

videlio

CARNET de TENDANCES

RAPPORT ANNUEL 2017



Une année en mouvement

À n'en pas douter, l'année 2017 aura été placée sous le signe des synergies. Une véritable dynamique collective fédère les hommes et les femmes qui composent notre Groupe au sein d'un lieu unique et favorise une fusion des compétences dans ce formidable laboratoire digital qu'est le 141. Le choix de ce lieu revêt d'ailleurs deux significations elles-mêmes synergétiques à nos yeux : la volonté affirmée d'aller encore plus loin dans les complémentarités entre nos différentes activités se marie en effet à l'ambition de créer une véritable vitrine technologique au service de notre proposition de valeur.

Au cours de l'année écoulée, VIDELIO a poursuivi son développement dans l'intégration de systèmes audiovisuels pour des organisations privées et publiques (« corporate ») et est particulièrement fière des réalisations accomplies, par exemple les sièges d'Adidas et de SMA-BTP à Paris, la Cité de l'espace à Toulouse, le Mémorial de Schirmeck, la Faculté de Médecine de Montpellier (première faculté de médecine d'Europe entièrement numérique), ou encore la Maison du Handball à Créteil.

VIDELIO est aujourd'hui présent sur tous les terrains d'importance : bien sûr toujours celui du « corporate », mais également ceux du sport et du divertissement, par l'équipement d'espaces à mi-chemin entre stade et salle de spectacle ; celui du broadcast puisque, en 2017, pas moins de 4 chaînes de télévision nous ont fait confiance pour équiper leurs plateaux TV, régies et studios... sans oublier le plateau télévisé des JO de Pyeongchang.

VIDELIO prend également le large grâce aux navires de croisière, qu'elle équipe des toutes dernières technologies embarquées au service du confort de ses passagers (par exemple sur le Celebrity Edge ou le Ocean Medallion en 2017).

VIDELIO en 2017, c'est enfin un accompagnement audio-vidéo sur plus de 6 000 événements, notamment : la mise en œuvre d'un dispositif holographique lors de la campagne présidentielle (qui a permis de réaliser un même meeting dans 6 salles différentes en France, mobilisant une équipe de plus de 300 personnes) et la création d'une expérience immersive sans précédent, un voyage au cœur de l'océan pour la salle plénière de la convention « Our Ocean » de la Commission Européenne à Malte.

Ce sont là autant de jalons qui dessinent un cru 2017 exceptionnel par la qualité et la variété de ses réalisations. Nous avons conçu ce rapport d'activité comme un carnet de tendances qui permettra d'illustrer auprès de chacun les enjeux, les potentiels et les perspectives de la digitalisation appliquée aux différents secteurs du marché. Partout la technologie évolue tout en s'effaçant au profit de l'expérience vécue par l'utilisateur, et c'est de notre capacité à concevoir des solutions au plus près de leurs besoins que dépendront, in fine, les performances des dispositifs déployés.

SOMMAIRE

01

CHAPITRE

CARNET DE TENDANCES

POURQUOI UN CARNET DE TENDANCES ? 05

LES CONTRIBUTEURS 06

01 BIENVENUE DANS L'ÈRE DU SPORT AUGMENTÉ 08

02 QUAND LA CULTURE SORT DU CADRE 12

03 L'ENTREPRISE AFFICHE SON NOUVEAU VISAGE DIGITAL 16

04 LE NUMÉRIQUE CASSE LES BARRIÈRES DE L'ÉDUCATION 22

05 PLONGEZ AU CŒUR DE L'IMAGE 26

06 QUAND LA CONSULTATION PASSE À LA HAUTE DÉFINITION 30

07 POINT DE VENTE : CAP SUR LE SMART RETAIL 34

08 QUAND L'ENTREPRISE DEVIENT UN MÉDIA 38



02

CHAPITRE

CARNET D'INSPIRATIONS

Parce qu'exprimer son besoin, sa vision, son ambition n'est pas toujours aisé, voici plusieurs pistes innovantes pour trouver l'inspiration. 42

03

CHAPITRE

INSTITUTIONNEL

REPÈRES 59

VIDELIO DANS LE MONDE... 60
... ET EN EUROPE 61

GOVERNANCE 62

ACTIONNARIAT 65

RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ENTREPRISE (RSE) 66

NOTRE ACTION ENVIRONNEMENTALE 68

NOTRE ENGAGEMENT POUR LA DIVERSITÉ 69



CHAPITRE

01

CARNET DE TENDANCES

Pourquoi un carnet de tendances ?

La transformation digitale est sur toutes les lèvres. Dans tous les secteurs, à toutes les échelles, les entreprises rivalisent d'imagination et de créativité pour identifier les solutions à même d'accompagner les évolutions de leur business model et de créer un véritable différentiel de valeur. Dans ce contexte, l'enjeu-clé consiste à imaginer les dispositifs les plus innovants,

mais également à concevoir des infrastructures cohérentes, aisées à piloter et capable d'accompagner dans leur évolution des clients à la recherche de toujours plus de souplesse et de réactivité.

L'ambition de ce document est d'offrir un aperçu des projets les plus remarquables réalisés par VIDELIO durant l'exercice écoulé, secteur par secteur,

et d'identifier les tendances qui feront le marché de demain.

CARNET DE TENDANCES

n.m. Outil utilisé pour identifier et anticiper les enjeux actuels et futurs d'un marché. Il analyse les signaux, phénomènes et tendances socio-culturelles, économiques et technologiques qui peuvent annoncer les évolutions futures du secteur d'activité considéré.

01 TENDANCE	02 TENDANCE	03 TENDANCE	04 TENDANCE	05 TENDANCE	06 TENDANCE	07 TENDANCE	08 TENDANCE
PAGE 08 SPORT Bienvenue dans l'ère du sport augmenté	PAGE 12 CULTURE Quand la culture sort du cadre	PAGE 16 ENTREPRISE L'entreprise affiche son nouveau visage digital	PAGE 22 ÉDUCATION Le numérique casse les barrières de l'éducation	PAGE 26 DIVERTISSEMENT Plongez au cœur de l'image	PAGE 30 SANTÉ Quand la consultation passe à la haute définition	PAGE 34 RETAIL Point de vente : cap sur le Smart Retail	PAGE 38 MÉDIA Quand l'entreprise devient un média

Chiffre d'affaires

253 M€

Effectif
Moyen

894

videlio
DIGITAL & MEDIA

VIDELIO - Digital et Media est leader en France dans la conception, le déploiement, l'exploitation et la maintenance de solutions audiovisuelles destinées aux entreprises des secteurs public et privé et aux professionnels de l'audiovisuel et de la production.

Elle est issue d'un regroupement d'entreprises reconnues pour leur professionnalisme dans les domaines de la visioconférence, du digital media, de la post-production, de la sécurité unifiée, de la muséographie, de la scénographie,

de la domotique et de l'équipement de salles de réunions. Nos systèmes sont utilisés dans la télévision, la communication, la publicité, par les entreprises, mais également à bord des navires de croisière. Fort d'un important ancrage régional, VIDELIO - Digital et Media dispose d'un réseau d'alliances stratégiques internationales. Nous sommes ainsi en mesure d'accompagner nos clients dans le monde entier. Notre ambition est de mettre l'image au cœur de leur stratégie et de les assister durablement dans leur transformation digitale.

Partenaire des créateurs d'événements en solutions technologiques innovantes, VIDELIO - Events accompagne chaque année près de 10 000 événements pour réaliser des installations vidéo, son et lumière.

De la conception jusqu'à la réalisation, VIDELIO - Events offre une véritable expertise technique reconnue et exploite un parc de matériel de pointe en développement permanent pour sublimer tous types d'événements : convention, congrès, événe-

Le carnet de tendances proposé est né de l'expertise de nos trois pôles qui, grâce à leur veille permanente et à leur expérience, peuvent donner une longueur d'avance aux projets audiovisuels et numériques.

videlio
EVENTS

ments sportifs, culturels, défilés... Fort d'un réseau de 15 agences en France et d'une expérience acquise sur des projets nationaux comme internationaux depuis plus de 20 ans, VIDELIO - Events peut aujourd'hui intervenir sur des projets de toute taille et toute envergure et ce partout dans le monde.

