a cessé de travailler à l'intégration des dernières technologies à vaste échelle ce qui nous a permis d'industrialiser la production et les livraisons avec des volumes conséquents. Grâce aux « process » standardisés du groupe Acer, l'ensemble du monde de l'informatique a ainsi fait un grand pas en avant. En livrant directement de nos usines vers les entrepôts des grandes enseignes de la distribution, nous avons établi un nouveau standard qui nous a permis de devenir l'un des premiers fabricants de PC dans le monde. Nous avons pu nous passer de l'étape du stockage intermédiaire, entraînant une meilleure maîtrise et une réduction des délais de livraison. Adossés aux meilleurs logisticiens du secteur, nous avons acquis une parfaite maîtrise du transport par mer, mais surtout par air. Cette nouvelle démarche industrielle, alliée à la taille humaine de notre entreprise (7 000 salariés pour un chiffre d'affaires de 8 milliards de dollars), nous a apporté une grande souplesse et beaucoup de succès depuis de nombreuses années.

Concrètement comment cela se passe-t-il ?

Notre grande agilité opérationnelle nous permet de proposer des commandes sur plusieurs modèles et références avec des volumes restreints afin de proposer du sur-mesure à chaque enseigne et en respectant ainsi le positionnement de chacun. De plus, nous proposons ces solutions sur une échelle mondiale qui permettent de réaliser de gros volumes. En France, cette structure à la fois rapide et performante a été tout de suite adoptée par la distribution, nous assurant une implantation rapide sur le marché français. Les enseignes françaises ont en effet disposé très tôt de plateformes logistiques centralisées. La France est donc devenue rapidement une place forte du groupe Acer.

Quelles sont les évolutions nécessaires aujourd'hui pour poursuivre dans cette voie ?

Le marché de l'informatique entre désormais dans une période de maturité. Il a fallu prendre un virage stratégique en 2013 après avoir connu un marché en forte croissance pendant des années. Nous devons nous adapter à l'évolution perpétuelle de la distribution et des marchés. Il faut désormais une flexibilité accrue, avec des minima de quantité et un mix produit toujours plus large, pour une offre produit toujours plus riche en magasin.



Pour quelles raisons l'offre produit du groupe Acer arrive à convaincre un très large public ?

Le groupe dispose de deux grandes marques, Acer et Packard Bell, pour couvrir l'ensemble des besoins du marché. Grâce à ces dernières, nous disposons d'un très large portefeuille de produits. La deuxième grande marque du groupe, Packard Bell, rachetée en 2011, permet de couvrir les produits d'entrée et moyen de gamme et d'être présents sur les différentes « tranches de prix ». Cette marque offre un argument complémentaire. Nous respectons le positionnement de chaque enseigne et de chaque marque tout en assurant une rentabilité pour les différents acteurs du marché. Acer conserve son positionnement haut de gamme, synonyme de design, de technologie et de performance.

Acer est une marque innovante qui s'appuie sur le design de ses produits et répond aux segments innovants et performants avec de nouvelles offres renouvelées à l'image des Switch (2 en 1), des convertibles, des Chromebook ou encore la gamme gaming Predator : des segments qui connaissent de fortes croissances. Acer, acteur leader du marché, se doit d'être précurseur sur les nouvelles tendances, c'est pourquoi de nouvelles gammes viennent d'être lancées comme les Swift (ultraportables) et les Spin (convertibles) qui offrent un large choix de produits design adaptés à tous les budgets.

Quelle place occupe la France pour un groupe comme Acer ?

Acer France est une filiale stratégique car la marque est présente sur un très large portefeuille de produits (PC de bureau, moniteurs, smartphones, produits connectés, etc.). Cela s'explique notamment par l'ancienneté d'Acer sur le territoire français et sa très rapide implantation sur le segment du PC Portable. La marque a également su s'appuyer sur la qualité de son Service Après-vente basé en France à Angers (49) pour construire sa réputation reconnue notamment pour sa qualité de service. C'est d'ailleurs pour nous une priorité, aujourd'hui sur un marché en retrait, la priorité est de fidéliser nos clients. Pour cela, nous travaillons dès la prise de renseignements du client (sur notre site Internet), jusqu'à l'achat, sans oublier le SAV. La qualité de service est essentielle pour une marque premium aujourd'hui. Acer a ainsi été élu Service client de l'année 3 années consécutives (2014, 2015, 2016). Cela prouve notre engagement et que la relation client est une priorité pour Acer. ■

ACER, ELU MEILLEUR SERVICE CLIENT



Site du SAV à Angers



Elu Meilleur Service Client trois années de suite (2014, 2015, 2016) pour la qualité de son service, la marque Acer obtient la juste récompense de plusieurs années d'efforts. Explications.

