

BENJAMIN GUILLIER

Développeur Multimédia

Sommaire

I -	Communication sur lieu de vente	p 03
II -	Information Financière	p 06
III -	Bornes Interactives.....	p 08
IV -	CD ROM.....	p 10

I - Communication sur lieu de vente

GROUPE GO SPORT - COURIR

Objectif :

Le Groupe Courir/Gosport dispose d'un parc de 160 écrans Plasma/LCD sur son réseau de magasins. Il souhaitait s'équiper d'un système d'édition et de gestion du contenu de ces écrans, pour communiquer sur les produits vendus et les offres commerciales, mais aussi pour une communication interne spécifiquement destinée aux employés (e-learning, opérations en cours).

Solution :

Un jeu d'items Flash dynamiques, déclinés à la charte du groupe, a été développé.

Ces animations sont modifiables via un site web qui permet au service communication du groupe de modifier, prévisualiser puis valider les changements sur les animations diffusées dans l'ensemble des magasins équipés.



Diffusion : Ce contenu est diffusé sur 160 écrans Plasma/LCD dans les magasins du groupe.

I - Communication sur lieu de vente

PALAIS DES SPORTS DE PARIS

Objectif :

Le Palais des Sports souhaitait s'équiper d'un système de communication sur écran Plasma pour y diffuser un contenu informatif sur les spectacles en cours et à venir, et sur le tarif et la disposition des places.

Solution :

Création d'un jeu de matrices flash dynamiques permettant de présenter les visuels et des extraits musicaux des spectacles sur lesquels le client souhaite communiquer.

Le contenu est édité par le personnel de l'établissement via une interface ad hoc installée sur leurs postes de travail, ce qui permet une actualisation immédiate via le réseau de l'entreprise.



Palais des Sports de Paris

Spectacle 01	Date 01
Spectacle 02	Date 02
Spectacle 03	Date 03
Spectacle 04	Date 04
Spectacle 05	Date 05
Spectacle 06	Date 06
Spectacle 07	Date 07
Spectacle 08	Date 08
Spectacle 09	Date 09
Spectacle 10	Date 10

Programmation des spectacles

Palais des Sports de Paris

Autant en emporte le vent



du 01/10/03 au 11/01/04
La nouvelle comédie musicale inspirée du roman de Margaret Mitchell

Programmation des spectacles

Diffusion : Les animations sont diffusées en permanence sur 6 écrans Plasma à l'intérieur du Palais des Sports de Paris.

I - Communication sur lieu de vente

SCREENY IMMO

Objectif :

S'adresser à un corps de métier particulier, les agences immobilières, en leur proposant un ensemble d'animations Flash dynamiques pour leur permettre de présenter leurs produits et services, sous forme de pack.

Solution :

Après une étude du secteur (sites web, annonces, présentations en agence) et de ses principaux domaines d'intervention (vente, location, financements ...), dix animations « matrices » ont été créées.

Le logo du client, la police, la couleur des animations peuvent être modifiées ainsi bien sur que le contenu même. Ceci permet au client de personnaliser sa communication.



Diffusion : Le pack immo est actuellement utilisé dans plusieurs agences parisiennes du 8e et du 16e arrondissement.

II - Information Financière

LCI - LA CÔTE BLEUE

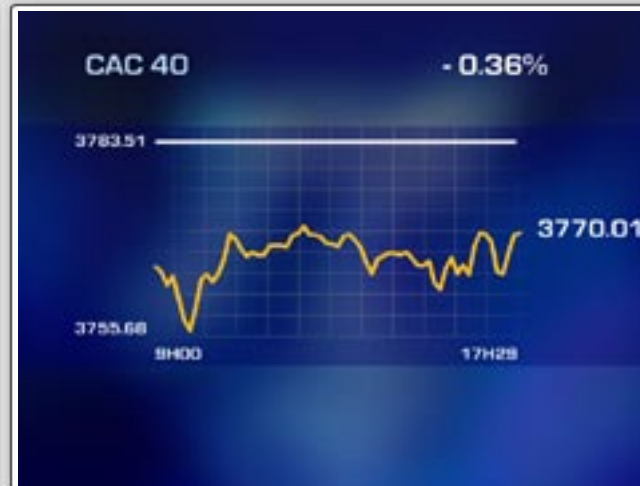
Objectif :

Permettre la génération et la diffusion pour une émission en direct de tableaux et de graphiques sur l'actualité financière internationale.