Autres activités

intelware
VOTRE GROSSISTE AUDIOVISUEL RÉFÉRENT

Croissance maintenue pour Intelware en 2017 grâce à un bon second semestre, dynamique commerciale et très concurrentiel.

Sur un marché animé par des rumeurs d'opérations de concentration en France comme en Europe chez nos concurrents, comme chez nos fournisseurs, Intelware maintient sa place de grossiste référent en se positionnant sur l'affichage dynamique, la vidéoprojection laser et le travail collaboratif. En 2017, Intelware noue des alliances pour la commercialisation de produits d'affichage LED. Cette technologie devrait progressivement s'imposer et se substituer à

bon nombre de produits d'affichage classiques.

Avec un nombre de clients actifs en augmentation et une catégorie « corporate » en croissance, nos équipes commerciales se sont renforcées au siège comme en province, garantissant à nos clients réactivité et accompagnement personnalisé.

2017 marque aussi l'arrivée d'Intelware dans de nouveaux locaux, ainsi que le transfert du site internet sous une nouvelle technologie. Un nouveau site à l'ergonomie repensée qui garantit à nos clients internautes efficacité, réactivité et sécurité !

KROSS



Pionnier dans le domaine des services de communication unifiée, KROSS par le biais de ses deux marques G2J et klood, offre des solutions innovantes qui répondent aux nouveaux usages en entreprise.

Forte de plus de vingt ans d'expérience dans la mise en œuvre d'outils de communication, KROSS met à disposition de ses clients des solutions clé en main et sur mesure pour unifier, sécuriser et simplifier l'ensemble des communications audio, vidéo et data :

- Avec son positionnement d'expert, G2J intervient sur toute la chaîne de production des communications audio, réseaux, terminaux et services pour concevoir des

offres sur mesure et répondre, en mode projet, aux besoins spécifiques de chaque client dont l'objectif est d'améliorer ses communications.

- klood, solution clé en main de collaboration unifiée en mode SaaS (Software as a Service) permet à toutes les entreprises quelles que soient leurs tailles de déployer facilement une solution professionnelle de collaboration. Simplicité, agnosticisme, interopérabilité, sécurité sont les fondamentaux des produits conçus et développés par klood avec pour seul objectif de satisfaire les besoins du client, qu'il soit salarié ou gestionnaire des actifs de l'entreprise.

Portée par toute une équipe, l'innovation au service de la création de valeur pour nos clients est au centre des enjeux de KROSS. Audace, initiative et professionnalisme sont les moteurs de l'entreprise.



Sosh Freestyle Cup 2017

TENDANCE 01

SPORT

Bienvenue dans l'ère du sport augmenté

À l'heure de la réalité augmentée et de l'ultra-haute définition, les organisations sportives bâtissent de nouveaux scénarios plus immersifs.

Plus qu'un match, une expérience. Un trophée conquis dans les dernières secondes ou une médaille arrachée pour quelques centimètres, tous les amateurs de sport se souviennent de prouesses individuelles ou collectives, vécues depuis le bord du terrain aussi intensément que s'ils étaient dessus. Aujourd'hui, ils peuvent faire partie de l'équipe.

Plus que jamais, la compétition sportive est un spectacle. Et le spectacle commence avant même que le coup d'envoi ne soit donné. Tel un athlète préparant sa performance, le spectateur passe à



La Maison du Handball ouvrira ses portes en 2018 à Créteil et permettra aux visiteurs de s'immerger dans la peau d'un gardien de but et de tenter d'arrêter les tirs de Nikola Karabatic et de ses coéquipiers.

LE
SPECTACLE
COMMENCE
AVANT MÊME
QUE LE COUP
D'ENVOI NE
SOIT DONNÉ

l'échauffement. Grâce aux dernières innovations technologiques, le stade devient son terrain de jeu. Écrans très grands formats, projections au sol, animations laser, la nouvelle scénographie audiovisuelle, inspirée des grands shows américains, fait monter l'effervescence en tribune.

L'événement prend vie et lorsque la rencontre commence, l'immersion est totale pour le spectateur. Caméras 4K et drones ●●●

... captent la moindre action en ultra haute définition et à 360°. Plus qu'un simple observateur, le spectateur devient acteur de l'épreuve. Connecté au réseau haut débit de l'enceinte, il peut depuis son smartphone accéder aux ralentis des plus beaux gestes, choisir l'angle de caméra qui l'intéresse le plus ou encore entrer dans un monde de réalité augmentée en superposant en temps réel des informations additionnelles sur les performances, les sportifs, les clubs, les records... Que l'on soit installé sur son

canapé ou assis en gradins, le second écran offre au public une expérience enrichie et personnalisée afin de l'embarquer dans l'aventure.

Du supporter passionné à l'amateur

L'EXPÉRIENCE S'ÉTEND AU-DELÀ DES JOURS DE MATCH

curieux, les organisations sportives cherchent constamment à se rapprocher de leur fanbase et à renforcer le lien qui les unit. Pour cela, l'expérience s'étend au-delà des jours de match. Les spectateurs sont conviés à explorer l'histoire et l'identité du club ou de la fédération, à travers un parcours muséographique qui va leur faire virtuellement revivre les plus grands exploits, rencontrer les plus grands champions, découvrir les coulisses de l'organisation et les secrets du vestiaire. Plus qu'un visiteur, un coéquipier.

13 % des Français iraient plus souvent au stade si celui-ci était connecté.



Future Thinking



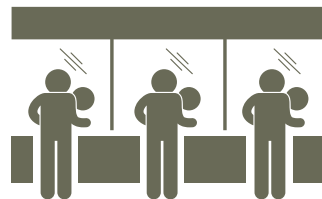
55 % des Français sont fans de sports.

Future Thinking

Le marché français du sport (sponsoring, billetterie, droits TV et merchandising) est estimé à

6,5 milliards d'euros en 2017

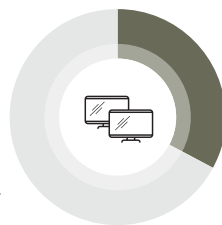
Sponsors



33 %

des personnes regardant un événement sportif à la TV utilisent un second écran.

Uniteamsport



83 %

des Français estiment que la mise en place d'une zone d'animation aux abords du stade accessible avant et après l'événement les aiderait à mieux profiter du moment.