Le Service Client d'Acer a été élu trois années de suite Meilleur Service Client dans la catégorie Informatique. Pour les équipes qui ont contribué à cette récompense, ce prix représente le résultat d'un travail rigoureux sur la durée. La qualité du service client est en effet une priorité de longue date pour le groupe Acer dans l'ensemble de ses filiales. « Pour résumer la qualité de service d'Acer, 80 % des personnes interrogées jugent notre service meilleur que celui des autres marques », explique Christian Cosneau, Directeur du Service Client. En France, Acer a fortement investi, dès 2009, dans son centre de réparation situé à Angers (49) qui compte aujourd'hui 85 personnes. Le centre d'appel est lui aussi intégré à Acer pour un parfait contrôle opérationnel.

UNE TRAÇABILITÉ DE CHAQUE INSTANT

Concrètement en cas de panne, chaque client peut contacter Acer directement par téléphone, mail ou sur le site Internet. Les équipes procèdent alors au diagnostic à distance. En cas de besoin d'un passage par le centre technique, les documents de transport prépayés et identifiés sont fournis pour envoyer son colis gratuitement. Le client dépose ensuite son colis à la Poste ou dans un point relais. L'identification de chaque colis

assure une parfaite traçabilité. Le suivi du dossier fait l'objet d'email et de SMS à chacune des étapes : réception du produit au centre technique, attente de pièce, réparation en cours, renvoi du colis. Afin d'améliorer ce système d'envoi automatisé, Acer a collaboré avec Chronopost dans la phase pilote de la mise en place du service Zengo qui permet de déposer un colis directement dans un point relais sans avoir à l'emballer. Les pochettes de transports pour PC portable, tablette ou smartphone sont à disposition. En raison de son succès, le dispositif est étendu à 4 500 points de retrait (vs 1 500 auparavant).

UN SERVICE IRRÉPROCHABLE

Point crucial du dispositif, le diagnostic se fait à distance grâce à une base de données qui répertorie l'ensemble des pannes (base de données Workflow). Auparavant, il fallait envoyer le produit hors garantie pour réaliser un devis, ce qui alourdissait la procédure et freinait le client. Désormais le centre d'appel identifie la panne à distance (disque dur, écran, etc.) et donne immédiatement une estimation du prix de la réparation. Résultat, nous sommes ainsi passés de 40 % de réponses clients, disant « je vais réfléchir » à seulement 5 %.

Le centre de SAV d'Acer possède en stock plus de 92 % des pièces nécessaires à la réparation. Un hub européen peut livrer l'ensemble des pièces sous 24 ou 48h maximum. « Nous atteignons un taux de réussite de diagnostic à distance supérieur à 90 %. Un chiffre qui ne cesse de progresser grâce à la qualité du travail des équipes. Au global, nous avons optimisé nos prix de réparation hors garantie avec une baisse de 10 à 15 %. Résultat, nous constatons ainsi une augmentation significative du nombre de clients hors garantie qui font appel à nos services », explique Christian Cosneau. Par ailleurs, Acer propose aux clients qui ont fait réparer un produit hors garantie, de pérenniser leur investissement en proposant une nouvelle garantie de 1 an sur le produit pour seulement 20 euros par an. A noter que pour atteindre ce niveau d'efficacité, les équipes d'Acer s'appliquent à traquer chaque détail qui pourrait contribuer à améliorer la qualité du service. C'est d'ailleurs pour cela que l'ensemble des procédures ont fait l'objet d'une certification ISO 9001. Actuellement, Acer poursuit ce travail en intégrant l'analyse des risques de son activité (transport, etc.).

Dernière amélioration en date : depuis février, Acer propose à ses clients de sauvegarder les données du disque dur pour un montant de 29 euros. Un processus encrypté qui garantit une totale confidentialité aux clients. « C'est avec ce type d'attention que nous obtenons un service client de grande qualité » conclut Christian Cosneau. ■



Christian Cosneau
Directeur Service Client
Acer Europe du Sud

PREDATOR, « SUCCESS STORY » AU PAYS DU GAMING



Fabrice Massin
Directeur Marketing et
Communication Acer France

En seulement quelques années, la marque Predator est devenue une référence du gaming, un secteur pourtant connu pour son exigence. Pour réussir, Acer a dû aller à la rencontre des gamers sur de nombreux événements comme la Paris Games Week. Retour sur la « success story » Predator.