Les animations doivent pouvoir être diffusées sur les écrans plasma et LCD du plateau ainsi qu'en plein écran.

Solution :

Création d'un ensemble d'animations Flash thématiques (tableaux, historiques, intraday) déclinables selon l'actualité du moment. Ces animations permettent d'interroger et de présenter graphiquement un flux xml contenant les données qui intéressent le client. Elles s'actualisent en temps réel lors de leur diffusion.



Diffusion : Les animations sont diffusées 9 fois par jour en direct sur LCI dans l'émission "Point Bourse".

II - Information Financière

FORTIS INVESTMENTS

Objectif :

Diffuser une information en temps réel (derniers cours des grandes devises et principaux indices internationaux) , des graphiques historiques ainsi que des tableaux de valeurs. Le système doit pouvoir s'actualiser sans intervention humaine.

Solution :

Développement de 18 animations Flash qui s'actualisent à chaque diffusion via un feed XML.

Les données des graphiques sont rapatriées en local une fois par jour, pour économiser de la bande passante et optimiser la récupération des données temps réel.



Diffusion : Les animations sont diffusées sur un mur d'écrans (120 pouces) dans la salle des marchés de Fortis Bank, toute la journée.

III - Bornes Interactives

BRITTANY FERRIES

Objectif :

Permettre au travers d'une borne tactile interactive d'informer les passagers du navire Pont Aven sur les offres commerciales en cours, les horaires des différents services proposés sur le bateau, et sur les consignes de sécurité.

Solution :

Création d'une application flash affichant un contenu dynamique, que le client peut modifier via une interface ad hoc. Les informations sont disponibles dans trois langues, que l'utilisateur peut choisir en entrée.



Diffusion : Les animations sont diffusées sur 8 écrans tactiles, lors de toutes les traversées du bateau.

III - Bornes Interactives

NATURINFORMATION AB

Objectif :

Pour un parc naturel à Rogen, en Suède, développer la prévention écologique à l'adresse des visiteurs de tous âges et de différentes nationalités, dans un cadre ludique (jeux, questionnaires).

Solution :

Une interface flash permet de choisir le langage, puis l'âge du visiteur (enfant/adulte).

Le visiteur a ensuite accès à différents jeux flash lui permettant de découvrir les règles du parc naturel.

Le contenu des questionnaires est éditable par le client.



Diffusion : Une borne tactile est à l'entrée du parc.

IV - CD ROM

DIAMONDS & THE POWER OF LOVE

Objectif :

Pour promouvoir une exposition sur l'histoire des diamants, développer dans un délai restreint un CD ROM multi plates-formes, ne nécessitant pas de plug in particulier afin de présenter à la fois les bijoux et les vidéos des installations de l'exposition.

Solution :

A partir de visuels et de vidéos fournies par le client, un CD ROM de présentation à été créé.
Les vidéos ont été encodées au format swf pour pouvoir les visualiser sans sortir de l'application flash. Le CD ROM est accessible sans installation particulière sur Macintosh et PC.



Diffusion : Le CD ROM a été produit à 5000 exemplaires et distribué à la presse.

IV - CD ROM

WAYS

Objectif :

Développer un CD ROM pour promouvoir le court métrage, charté selon l'univers particulier du film.

Solution :

Le CD ROM a été développé en collaboration avec le réalisateur. Il présente la bande originale ainsi qu'un slideshow de photos issues du court-métrage.



Diffusion : Le CD ROM a été envoyé à différents distributeurs. Cela a permis la diffusion du court-métrage dans une salle londonienne.