TNS

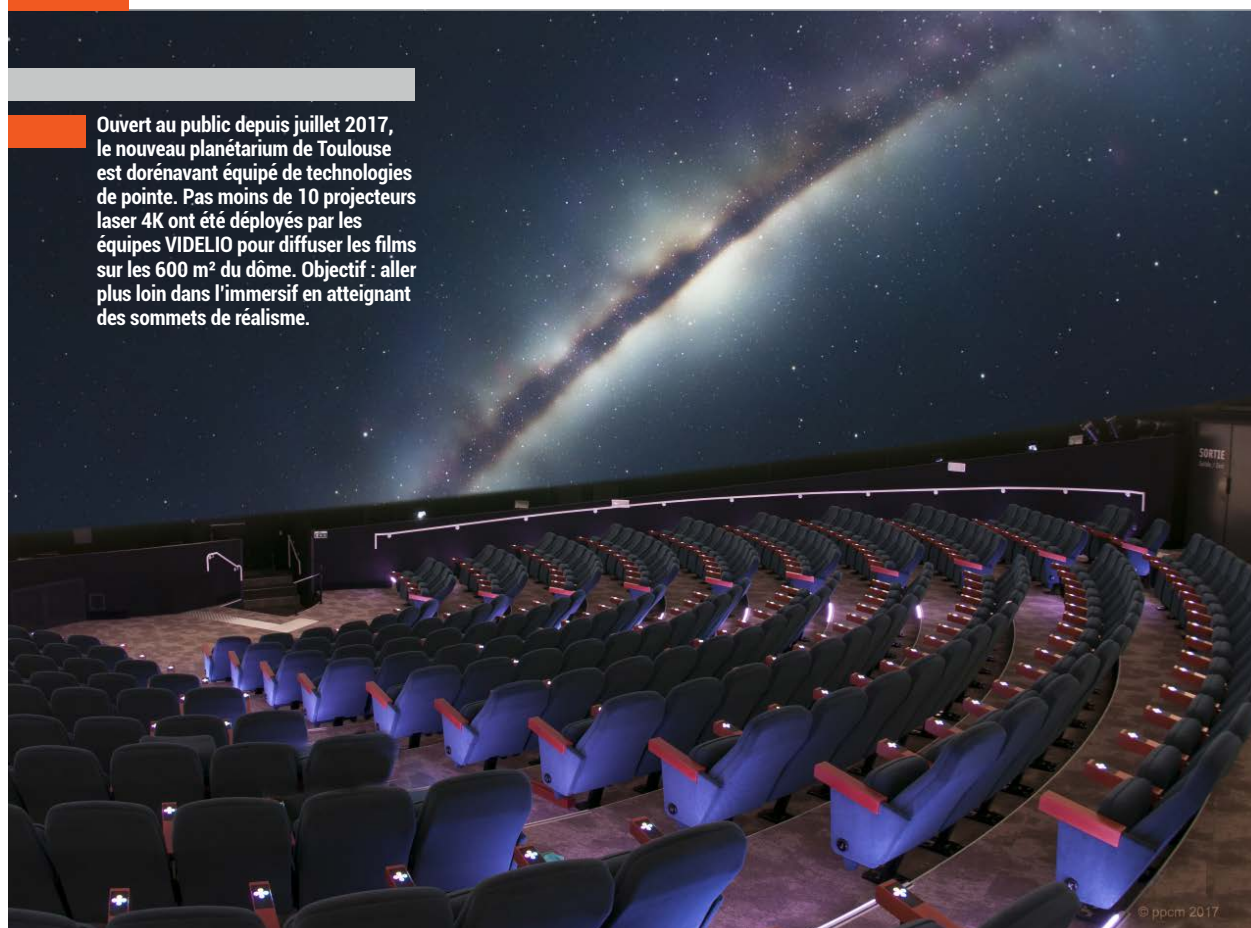


1 4 Pour faire vivre la compétition Sosh Freestyle Cup 2017 au plus grand nombre Orange Events s'est appuyé sur le savoir-faire VIDELIO - Events pour la réalisation de la captation au moyen de caméras et drones, la mise en place d'écrans géants sur le site et la production d'highlights journaliers pour publication sur les réseaux sociaux.

RÉFÉRENCES CLIENTS

2 3 La U Arena a été inaugurée à Nanterre le 16 octobre 2017. Ultra-modulaire, le lieu peut accueillir tous types d'événements et entre 20 000 et 40 000 spectateurs selon la configuration choisie. VIDELIO a assuré toute la sonorisation ainsi que l'audiovisuel de la salle de presse.

Ouvert au public depuis juillet 2017, le nouveau planétarium de Toulouse est dorénavant équipé de technologies de pointe. Pas moins de 10 projecteurs laser 4K ont été déployés par les équipes VIDELIO pour diffuser les films sur les 600 m² du dôme. Objectif : aller plus loin dans l'immersif en atteignant des sommets de réalisme.



Quand la culture sort du cadre

Vent de nouvelles technologies sur la création ! Le monde de la culture tire parti du digital pour donner une nouvelle dimension à ses œuvres et représentations et offrir ainsi aux visiteurs et spectateurs des expériences plus interactives que jamais.

Les œuvres surgissent des présentoirs, les spectacles descendent de scène, les monuments renaissent du passé. Loin de son image parfois conservatrice, la culture est à la pointe de l'innovation audiovisuelle et n'hésite pas à saisir les opportunités technologiques qui s'offrent à elle pour offrir toujours plus



Le Festival des Eurockéennes de Belfort, l'un des plus à la pointe technologiquement de France, déploie plus de 285m² de murs LED pour plonger les festivaliers dans le show. Les concerts sont également retransmis en direct. Un accompagnement VIDELIO – Events.

L'EXPOSITION DEVIENT UN VOYAGE INTERACTIF ET SENSORIEL

aux spectateurs. Dans les allées des musées, le spectateur devient le protagoniste de sa visite. Le traditionnel audioguide laisse place au compagnon de visite, une tablette, un smartphone ou un casque de réalité augmentée, qui va lui fournir tous les renseignements qu'il souhaite sur une œuvre mais également déclencher des interactions. Grâce à des capteurs placés tout au long du parcours, le visiteur va automatiquement faire jaillir des sons et des images au fur et à mesure de son avancée, sans être obligé

...

TENDANCE 02

CULTURE

... de suivre un parcours imposé. Plus qu'un alignement statique d'œuvres, l'exposition devient un voyage interactif et sensoriel, que l'on peut désormais poursuivre une fois rentré à la maison avec une application mobile qui va retracer le parcours effectué et l'enrichir d'informations supplémentaires.

Dans les salles de spectacles ou les aires de festival, ce qui se passe sur scène ne reste plus sur scène. La migration des signaux vers le réseau IP facilite une diffusion de plus en plus étendue. La magie de la représentation, l'ambiance de la manifestation, l'intensité du show : tout

GRÂCE À LA RÉALITÉ AUGMENTÉE, L'HISTOIRE PREND VIE

peut désormais être capté et partagé sur des écrans distants. Pour le public, c'est une nouvelle chance de pouvoir profiter de l'événement sans être accroché à la barrière du premier rang. Pour les équipes techniques, c'est la possibilité d'être tenues en permanence informées du déroulement du programme.

Dans les vestiges d'anciennes civilisations, d'anciennes cités, ou d'anciens monuments, l'histoire prend vie. Grâce à

la réalité augmentée, là où il ne reste aujourd'hui que des ruines, les visiteurs peuvent visualiser les édifices dans toute leur splendeur architecturale, tels qu'ils étaient bâtis des décennies, voire des siècles auparavant. Et là où le patrimoine architectural est préservé, le mapping autorise des mises en scène sans limites pour le mettre en valeur et faire de n'importe quel ouvrage le théâtre d'aventures audiovisuelles spectaculaires.



Focus

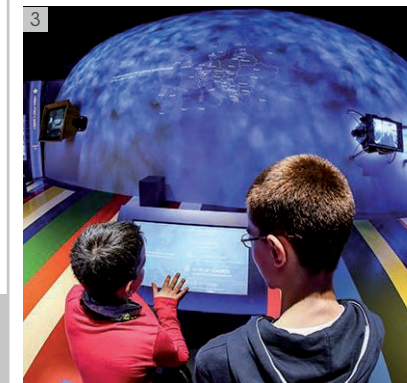
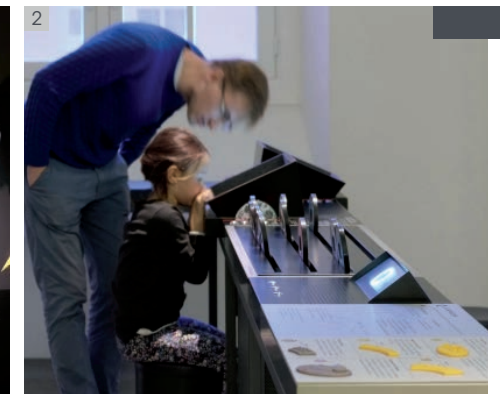
Des festivals toujours plus « green »

Que ce soit la Presqu'île du Malsaucy (Eurockéennes), la Plaine de la Filhole (Garorock) ou la Citadelle d'Arras (Mainsquare Festival), de nombreux festivals élisent domicile tout au long de l'année sur de grands sites naturels ou classés. Pour préserver ce patrimoine tout en laissant libre cours à la culture, les

organisateurs se doivent d'être de plus en plus vigilants sur l'impact écologique de l'événement. En matière d'éclairage ou d'affichage, les nouveaux équipements LED constituent des alliés précieux pour un acteur comme VIDELIO - Events. Leur faible consommation énergétique permet

d'utiliser des sources d'alimentation plus légères, de déployer un câblage moins important, de réduire les capacités de transport, bref, de diminuer l'empreinte carbone globale. Un cercle vertueux pour lequel VIDELIO - Events a entamé en 2017 les démarches de certification auprès

du label PrestaDD. Créé par le Synpase (Syndicat national des prestataires de l'audiovisuel scénique et événementiel), il valorise les bonnes pratiques environnementales des professionnels du spectacle. Et les efforts ont porté leurs fruits puisque le label a effectivement été décerné en mars 2018.