Lancée lors d'une grande conférence Acer à New-York au printemps 2015, la marque Predator dédiée au gaming a depuis su tracer sa route. Dernier exemple en date, Acer a dévoilé lors de l'édition 2016 de l'IFA, le premier PC portable incurvé Predator 21X pour une expérience immersive ultime. Un PC de 21 pouces intégrant pas moins de 5 ventilateurs, un clavier mécanique Cherry et 2 cartes graphiques Nvidia 1080 en SLI. Un monstre de technologie apportant une nouvelle preuve du savoir-faire technologique de la marque Acer dans le domaine du gaming.

Grâce à la conception des produits irréprochables, Acer n'a cessé d'étoffer la gamme Predator pour répondre à l'ensemble des besoins des gamers. En plus d'un renouveau technologique sur ses PC Predator portables 15 et 17 pouces, Acer a lancé la nouvelle Tour PC Predator G1, une version compacte avec châssis de 16 litres, véritable concentré de puissance qui complète les modèles déjà existants des gammes G3 et G6. Accompagné des derniers écrans incurvés de toutes tailles (27, 30, 32, 34 & 35 pouces) comme le Z35, un moniteur de 35 pouces, le joueur dispose ainsi d'une solution ultime. A noter également dans l'offre gaming, le Predator Z650, un vidéo-projecteur à courte focale (1,5 mètre de recul pour 2 mètres de diagonale avec des modes gaming intégrés) qui complète la gamme de solution pour les gamers.

Grâce à plusieurs partenariats et de nombreuses actions sur le terrain, Acer réussit à faire croître sa notoriété auprès des gamers. « Pour installer Predator comme une marque de référence auprès des joueurs, il a fallu aller à leur rencontre. Nous avons donc multiplié les présentations des produits auprès de ces derniers. Cela a commencé par la Paris Games Week (Editions 2015 & 2016), avant de se poursuivre au Toulouse Game Show (2015), à la Gamers Assembly de Poitiers (2016) puis la Dreamhack

de Tours (Editions 2015 & 2016) et par la participation à la 1^{er} édition de la Paris Football Week à Paris en mai 2016. Ce travail de fond a été réalisé sur la durée. Nous y participons régulièrement depuis. C'est à cette condition que l'on peut réussir dans le domaine du gaming », explique Fabrice Massin, directeur marketing et communication d'Acer France.

KAYANE, AMBASSADRICE DE LA MARQUE PREDATOR

Autre fait marquant, Kayane est devenue l'ambassadrice officielle de la marque Predator, elle est désormais présente sur les événements organisés par Acer. « Elle incarne toutes les valeurs de la marque : curiosité, progrès et humanisme. Et c'est surtout une grande championne de jeu de combat. Et ces retours sur notre matériel sont très importants pour nous », précise Fabrice Massin. La Paris Games Week, devenue un rendez-vous incontournable du gaming en France, sera le point fort de l'année pour Predator où Kayane sera évidemment présente sur le stand. Plusieurs influenceurs et youtubeurs, tels Cyprien, Squeezie et d'autres, ont également contribué au succès de la marque. « Parallèlement, nous travaillons également avec des équipes de e-sport telles AAA et Millénium ; nous organisons régulièrement des tournois sur Starcraft, Overwatch en ligne. C'est un passage obligé dans l'univers du gaming », poursuit le directeur marketing et communication.

BLIZZARD, UN PARTENAIRE DE VALEUR

La marque a également monté plusieurs belles opérations commerciales avec l'éditeur Blizzard autour du jeu StarCraft qui ont permis d'installer la marque auprès des gamers. « Blizzard est un excellent partenaire pour Acer. Son dernier jeu, Overwatch, se vend plus sur PC que sur certaines consoles. Il correspond parfaitement à notre cible. L'opération marketing et commerciale menée cet été et les précédentes (un jeu offert pour l'achat d'un produit Predator), et à la rentrée, autour du jeu, confortent notre positionnement de marque Gaming », conclut Fabrice Massin. A noter qu'un tournoi en équipe de 6 vs 6 joueurs sera également organisé sur le stand Predator de la PGW 2016. Les visiteurs pourront se frotter aux pros. Un stand où l'on retrouvera également en démonstration les casques de réalité virtuelle, nouveau prolongement de l'univers du gaming. ■

