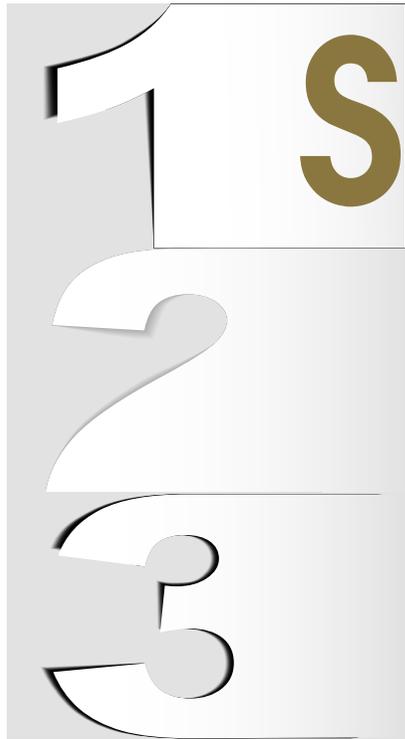




## Dossier de presse juin 2012

VISUALCOM - SARL  
RIDET. 1 041 839.001  
8 RUE DU DR JEAN RICHARD  
98800 NOUMEA CEDEX.  
Tel. +687 27 22 84

**VisualCom**  
WWW.VISUALCOM.NC



# Sommaire

- 1 VisualCom
  - 1.1 Les créateurs
  - 1.2 Nos métiers
  
- 2 Définition de l'affichage dynamique
  - 2.1 Matériel et Logiciel
  - 2.2 Les avantages
  - 2.3 Les possibilités
  - 2.4 Les chiffres
  
- 3 VisualResto
  - 3.1 Présentation



# 1. VisualCom

## 1.1 Les Créateurs

**Philippe REAUD**, ancien directeur commercial d'Espace Bureautique, possède une solide expérience dans le domaine de la CAD pour avoir déployé en 2003 les premières bornes de consultation internet pour le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie.



**Julien CHABLE**, Ingénieur informatique, réalise actuellement le déploiement des portails intranet de la Ville de Nouméa et de l'OPT ;  
Co Fondateur de VisualCom, il est également MVP Sharepoint et possède une expertise en gestion de contenu.

# 1.2 Nos Métiers



- Audit préalable
- Recommandation technique & commerciale
- Etude des couts
- Pilotage de projet
- Formation
- Intégration & déploiement
- Edition de contenu
- Support & maintenance de votre solution



# 2 Définition



L'affichage dynamique, aussi appelé digital signage, est l'outil de communication innovant. Il permet d'afficher sur un écran, ou un mur d'image, toutes les informations que vous souhaitez. A la convergence de la télévision, d'internet et de l'affichage classique, l'affichage dynamique prend progressivement sa place dans notre environnement quotidien.

Ce nouveau support de communication offre l'opportunité de diffuser sur des écrans TV, plasma ou LCD, un contenu riche, combinant vidéo, son, animation, image et texte, permettant ainsi d'augmenter l'impact visuel et de capter l'attention de votre cible.

# 2.1 Matériel et Logiciel

**M**ettez du contexte dans votre communication visuelle

Pour capter l'attention de sa cible, créer un beau graphisme n'est pas suffisant si le message n'est pas délivré au bon moment et aux bonnes personnes...

La suite logicielle Moxie d'Omnivex permet d'y ajouter un contexte et de rendre ainsi le message bien plus percutant.

**C**onception Graphique évoluée avec Moxie Studio

Conçu pour des non informaticiens, Moxie Studio permet de concevoir des écrans d'une qualité professionnelle avec des transitions pour chaque objet. Votre contenu crève littéralement l'écran !

**L**e Contexte est Roi

Changer le contenu de votre affichage par rapport à une donnée est le point fort de Moxie Suite.

Afficher un résultat d'un score que lorsque celui-ci est atteint par exemple,

Afficher un plan d'évacuation si l'alarme est déclenchée...

Voilà le type de contexte qui peut être intégré à votre Communication Audiovisuelle Dynamique.

Tous les paramètres de votre contenu peuvent être soumis à un contexte : Taille, transparence, position, etc...

**M**oxie Suite rend votre contenu intelligent

En ajoutant des « métadonnées » à vos contenus vous pouvez ensuite conditionner leurs affichages rendant la programmation de diffusion beaucoup plus conviviale et rapide.

Tout le management des lecteurs et de votre contenu se fait à distance via une interface des plus ergonomiques.

## 2.2 Avantages

**N**os solutions d'affichage dynamique de qualité télévisuelle professionnelle vous donnent la possibilité de "coller" à votre actualité commerciale ou institutionnelle.

Souplesse et réactivité sont vos meilleurs garants pour répercuter en temps réel une information précise à un public donné.

## 2.3 Possibilités

**U**ne communication à valeur ajoutée

Quel que soit le type de chaîne que vous créez, nos solutions vous permettent de promouvoir efficacement des produits et des services supplémentaires, d'informer votre clientèle et de personnaliser vos offres. Avec des publicités, des promotions croisées et des parrainages, vous pouvez créer de nouvelles perspectives de revenu.