1 La Seine musicale inaugurée en juin 2017, accueille également dans son auditorium des événements d'entreprise, bénéficiant ainsi de sa large scène pour mettre en place des scénographies grandioses.

3 Mémorial d'Alsace-Moselle de Schirmeck. Les visiteurs voyagent à travers le temps et l'espace européen. Grâce aux tablettes, ils participent au jeu collectif qui interagit avec la vidéoprojection.

2 Les visiteurs du nouveau musée du 11 quai Conti de la Monnaie de Paris peuvent découvrir le « Numiscope » ; une expérience en réalité augmentée pour manipuler virtuellement la monnaie et en percevoir tous les secrets de fabrication.

4 Festival des Eurockéennes de Belfort.

RÉFÉRENCES CLIENTS





Dans l'espace accueil de Price Waterhouse Coopers, 5 murs d'images disposés en portraits diffusent des œuvres numériques.

L'entreprise affiche son nouveau visage digital

Ce n'est aujourd'hui plus une option ou même un gage d'innovation. Les entreprises doivent se transformer et exploiter le digital à leur avantage pour attirer les clients et les talents.

C'est un lieu de rencontre, un lieu d'exposition, un lieu de prestige. Le siège social des entreprises est en train de vivre une véritable mutation. L'ère du hall d'accueil austère, de l'open space glacé et des bureaux alignés touche à sa fin. Aujourd'hui, les organisations pensent collaboration, automatisation et réputation. La transformation commence dès l'extérieur. Le bâtiment devient un vecteur à part entière de l'image de marque d'une entreprise et lorsqu'un futur collaborateur ou un client important s'en approche, la première impression doit être la bonne.



L'immersion au cœur de l'univers de la marque : l'un des objectifs de Mumm lors de son dernier événement 2017, où les participants ont pu être plongés au cœur de l'identité Mumm aussi bien pour la partie convention que soirée.

TENDANCE

03

ENTREPRISE

LES AFFICHAGES LED PEUVENT PRENDRE TOUTES LES FORMES IMAGINABLES"

C'est pourquoi les façades se parent désormais de murs LED portant l'identité et les messages de la marque vers l'extérieur. Transparents, courbés ou extra-plats, les affichages LED peuvent prendre toutes les formes imaginables pour s'adapter à l'architecture de l'édifice ou créer une scénographie originale pour différencier la société et identifier sa présence au premier coup d'œil.

La métamorphose se poursuit à l'inté- ...

... rieur. Les halls d'accueil se transforment pour faire vivre une réelle expérience aux visiteurs. Les écrans ont remplacé les toiles, les ordinateurs se substituent aux ateliers et les logiciels supplantent les pincesaux : l'art numérique s'expose dès l'entrée. Les entreprises mettent en avant une nouvelle génération d'artistes alliant puissance informatique et interfaces électroniques pour créer une nouvelle forme d'interaction entre l'œuvre et ses admirateurs. Des créations multimédias qui valorisent l'image de l'établissement donc, mais aussi des animations qui

favorisent les échanges au sein de l'organisation. Avec des collaborateurs qui travaillent de plus en plus à distance, l'entreprise n'est plus pensée comme un bureau mais comme un espace de colla-

L'ENTREPRISE N'EST PLUS UN BUREAU MAIS UN ESPACE DE COLLABORATION

boration, un lieu dans lequel on ne se rend plus pour accéder à un outil de travail mais pour échanger avec ses pairs. Cela influe à la fois sur l'agencement des locaux et sur leur équipement. L'heure est au flex-office et à la mise en place de salles de réunions intelligentes et de solutions intégrées, permettant aux employés d'échanger des informations ou de communiquer avec l'extérieur en tout simplicité. Les câbles disparaissent au profit des commandes tactiles et vocales. Ici, la technologie ne s'expose pas, elle s'efface au profit de l'usage. ...

Un cadre passe en moyenne 24 jours par an en réunion.



Seules **52 %** de ces réunions sont considérées comme productives. *Future Thinking*

3 Avantages compétitifs favorables à la communication unifiée :

- Horaires obligatoirement respectés
- Connexion à distance, moins de déplacements
- Temps de réunion respecté pour des échanges plus riches et des décisions plus rapides



Le **Télétravail** est préconisé par



71 % des français

et obtient un taux de satisfaction de **96 %** employeurs/salariés confondus.

Étude pour l'année 2016 publiée par le Commissariat général à l'égalité du territoire.



42 % des solutions de communication unifiée sont en mode SaaS. *IDC*



Collaboration, simplification, automatisation

Les défis de la salle de réunion

NICOLAS RONSIN

Chef de produit communications unifiées, Société Générale :

Il y a de plus en plus de mobilité et donc de réunions avec des personnes distantes. Notre mission est d'accompagner cette transformation globale en offrant l'expérience utilisateur la plus simple possible, avec des solutions aussi naturelles que pouvait l'être le téléphone, mais en poussant la collaboration beaucoup plus loin grâce au partage d'informations à distance, aux interfaces tactiles ou au cloud

DAVID TRANCHARD

Chef de Projet, Direction de l'Environnement de Travail, Bouygues Télécom :

Il y a un véritable besoin de simplifier l'usage des salles de visioconférence. Les connectiques sont trop nombreuses et trop hétérogènes, les ordinateurs portables disposent de moins en moins de ports et les utilisateurs n'ont pas le temps de configurer la solution. L'objectif aujourd'hui, c'est que n'importe quel utilisateur, sans expertise audiovisuelle, entre dans une salle et se connecte immédiatement à sa conférence

BERTRAND ROCHET

Chef de projet maîtrise d'œuvre, Caisse d'épargne LCA :

La salle de réunion moderne et automatisée, ce n'est pas qu'une question de productivité. C'est aussi l'image de l'entreprise. Lorsqu'on réunit des dirigeants, collaborateurs, partenaires ou clients, on se doit de les placer dans un environnement de travail haut de gamme et performant. C'est la capacité d'innovation de l'organisation que l'on démontre



1 Le personnel en délégation VIDELIO assiste SMA durant leurs événements pour permettre la diffusion de contenus spécifiques sur les murs d'images ou dans l'auditorium et assurer l'exploitation technique en régie durant les conventions ou assemblées générales.



2 Les Echos se renforcent dans la vidéo avec un nouveau studio TV d'enregistrement. L'émission « L'invité des Echos » est disponible sur lesechos.fr.

RÉFÉRENCES CLIENTS

Le bâtiment tout entier se met au service de la productivité des salariés. L'affichage dynamique et les bornes interactives fournissent les informations dont ils ont besoin et les orientent dans la bonne direction.

L'utilisateur reprend le contrôle, y compris lors des événements. Dans les auditoriums et salles de conférence, le bon déroulement des présentations n'est plus dépendant du bon vouloir de la technique. Plus « d'aléas du direct » ou « d'effet démo » qui viennent ternir le discours. Grâce aux nouvelles solutions interac-

tives, les ordres ne viennent plus de la régie, mais directement de la scène, et l'intervenant prend les commandes de la convention en déclenchant quand il le souhaite les animations nécessaires à sa démonstration, où qu'elles soient situées dans la salle. Le speaker a ainsi la capacité d'immerger son public dans l'univers de la marque en prenant la main sur des décors digitaux à 360°. L'outil audiovisuel devient alors une valeur métier et non une barrière technique. Forte de cette maturité numérique, l'organisation peut non seulement inciter les meilleurs talents à

la rejoindre mais également fidéliser ses équipes en leur offrant des conditions de travail de haut niveau.

Et parce que déployer des technologies d'avenir, c'est aussi capitaliser sur le passé, de plus en plus d'entreprises créent leur propre musée. En exploitant les dernières innovations scénographiques, elles matérialisent un savoir-faire et une expertise cruciaux pour les clients, mais permettent également aux employés de parcourir l'histoire de la compagnie et de trouver leur place dans l'aventure collective.