UN SALON DE L'IFA SPECTACULAIRE POUR UNE RENTRÉE PLEINE DE NOUVEAUTÉS

Acer a connu un IFA 2016 particulièrement riche en nouveautés. Le nouveau PC ultra-fin Acer Swift 7 a sans conteste été l'une des stars de ce grand rendez-vous, sans oublier Predator 21X, le 1^{er} PC portable à écran incurvé de la gamme dédiée aux gamers (cf. article Predator) ainsi que les tous nouveaux PC convertibles Acer Spin.



ACER SWIFT 7, LE PC LE PLUS FIN AU MONDE

Le savoir-faire d'Acer trouve un nouvel aboutissement dans le PC Swift série 7, le PC le plus fin au monde qui combine à la perfection nouvelles technologies et design ultra-fin. Dans le détail, le Swift 7 mesure à peine 9,98 mm d'épaisseur et pèse tout juste 1,12 kg, ce qui en fait le portable le plus fin au monde. Sa coque arbore **deux teintes noir et or qui ajoutent une pointe d'élégance à son châssis monocoque robuste tout aluminium**. Sous le capot du dernier bijou d'Acer, on retrouve un processeur Intel Core i5 de 7^e génération, un disque SSD de 256 Go et une batterie capable d'accompagner son utilisateur pour une journée de travail intense (9 heures). Le Swift 7 est disponible à partir de 999 euros dès le mois d'octobre. Derrière le magnifique Swift 7, Acer propose une gamme complète avec les Swift 5 et Swift 3 et Swift 1, capables de répondre à tous les budgets avec un design à la hauteur de la réputation de la marque. Le Swift 1, un modèle ultrafin de 14 pouces arborant un élégant revêtement type métal brossé et destiné à une cible étudiante, se positionne à partir de 349 euros. La marque Acer prouvant une nouvelle fois sa capacité à couvrir tous les besoins du marché en proposant des produits élégants, à la pointe de la technologie, dans des formats renouvelés.

ACER SPIN : LE CONVERTIBLE DESIGN

Avec la nouvelle série Spin, Acer introduit une gamme complète de nouveaux PC convertibles, mobiles et polyvalents. Équipés de charnières innovantes à 360°, ces derniers peuvent être utilisés comme ordinateur portable ou comme tablette. Sur le fond, la série des PC Acer Spin s'inscrit, comme la série Swift, dans une logique de montée en gamme particulièrement élargie, avec tout d'abord le Acer Spin 1, disponible dans 2 tailles d'écran (11,6 et 13,3 pouces), destiné aux étudiants ou aux personnes recherchant un second équipement fin et léger (disponible en novembre à partir de 299 euros). Suit le Spin 3 qui avec son écran de 15,6 pouces, son clavier ergonomique rétroéclairé et son double stockage, se positionne comme un ordinateur puissant pour le travail et le divertissement (disponible en septembre à partir de 599 euros). Petit et compact, le Spin 5 est au format 13,3 pouces et peut être utilisé, avec ou sans l'option Acer Active Pen et Windows Ink, pour une productivité de tous les instants (disponible en octobre à partir de 599 euros). Enfin, doté d'un écran de 14 pouces dans un châssis de 13 pouces, **le châssis monocoque du Spin 7 en aluminium ne mesurant que 10,98 mm d'épaisseur pour un poids plume de 1,2 kg, est une proposition d'une mobilité et d'une remarquable polyvalence** (disponible en octobre à partir de 1299 euros). En résumé, grâce à leur flexibilité extrême et une simplicité sans précédent, la gamme Spin d'Acer est promise à une belle réussite.



acer

L'ORDINATEUR LE PLUS FIN AU MONDE

Swift 7



La 7ème génération de processeurs Intel® Core™
La finesse, au-delà de votre imagination : 9.98 mm d'épaisseur
Poids : 1.12 kg
Autonomie de 9 heures*
Carte d'accès réseaux sans fil : 802.11ac Wireless LAN

Cortana : l'assistante personnelle
qui vous facilite la vie.

* La durée de vie de la batterie varie selon le type d'utilisation de l'appareil et de la puissance des installations électriques.