**S**implicité, créativité & sécurité

Nos solutions d'affichage dynamique se distinguent par leur simplicité de mise en oeuvre.

Leur environnement intuitif vous autorise à donner libre cours à votre créativité et à mettre en place un contenu varié (texte, image, vidéo) en quelques clics ou de façon automatisée.

La transmission à distance et en toute sécurité de ces informations vous garantit la diffusion efficace de votre communication.

## 2.4 Les Chiffres

### États-Unis

**47 %**

des Américains exposés au DM se souviennent d'une publicité spécifique : 19 % ont réalisé un achat imprévu suite à une publicité sur écran (Etude Arbitron après de 1700 américains de plus de 12 ans - avril 2010).

**80 %**

des Américains pensent que les panneaux digitaux sont utiles pour informer les conducteurs ; 74 % des Américains sont contre les efforts des villes pour supprimer ces panneaux.

### Canada

**63 %**

des Canadiens exposés au DM en retail se souviennent d'une publicité spécifique ; 50 % ont réalisé un achat imprévu (OMAC).

**14**

C'est le nombre de villes équipées en DM, soit une couverture hebdomadaire de 13 millions de personnes outdoor.

### Australie

**1,1 million**

C'est le nombre d'étudiants touchés par le Réseau Eye Study Network en Australie. 94 % passent à l'acte d'achat après avoir vu une publicité sur écrans ; 78 % en parlent à leurs amis ; 74 % pensent que les produits qui font l'objet de publicité sur les campus améliorent leur image/notoriété.

- Plus de 80 % des clients ont remarqué ET regardé l'écran
- 79 % estiment que leur sensation d'attente a diminué
- 40 % des clients ayant vu l'écran sont capables de citer les marques diffusées
- 35 % pensent que les messages diffusés peuvent déclencher un acte d'achat non prévu
- 89 % Des consommateurs sont favorables à un affichage dynamique au niveau du point de vente. (source KPMG)
- 84 % Des visiteurs se souviennent d'un affichage dynamique contre 44 % pour de l'affichage traditionnel.
- 77 % Des consommateurs ayant acheté un produit déclarent avoir été influencés par une plv dynamique.
- 70 % Des décisions d'achat se prennent sur le lieu de vente.
- 60 % Des achats n'étaient pas prévus avant d'entrer dans le point de vente.
- 42 % Des achats d'une marque en point de vente sont liés à la présence d'écrans LCD diffusant de la publicité pour cette marque.
- 30 % Minimum d'augmentation des ventes grâce à cette technologie.
- 35 % De renforcement de la notoriété pendant une campagne d'affichage dynamique.
- 24 % D'augmentation de chiffre d'affaires garanti.

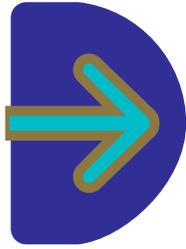
# 3. VisualResto



**VisualResto diffuse dans 8 restaurants des plus fréquentés des informations pertinentes et des visuels qui attirent l'œil :**

- Ticker de news en bas d'écran,
- Prévisions météo à 3 jours,
- Les alertes Scal Air, les résultats de London 2012,
- Les offres d'emplois remis à jour quotidiennement,
- Les unes des principaux quotidiens métropolitains,
- Les Webcam de grandes destinations avec les météo et heures locales (Paris, New-York, Hawaii, Tahiti...Etc.
- Programme TV de la soirée.

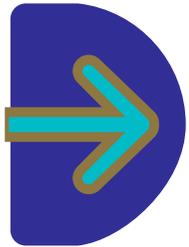
## LA CIBLE



Les clients des restaurants sont des prospects qui consomment et ont donc un pouvoir d'achat leur permettant d'aller au restaurant.

De plus, il vaut mieux communiquer vers 22 000 personnes qui peuvent acheter vos produits, plutôt que communiquer vers 50 000 personnes dont on sait par avance que 60% des prospects sont hors champs.

## LA REPETITION

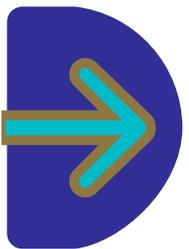


Un écran PUB de 4 mn (maximum) est diffusé sur la partie centrale toutes les 8 mn (soit 5 écrans pubs par heure).

Durant les 40 mn (minimum) pendant lesquelles le client est au restaurant, il aura l'occasion de voir 4 fois votre publicité.

En bas d'écran, un bandeau publicitaire est disponible pour 30 sec de visibilité toutes les 2mn30 maxi soit 16 passages pour 40 mn de visite d'un client !

## L'IMPACT



La publicité TV est l'une des plus impactante qui soit et même lorsqu'elle est faite en extérieur, le côté « Vu à la TV » fonctionne également !

D'après une étude Ipsos de Novembre 2011, 55% des clients sont influencés par le digital média (sur le lieu de vente ou à proximité) dans leurs décision d'achat.