



NOMINATION

Aymeric Hays-Narbonne à la tête du Reça. Le directeur adjoint de l'École Émile-Cohl devient président du réseau des écoles françaises de cinéma d'animation. Le Reça réunit 25 écoles reconnues par la profession en France.

ÉQUIPEMENT

IPM France distingué pour Easykiosk.

Le fabricant drômois de bornes tactiles a reçu un trophée des entreprises de Valence Romans Agglo. IPM France a récemment remporté un marché de 1 200 bornes pour les vélos en libre-service à Paris au sein du groupement Smoovento.

TRANSPORT

Navya présente un bilan positif à Lyon.

La société lyonnaise a annoncé avoir transporté 22 000 voyageurs depuis septembre 2016 dans ses navettes sans conducteur dans le quartier de Confluence. L'expérimentation va se poursuivre en 2018.

Charvet travaille à des panneaux pilotés par les piétons

Les iGirouettes de Charvet Digital Média ont déjà été présentées dans de nombreux salons et expositions itinérantes. Ces panneaux indicateurs pivotants seront bientôt pilotés par les piétons grâce à une application.

Expérimentation. En attendant les premiers exemplaires, qui sont programmés par ordinateurs, sont testés dans les rues de Lyon. Cette phase est prévue pour durer jusqu'à la fin de l'année 2018 avec l'accord de la Métropole de Lyon.

Une quinzaine de ces totems a été installée entre la place Carnot à Lyon et le stade de Gerland. « Nous nous inscrivons dans une démarche de développement des modes de déplacement doux, explique Christophe Quatrini. Ce quartier, qui est une sorte de laboratoire urbain, se

prêtait donc bien à nos objectifs. » Les iGirouettes indiquent de façon aléatoire la direction de lieux clés (équipements sportifs, stations de tramway et vaporetto, musées...). La future application permettra aux piétons de choisir sa destination parmi une liste pré-enregistrée. Au fur et à mesure de sa progression, les iGirouettes reconnaîtront le smartphone de l'utilisateur et s'aligneront pour continuer à le guider.

Des services supplémentaires pourront être ajoutés, telle que la disponibilité des voitures et des vélos en libre-service dans les stations à proximité.

Commercialisation. Les premières commandes ont été

passées par la Ville de Calais, la station de Tignes, le magasin Decathlon de Bron et le Futuroscope de Poitiers. Soit une quinzaine de panneaux avec celui que teste la direction Gare & Connexions de la SNCF à Paris Montparnasse.

Le directeur général de Charvet Digital Media voit dans ce dispositif un « relais de croissance ». Il va consacrer l'année 2018 à constituer un réseau de distributeurs européens. La société réalise aujourd'hui 8,26 M€ essentiellement grâce à ses panneaux d'affichage lumineux à LED adoptés par les municipalités et le réseau de transport lyonnais. ✦

Charvet Digital Media. Création : 1978 | Siège : Miribel (01) et Charvet Location à Rillieux-la-Pape (69) | Effectif : 50 personnes | CA 2016 consolidé : 8,26 M€ | RN 2016 consolidé : 0,815 k€.

les prod
l'agence du son

Comment le son peut-il séduire de nouveaux clients ?

lesprod.com +33 (0)4 72 53 77 77

Kosmoss aide les entreprises à gérer la « clientitude »

Une agence stéphanoise de business development (8 salariés ; chiffre d'affaires 2016 : 380 k€) lance un serious game. Baptisé « La clientitude », ce support doit aider les entreprises à mieux suivre le parcours de leurs clients à travers les différents points de rencontre avec leur marque.

« Les entreprises laissent leur empreinte par divers canaux : les salons, les réseaux sociaux, les points de vente, les rendez-vous... explique Julien Legat. Mais, en réalité, personne n'est vraiment en mesure d'avoir une vision globale de l'ensemble du parcours client et d'assurer une qualité constante de la relation clients. » Le jeune homme a

cofondé Kosmoss en 2015 avec Sylvain Vallier.

Gamification. Avec « La clientitude », Kosmoss propose aux salariés d'une entreprise de lister les points de contact et d'identifier le parcours client avant la vente, pendant et après à l'aide d'un jeu vidéo. « Ce travail prendrait plusieurs semaines dans un cadre traditionnel. Cela peut surprendre, car la France n'est pas habituée à la gamification, mais avec ce jeu, au terme d'une journée, nous pouvons faire une restitution avec un brief sur les lacunes éventuelles. »

Le développement du serious game s'est fait en interne et a nécessité cinq mois de travail. ✦