6 Technologies pour se différencier sur un salon

Il n'est pas toujours évident de se démarquer sur un salon, lorsqu'on occupe un stand de quelques mètres carrés parmi des dizaines, voire des centaines d'autres. Voici comment la technologie peut faire d'une entreprise la star d'un événement.

ÉCRANS TACTILES

Les visiteurs peuvent découvrir la marque de façon ludique à travers des jeux ou des présentations animées.

ANIMATIONS INTERACTIVES

Réalité virtuelle ou augmentée, capteurs de mouvements, mapping, de nombreuses solutions permettent d'impliquer les visiteurs.

SOCIAL WALL

Afin de laisser s'exprimer son audience et faire vivre sa présence sur le salon au-delà des murs du palais des expositions.

MUR D'IMAGES

Les grands formats LCD permettent d'offrir une belle visibilité à ses contenus.

MUR LED

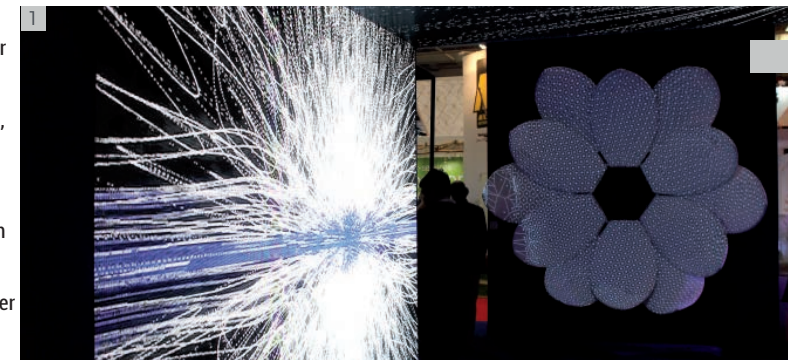
La LED autorise tous types de formats, même les plus originaux, pour capter l'attention des visiteurs, même de loin.

ÉCRANS INNOVANTS

Encore peu connus du grand public, les écrans transparents ou miroirs constituent des opportunités intéressantes de se distinguer.

1 Lors du salon Heavent Paris l'art numérique a été mis à l'honneur pour mettre en valeur les solutions technologiques VIDELIO - Events : écrans transparents, vidéoprojection, murs LED 1,6 mm et 2,5 mm, systèmes interactifs...

2 Chez SMA, 3 techniciens sont en délégation pour assurer l'exploitation du bâtiment : interventions dans les différents espaces, veille préventive, interventions techniques pour assister les utilisateurs.



RÉFÉRENCES CLIENTS

3 Pour plonger dans le thème les participants de la conférence OUR OCEAN organisée par la commission européenne, une scénographie unique a été mise en place offrant un résultat époustouflant : vidéoprojection infodécor à 180° et plafond, mise en lumière, système sonore.





Campus
Pernod Ricard University

TENDANCE
04

ÉDUCATION

Le numérique casse les barrières de l'éducation

En s'appuyant sur les nouvelles technologies, l'enseignement peut prendre de nouvelles formes plus interactives, quitter les murs des établissements et s'ouvrir au monde.

Un grand tableau, un enseignant debout devant un groupe d'élèves passifs, assis derrière des rangées de bureaux. Cette forme scolaire encore en vigueur dans de nombreux établissements est de plus en plus bousculée par de nouvelles méthodes d'éducation qui constituent désormais un enjeu d'attractivité majeur. Les tablettes ont remplacé les cahiers sur les bancs de l'école et les professeurs exploitent de nouveaux outils numériques pour transmettre leur savoir. L'étudiant d'aujourd'hui n'est pas qu'un apprenant. Il participe pleinement à sa



formation en travaillant étroitement avec les enseignants et les autres élèves. Pour cela, l'école se mue en espace collaboratif. De grandes surfaces d'affichage verticales ou horizontales permettent de travailler à plusieurs sur un document. Des informations peuvent être créées ou modifiées en temps réel directement sur

l'écran ou depuis leur PC, tablette ou smartphone. La pédagogie devient ainsi plus active, engageante et collaborative. Pour favoriser les échanges, l'heure est à la modularité et aux petits espaces. Les « huddle room », salles connectées ●●●

Campus
Pernod Ricard
University

Campus de
6 500 m²



15 000 h
de formation
dispensées
chaque année



Un auditorium
modulable de
350 places et
un amphithéâtre
de **60 places**
et des espaces
de convivialité

15 salles
de réunion
équipées
en matériel
audiovisuel

LA RÉFLEXION PLUTÔT QUE L'INSTRUCTION, L'EXPÉRIMENTATION PLUTÔT QUE L'OBSERVATION

... et pensées pour le travail en groupes réduits, sont des condensés de technologie collaborative : visioconférence, projection, partage de fichiers... L'objec-

tif est de concevoir des lieux invitant davantage à la réflexion qu'à l'instruction, à l'expérimentation plutôt qu'à l'observation. Les « Fab Labs », ateliers de fabrication où machines, compétences et innovations se partagent en toute liberté, s'inscrivent également dans cette tendance. La formation magistrale à proprement parler, peut quant à elle être délivrée à distance.

MOOC, ou Massive open online course. Les établissements sont de plus en plus nombreux à se tourner vers ce nouveau modèle de formation, permettant à un

nombre potentiellement illimité de personnes d'accéder à des cours en ligne, où et quand elles le souhaitent.

Le cycle d'enseignement est ainsi libéré des contraintes du présentiel et chacun peut organiser son parcours pédagogique à sa guise. Pour cela, les universités se dotent de capacités de captation et de diffusion en streaming, transformant des salles de classe en studios d'enregistrement. Le savoir n'est ainsi plus cantonné aux murs des institutions, mais peut être véhiculé au-delà des frontières.

Faculté de Médecine de Montpellier. Une faculté en phase avec l'évolution des techniques d'enseignement : outils de communication modernes, cours en visioconférence, partage de données, cours en streaming...



RÉFÉRENCES
CLIENTS



? Trois questions à Martial Cron

Responsable du service audiovisuel, Sciences Po

Comment Sciences Po s'adapte aux nouvelles méthodes d'éducation ?

Nos locaux actuels ne sont plus adaptés aux nouveaux usages. Nous projetons d'ouvrir pour la rentrée 2021 un nouveau campus au cœur de Paris : l'Artillerie. Ce nouvel ensemble offrira un plateau de tournage,

une régie, des espaces de production de MOOCs, mais aussi des outils de partage et de collaboration.

Que va apporter ce nouveau site en termes de pédagogie ?

L'idée est notamment d'offrir à 10 000 étudiants et 200 chercheurs des espaces

modulables pour venir travailler dans l'école en petits groupes et mettre en place une pédagogie inversée. Les cours pourront en parallèle être davantage suivis à distance.

Quels sont les enjeux pour l'école ?

Avec la mobilité grandissante

des étudiants, la compétition internationale est de plus en plus forte entre les grandes écoles du monde entier. Nous comptons plus de 40 % d'élèves étrangers. Cette évolution est indispensable pour maintenir Science Po au niveau des meilleurs standards mondiaux et attirer les meilleurs étudiants.



La promenade du MSC Meraviglia, la plus longue jamais construite en mer, reproduit un ciel numérique avec couchers et levers de soleil, ciel étoilé la nuit...

TENDANCE

05

DIVERTISSEMENT

Plongez au cœur de l'image

*Cap sur l'immersion !
Portée par des solutions
de diffusion plus riches
et interactives que
jamais, l'industrie
des loisirs met la vidéo
et le rich média au cœur
de ses dispositifs pour
proposer une expérience
différenciante.*

Le multimédia a longtemps été une plus-value remarquée pour tout dispositif événementiel. Mais en l'espace de quelques années le mouvement s'est accéléré, et sa place a considérablement évolué, passant du « nice to have » au « must have ». En d'autres termes, l'expérience son et lumière s'est déplacée du périmètre du divertissement au cœur même de l'action, au point parfois de



devenir l'attraction en elle-même. En cause, des dispositifs toujours plus riches et immersifs, une interactivité jamais vue jusqu'alors, et des formats toujours plus imposants, qui plongent les visiteurs dans un véritable tourbillon émotionnel.

