

Shadow met le cap sur l'Asie avec LG Electronics

Après un lancement encourageant aux États-Unis et une consécration dans le classement du Next40, Shadow décide de poursuivre sa politique d'internationalisation. La startup s'associe avec LG Electronics pour se faire une place en Asie.

Temps de lecture : minute

12 mars 2020

En lançant le premier PC dans le cloud en 2015, Emmanuel Freund, Stéphane Héliot et Asher Kagan-Criou, faisaient figure de précurseurs. A l'époque, les *nerds* et les gamers dépensaient des fortunes pour acquérir des ordinateurs toujours plus performants et pouvoir jouer en ligne sans être contraint par une connexion lente.

Avec son outil, Shadow met fin au principe de l'obsolescence des ordinateurs. Les " capacités " et les fonctionnalités du PC sont disponibles depuis n'importe quel écran, en streaming et dans le cloud, via l'application Shadow. Une petite révolution pour de nombreux joueurs d'e-sport ou de jeux en ligne.

En trois ans, l'entreprise lève 100 millions d'euros et monte ses équipes à 200 personnes. En 2018, elle se lance sur le marché américain en ouvrant un bureau à San Francisco.

Poursuivre sa croissance Outre-Atlantique

Rares sont les pépites européennes qui arrivent à faire correctement le grand saut sur le marché américain sans y perdre quelques plumes. Shadow semble avoir réussi le pari. Un an après son installation Outre-

Atlantique, la startup a réussi à convaincre un grand panel de clients. Elle y détient déjà un tiers de ses utilisateurs (sur 70 000 fin 2019), un chiffre qui croît de 50% tous les mois depuis le dernier trimestre, revendique-t-elle.

Mais devant l'arrivée de nouveaux acteurs sur son marché, comme Google Stadia, l'entreprise a dû modifier sa stratégie. L'offre unique à 30 euros par mois était trop chère pour lui permettre d'élargir son panel de clients. Shadow lance alors un abonnement mensuel en Europe décliné en trois formules : Shadow Boost, Shadow Ultra et Shadow Infinite, du plus basic ou plus complet.

Après une période de test de quelques mois, la proposition va être déployée aux États-Unis. Les prix débiteront à 11,99 dollars par mois pour la version basic. Pour bénéficier de meilleures puissances graphiques et de stockage, les utilisateurs devront, au minimum, doubler la somme et surtout, attendre l'été prochain.

Pour réussir à proposer de tels services, la startup s'est associée à OVH afin de profiter des capacités de son infrastructure réseau. Car les États-Unis ne sont pas la seule terre que Shadow veut conquérir.

L'Asie : nouvelle cible dans le viseur de Shadow

À peine arrivée aux États-Unis, Shadow s'imagine déjà en Asie et particulièrement en Corée du Sud. Il faut dire que le continent asiatique regorge de joueurs et de gamers et donc de potentiels clients. Pour intégrer ce marché, la startup a choisi de s'associer à LG Electronics en échange d'une prise de participation à son capital. Le fabricant de téléviseurs intégrera également la technologie de Shadow dans sa gamme de produit, notamment les moniteurs gamers UltraGear (écrans de télévision). " *Ce partenariat avec LG Electronics renforce notre*

crédibilité au niveau mondial, et sera déterminant dans notre capacité adresser des millions de gamers dans de nouveaux marchés, notamment en Asie ” reconnaît Jérôme Arnaud, CEO de Shadow. En légitimant un peu plus son statut et son produit, cette association devrait faciliter l’insertion de la startup en Corée du Sud.

Article écrit par Anne Taffin