

## 25 000 gamers invités à vivre l'expérience immersive Samsung en partenariat avec Ubisoft, lors de la Paris Games Week

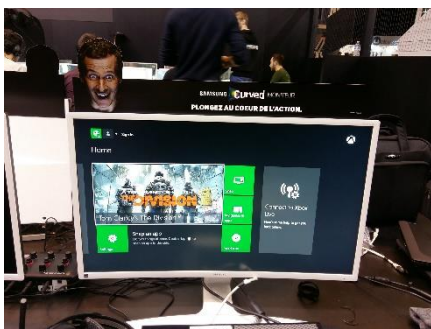
Paris, le 28 octobre 2015 - Après un premier volet de campagne pour les nouveaux écrans incurvés Samsung réalisé avec le concours de gamers reconnus (Kayane, Wartek, Marcus), Cheil ouvre un nouveau chapitre de l'histoire de la marque avec le public des gamers à l'occasion de la Paris Games Week, qui se déroulera Porte de Versailles du 28 octobre au 1<sup>er</sup> novembre prochain.

L'agence a noué un partenariat équipement avec **Ubisoft** sur 2 espaces de leur stand événementiel au salon : le premier dédié au jeu **Rainbow Six : Siege** et le second au jeu **Tom Clancy's The Division** (testé en avant-première, le jeu ne sortant qu'au 1<sup>er</sup> trimestre 2016).



Les gamers pourront vivre **une expérience de jeu totalement immersive grâce aux 85 moniteurs incurvés Samsung 27" et 32"**, mis à disposition. Au total, **près de 25 000 joueurs se relayeront sur ces 2 espaces jeux pendant les 5 jours de salon.**

De plus, l'agence poursuit sa collaboration avec l'influent youtubeur **Wartek**, qui vient d'annoncer sur son vlog sa présence à l'évènement et d'inviter sa communauté à aller le défier sur **Rainbow Six : Siege**.



**Deux équipes de 5 personnes s'affronteront en live** sur l'espace dédié. A l'issue du match, le gagnant sera désigné par une question subsidiaire et remportera le moniteur Samsung de Wartek. Deux sessions d'animation sont prévues le jeudi 28/10 et le samedi 30/10.

**Chaque visiteur pourra également tenter de remporter un moniteur incurvé Samsung** en remplissant le bulletin de jeu distribué par des hôtesses et en le déposant sur le stand Ubisoft. Le tirage au sort sera fait ultérieurement par un huissier.

La présence de la marque sur ce salon fait suite à celle orchestrée par Cheil à la Dream Hack à Tours au mois de mai dernier, événement référent chez les pure gamers.

En parallèle, **l'agence poursuit sa campagne d'influence avec une série de testings online** réalisés en collaboration avec des Youtubeurs gamers et Wartek, qui seront mis en ligne tout au long du mois de novembre (Need for Speed, Fallout 4, Star Wars, Battlefield, Assassin's Creed Syndicate...).

**Les premières vidéos publiées depuis fin septembre, atteignent déjà près de 50 000 vues\*.**

## A propos de CHEIL France :

*ADAPT FAST, SUCCEED FASTER, c'est le leitmotiv de CHEIL et sa mission auprès des marques que l'agence accompagne depuis sa création en France en 2008. CHEIL Worldwide, né en Corée en 1973, est aujourd'hui le 11ème réseau mondial de communication. CHEIL France hybride ainsi son ADN coréen à la pensée audacieuse et positive, avec sa french touch, caractérisée par un esprit créatif et une culture intra & entrepreneuriale. Forte de 60 collaborateurs, l'agence est reconnue pour la qualité de ses campagnes globales, qui travaillent l'image et l'engagement autour de la marque, et plus particulièrement l'expérience retail, digitale et sociale.*

Suivre l'agence sur : <http://cheilfrance.tumblr.com/>

## Contact presse :

Alix Decroix

Tél. : 06.63.98.36.18

[Decroix.alix@numericable.fr](mailto:Decroix.alix@numericable.fr)

\* **Unsterbliicher Video #1:** <https://youtu.be/anMfHAb1Bus>

**Bill SilverLight Video #1:** <https://youtu.be/uf1aCb58pNo>

**Bill SilverLight Video #2:** [https://youtu.be/V\\_j17bCo7hY](https://youtu.be/V_j17bCo7hY)