L'heure est à l'ultra haute définition : après une montée en puissance progressive, la 4K s'impose comme le format standard, y compris sur des formats plus grands et plus souples. En épousant les formes de ●●●

**LA 4K S'IMPOSE
COMME LE
FORMAT
STANDARD,
Y COMPRIS
SUR LES PLUS
GRANDS FORMATS**

L'hôtel de ville illuminé de vert pour exprimer le désaccord de la Mairie de Paris face à la décision de Donald Trump de retirer les Etats-Unis des accords de Paris. L'utilisation de la technologie pour le soutien de la France à la protection de l'environnement.

... la décoration, ces écrans nouvelle génération permettent de concevoir des espaces à même de se renouveler intégralement pour chaque occasion. L'avenir est à la personnalisation !

Autre tendance forte des espaces d'exposition ou de loisirs, les écrans transparents ou miroirs font désormais leur apparition. Boutique éphémère, espace d'exposition ou performance artistique s'emparent de ces nouveaux dispositifs pour surprendre leurs visiteurs et imaginer de nouvelles interactions en s'intégrant au cœur même de la décoration, du

sol au plafond grâce à des dalles LED ultra-résistantes.

Dans l'espace public, les diffuseurs, qu'ils soient organisations privées ou collectives, rivalisent de créativité pour occuper, de façon ponctuelle ou pérenne, les carrefours d'audience les plus prisés avec des solutions d'affichage format XXL. À Bordeaux, Paris ou Nantes, certaines rues commerçantes ou façades prestigieuses se sont ainsi muées en immenses écrans interactifs, plongeant les passants au cœur de l'action pour un impact maximal. Quant à la réalité aug-

LA SEULE LIMITE EST FINALEMENT LA CRÉATIVITÉ DES PORTEURS DE PROJET

mentée, elle constitue à n'en pas douter l'une des tendances de l'année grâce à des solutions désormais matures. Des outils parfaitement adaptés à des présentations produites, à des consultations publiques ou encore à des attractions grand public.

Face à un tel panorama technologique, la seule limite est finalement la créativité des porteurs de projets. Et force est de constater que les possibilités offertes par la réalité augmentée et les hologrammes donnent des ailes aux communicants, jusqu'aux plus hautes sphères de l'État : désormais, les hommes politiques se dupliquent pour organiser des meetings holographiques simultanés aux quatre coins de France !

Comment enfin ne pas citer l'IoT qui sort des salles blanches pour envahir les espaces de divertissement. Grâce à une interface pilotée depuis une tablette, n'importe quel événement peut se transformer en un « escape room » géant ou accueillir un show son et lumière impromptu !



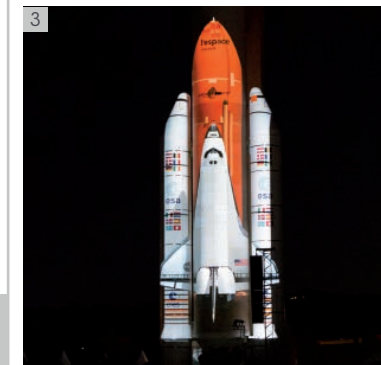
Focus

Le digital prend le large !

Toujours plus grands, toujours mieux équipés, les navires de croisière sont devenus de véritables palaces flottants, désireux de proposer à leurs voyageurs une expérience inoubliable. Pour ce faire, les attractions à bord sont nombreuses et variées : salles de sport, restaurants, cinémas, casinos et autres spas font désormais figure d'équipements incontournables.

Pour enrichir encore son offre, l'armateur MSC Croisières a joint ses forces à celles de VIDELIO pour imaginer le navire de demain, capable de tirer le meilleur parti des technologies embarquées. À la clé, de nombreux dispositifs vidéo et scéniques, mais surtout une voûte LED de 480 m² couvrant l'intégralité de la Promenade, la plus longue jamais vue en mer. Avec ses 5,60 m

de large, 80 m de long, 1 334 panneaux de LED avec un pitch de 4 mm, cette voûte reproduit un ciel numérique, capable de transmettre des panoramas, des événements, des levers, des couchers de soleil et le ciel étoilé la nuit. Un pari à la hauteur du MSC Meraviglia, nouveau fleuron de la flotte de l'armateur, qui transporte depuis mai 2017 pas moins de 5 700 passagers.



1 4 Salle de spectacle intérieure ou amphithéâtre en plein air, le Symphony of the Seas, dernier né de la flotte RCCL est doté d'espaces de convivialité totalement immersifs pour une expérience inoubliable.

2 Chaque année, à l'occasion d'Halloween, le temple d'Osiris du Parc Astérix prend vie pour un spectacle terrifiant ! Ainsi, un mapping vidéo renforcé par une installation son et lumière

RÉFÉRENCES CLIENTS

permet de faire régner « la peur sur le parc » grâce aux équipes VIDELIO - Events.

3 Mi-octobre la cité de l'espace fêtait ses 20 ans. Pour l'occasion l'agence Médiane Organisation a imaginé un show d'exception. Ainsi un mapping géant a été réalisé par les équipes VIDELIO - Events, pour faire vivre le décollage de la fusée Ariane 5 !





TENDANCE

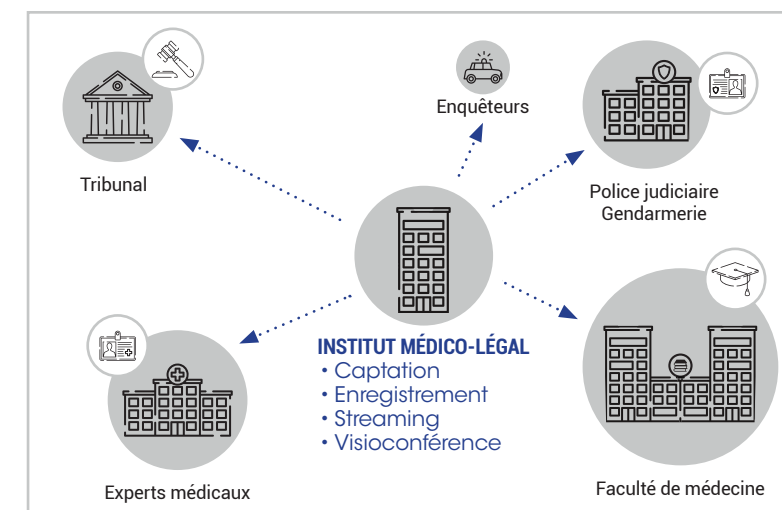
06

SANTÉ

Quand la consultation passe à la haute définition

De la consultation courante jusqu'au cœur même du bloc opératoire, l'image prend une importance capitale dans le parcours de soins. La maturité des réseaux et la généralisation de la HD dessinent un paysage en forme d'autoroute vers la e-santé.

Robots médicaux, téléconsultation, wearables (technologies portables) et capteurs en tout genre capables de prendre la tension, de mesurer la qualité du sommeil ou encore de suivre l'impact d'un traitement, la médecine surfe sur la vague digitale et communicante. Le bloc opératoire lui-même se réinvente et se transforme en un véritable studio d'enregistrement et de diffusion. Au cœur d'un véritable



Autre type d'application : une étude de cas pour un institut médico-légal connecté.

concentré de technologies médicales, et portés par la montée en puissance de techniques mini-invasives comme la coelioscopie, les écrans ont fait une entrée remarquée dans le quotidien des praticiens hospitaliers. L'arrivée de ces technologies haute définition procure un confort de travail sans égal aux chirurgiens et offrent des bénéfices aussi tangibles que variés :

- **Des solutions pour mieux travailler :** lorsqu'un chirurgien réalise une opération reposant sur une capta-

tion vidéo (coelioscopie, radiologie, endoscopie), il manipule des caméras qui transmettent autant de signaux, diffusés sur autant de petits moniteurs. Grâce à l'agrégation des flux vidéo, il peut désormais rassembler ces signaux sur un seul écran HD et/ou 4K, réduisant l'encombrement dans le bloc et facilitant sa prise de décision. Ces images peuvent par ailleurs être enregistrées à des fins d'analyse ou de conservation légale.

...

... • **Des solutions pour mieux collaborer :**

dans le cas de pathologies particulières, qui nécessitent des compétences rares, il peut être utile de solliciter l'avis d'un ou plusieurs spécialistes au moment du geste opératoire. Le suivi des opérations se fait même hors les murs du bloc : un nombre croissant de conférences permettent à des chirurgiens venus du monde entier d'assister à la retransmission d'une opération en direct. Ces conférences sont aussi l'occasion de partager les bonnes pratiques médicales en tirant parti des toutes dernières innovations, dont l'imagerie 3D.

LES BLOCS CONNECTÉS PEUVENT DÉSORMAIS PERMETTRE À DES CHIRURGIENS DU MONDE ENTIER D'ASSISTER À L'OPÉRATION ET DE PRODIGUER AVIS ET CONSEILS AU PRATICIEN EN TEMPS RÉEL

• **Des solutions pour mieux enseigner :**

une bonne part des centres hospitaliers français sont des centres universitaires, et doivent donc assurer également la formation des futurs médecins. Grâce aux solutions de visioconférence intégrées

au bloc, les interventions les plus remarquables sont désormais retransmises en direct – via des flux entièrement sécurisés – dans des amphithéâtres distants parfois de plusieurs centaines de kilomètres pour permettre aux étudiants de suivre au plus près les gestes de leurs enseignants.

La digitalisation du système de santé ne se limite pas au seul bloc opératoire : des terminaux plus courants comme les bornes d'orientation interactives jusqu'aux solutions les plus pointues, le numérique révolutionne doucement mais sûrement les pratiques hospitalières.

À l'heure de la dématérialisation du dossier médical individuel, c'est toute la médecine qui réalise peu à peu une véritable mue numérique, pour le plus grand bénéfice des patients comme des professionnels de santé.

? Trois questions à David Elbaz

Responsable du marché santé chez VIDELIO - Digital & Media

Quelles sont les principales perspectives de la santé connectée ?

Elles sont nombreuses ! En premier lieu, je citerais la démocratisation de la 4K : tous les dispositifs médicaux vont peu à peu en être équipés pour offrir toujours plus de finesse aux médecins et un réalisme optimal. Dans le même mouvement, réalités virtuelle et augmentée seront de plus en plus utilisées. Il se peut que

demain, le chirurgien n'ait plus d'écrans mais des lunettes spéciales, qui lui donneront les données du patient en temps réel et le guideront pour optimiser ses manipulations.

Quelle place dans ce panorama pour les technologies communicantes ?

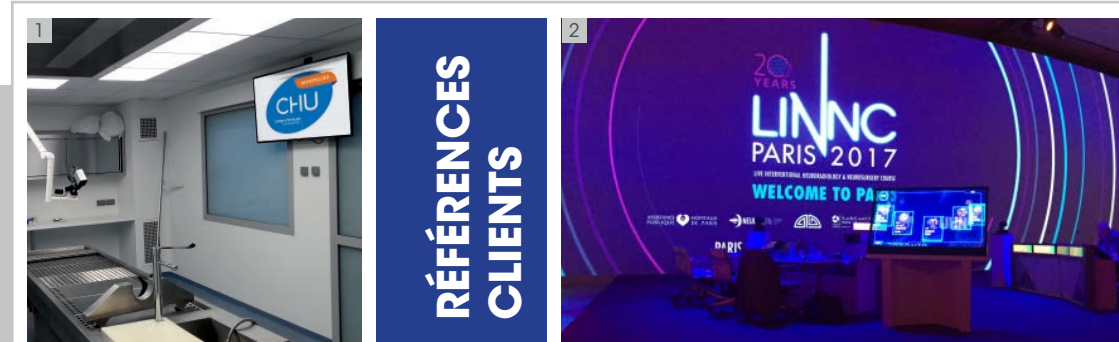
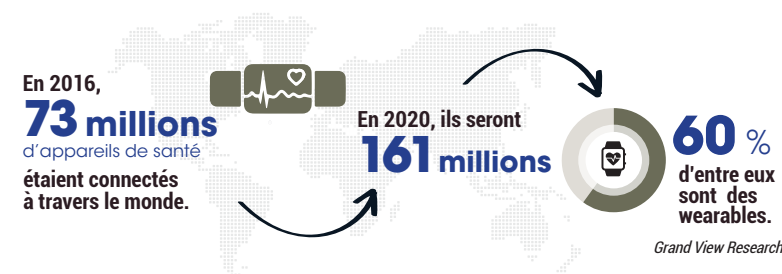
Depuis quelques années, on ne conçoit plus une salle d'opération sans y intégrer une solution de communication

unifiée pour contacter des spécialistes, collègues ou étudiants. Grâce à la maturité des réseaux et des offres, la pratique médicale est plus collective que jamais !

Ces réseaux ouverts ne posent-ils pas de problématiques de sécurité ?

Ce sujet fait l'objet d'une attention particulière : au sein de l'hôpital, tous les accès sont privés, de façon à ce

que seules les personnes autorisées y aient accès. Pour les flux sortants, tous les systèmes de visioconférence intègrent un cryptage des données transmises et nous y ajoutons une couche supplémentaire renouvelés à chaque session. Les protocoles utilisés sont donc tout à fait à la hauteur des enjeux de la criticité des données médicales.



1 La dotation des salles d'autopsie en solutions de visioconférence et d'affichage de très haute précision répond à un triple objectif : faciliter l'accès à l'enseignement et à la formation, gain de temps et réduction des coûts pour les enquêteurs de la Police Judiciaire dont la présence aux autopsies était requise jusqu'alors.

2 Les nouvelles technologies sont au cœur des dispositifs pour les congrès médicaux. Comme le congrès LINNC, organisé par Europa Organisation. En collaboration avec l'agence Superbien, un espace immersif a été imaginé proposant

une vidéoprojection 3D et un pilotage des contenus par l'orateur au moyen d'une table transparente tactile. Un dispositif permettant de suivre en duplex des opérations se déroulant en direct dans des salles d'hôpitaux du monde entier.

Un nouveau terminal pour l'aéroport de Lyon disposant d'un écran led indoor circulaire de 8 mètres de diamètre.



TENDANCE

07

RETAIL

Point de vente : cap sur le Smart Retail

Le point de vente fait sa révolution : connecté, interactif, capable d'accompagner ses visiteurs tout au long de leur parcours tout en traitant leurs données en temps réel, il devient un espace d'expérience, plus riche et personnalisé que jamais.

Le magasin se réinvente, vive le commerce connecté ! Certes, les points de vente petits et grands n'ont pas attendu l'émergence du e-commerce pour adapter leurs modèles et leurs pratiques. Mais la maturité des technologies disponibles et le potentiel d'acquisition, de transformation et de fidélisation offert par les solutions in-store dessinent un paysage particulièrement propice à une transformation en



LA CLÉ DE VOÛTE DE CETTE RÉVOLUTION NUMÉRIQUE ? L'AVÈNEMENT DE LA DATA

profondeur. Dans un environnement dans lequel les ventes en ligne vont doubler en 10 ans et atteindre 20 à 25 % du marché, les points de vente ne peuvent plus se limiter à un rôle de transaction, peu à peu capturés par l'e-commerce. Ils doivent redéfinir leur rôle, réduisant pour certains leur présence physique tout en travaillant pour intégrer les canaux de distribution en ligne. Pour autant, le magasin physique reste et restera encore longtemps le canal préféré des consommateurs. Surtout, le taux de transformation y demeure bien plus élevé que sur le web. D'où l'importance de réussir ces concepts phygitaux, qui mêlent le

Avec un nombre record de plus de 33 millions de touristes à Paris en 2017, l'office de tourisme a choisi de se doter d'un affichage dynamique performant pour les informer plus efficacement.

...

LES POINTS DE VENTE NE PEUVENT PLUS SE LIMITER À UN RÔLE DE TRANSACTION, PEU À PEU CAPTURÉ PAR L'E-COMMERCE

... online et le offline. En mode « the everything store ». Cette notion de carrefour d'expériences se retrouve dans l'émergence de nouveaux services à la disposition des visiteurs : bornes d'orientation et de click and collect ou solutions de recharge rapides font désormais partie des fondamentaux de ces « smart stores ».

Mais plus largement, c'est l'ensemble du parcours client qui est enrichi par la déferlante digitale. Dès son passage devant la boutique, de grands écrans en vitrine captent l'attention du visiteur potentiel et adaptent même leur message aux conditions climatiques ou à l'heure du jour. À son entrée dans le magasin, le client est scanné, identifié, et son historique d'achat

transmis sur les tablettes des conseillers, qui pourront ainsi lui proposer des solutions en phase avec ses besoins habituels et offrant une chance plus élevée de transformation. Dans les rayonnages, des beacons interagissent avec son smartphone pour lui proposer une promotion contextuelle ou une information sur sa gamme de produits préférée. Un vêtement à essayer ? Une cabine connectée dotée d'un écran miroir permet à notre visiteur de visualiser son produit dans d'autres coloris, de consulter les stocks ou de demander qu'on lui apporte une taille supérieure. Lors de son passage en caisse enfin, de petits écrans lui proposent de finaliser son parcours avec quelques achats additionnels associés à son panier

actuel. La caisse elle-même cède peu à peu la place à des vendeurs équipés de solutions de paiement mobile : une fois le panier réglé, celui-ci pourra être livré à l'heure et sur le lieu de son choix.

La clé de voûte de cette révolution numérique ? L'avènement de la data. La collecte de la donnée client est partout : à travers les programmes de fidélisation, le cross-canal et le smart signage. L'enjeu est ensuite d'être capable de la traiter, de l'analyser et de la restituer dans les meilleures conditions. À la clé, la capacité pour les points de vente de proposer une expérience toujours renouvelée, et toujours plus en phase avec les attentes et les centres d'intérêt de leurs publics. In fine, c'est une nouvelle relation qui s'installe entre la marque et son audience, créant plus d'engagement et de qualification au service du chiffre d'affaires.

Les 5 clés du NRF

Le NRF 2018, grand-messe annuelle du retail, a livré ses enseignements. Découvrons les grandes tendances qui porteront la croissance du secteur en 5 points saillants.

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Big data oblige, l'AI est partout. Les besoins en traitement de données sont tels que l'analyste Gartner estime que 85 % des interactions reposeront sur l'AI d'ici 2020.

COMMERCE CONVERSATIONNEL

Dans la foulée d'Amazon Echo et Google Home, la voix prend de plus en plus de place dans les recommandations produit.

RÉALITÉS VIRTUELLE ET AUGMENTÉE

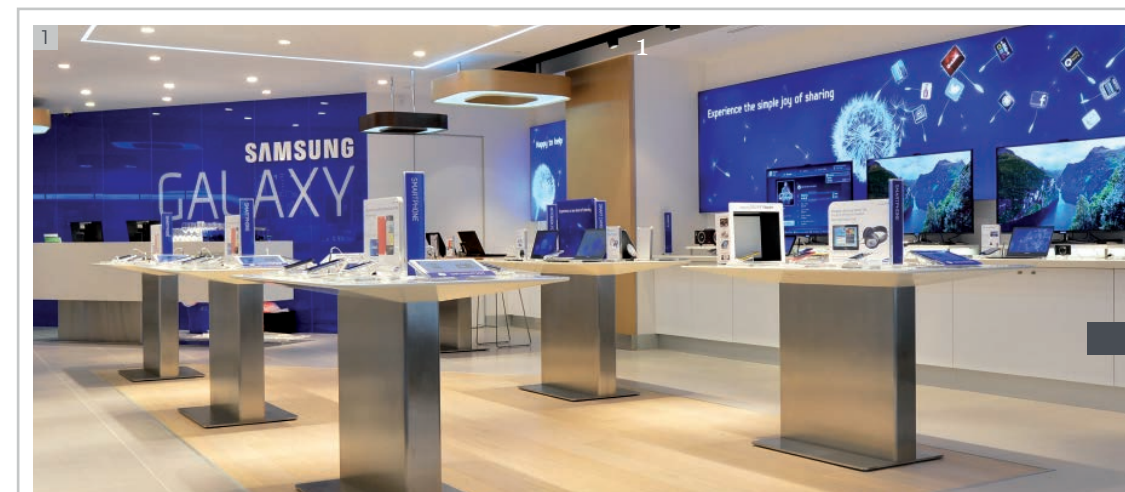
Les solutions de simulation, qui permettent aux consommateurs d'essayer dans les conditions du réel avant l'acte d'achat ont le vent en poupe.

SHOPPING MOBILE

De la recommandation dynamique jusqu'au paiement, la dynamique mobile réinvente la relation entre la marque et ses clients, et le smartphone devient le premier conseil en la matière.

PERSONNALISATION

Un magasin rien qu'à moi ! En adaptant dynamiquement offre et contenus au profil des visiteurs d'une boutique, les retailers proposent une expérience sur-mesure, à la fois personnelle et évolutive.



1 De nouveaux espaces de vente Samsung pour faire découvrir l'univers de la marque.

2 Zone de détente et découverte de destinations à l'aéroport St Exupéry de Lyon avec des bornes tactiles et interactives déployées par VIDELIO - Digital & Media.

3 Accueillir, informer et orienter ses visiteurs, telle est l'ambition de l'office de tourisme de Paris qui a doté ses points d'accueil de dispositifs digitaux et interactifs conçus et intégrés par VIDELIO - Digital & Media.

RÉFÉRENCES CLIENTS





Pour se faire assister pour le lancement et la gestion technique de sa nouvelle chaîne, RT France a fait appel à VIDELIO pour constituer l'ensemble des équipes de maintenance et d'exploitation.

TENDANCE

08

MÉDIA

Quand l'entreprise devient un média

Des moyens de production professionnels désormais accessibles, des compétences techniques intégrées au cœur des départements communication, des réseaux mobiles aussi performants que disponibles : tout est réuni pour permettre aux acteurs privés de devenir de véritables producteurs de contenus.

La technologie a toujours contribué à rapprocher les Hommes. Aujourd'hui, la démocratisation des moyens de production et de diffusion audiovisuels pose les bases d'une nouvelle synthèse : celle des émetteurs et des diffuseurs. Encore récemment, lorsqu'une entreprise avait



besoin de s'adresser à ses clients et prospects, elle se tournait soit vers la publicité, soit vers un événement de grande ampleur. Aujourd'hui, les entreprises veulent être créatrices de leurs propres contenus et maîtresses de leur propre storytelling. Via le web et les réseaux sociaux, certaines organisations disposent même d'une très large audience, comparable à celle de certains diffuseurs spécialisés. Elles veulent donc produire du contenu pour ces nouveaux spectateurs : on tourne des films direc- ...

L'TOUTE
L'INFRASTRUCTURE
D'UNE CHAÎNE
DE TÉLÉVISION PEUT
ÊTRE PROJETÉE AU PLUS
PRÈS DU TERRAIN"

La création d'une salle de rédaction et de studios intégrés dans un calendrier serré a obligé CNNMoney Switzerland à faire appel à un partenaire bénéficiant d'une expérience solide comme VIDELIO.

... tement dans les usines, on fait parler les ingénieurs maison... Dans ce mouvement d'appropriation des moyens de communication, la maîtrise des outils et des processus est essentielle : si chacun devient producteur de contenu, tous ne disposent pas nécessairement des solutions et du savoir-faire pour les gérer au mieux et optimiser leur exposition comme leur durée de vie.

Il n'est plus rare, désormais, de voir apparaître de véritables plateaux professionnels au sein même des entreprises. La réduction considérable du coût des moyens de production et la facilité de la diffusion online permettent aux acteurs privés de produire des supports vidéo à la hauteur de leurs ambitions, et à même de

s'inscrire dans une stratégie marketing riche et interactive. Les entreprises s'approprient donc de nouvelles compétences, qui s'étendent jusqu'à la gestion du cycle de vie de ces vidéos : comment engager avec leurs cibles sur les réseaux sociaux ? Comment fluidifier le partage de ces contenus à l'échelle de l'entreprise pour favoriser la communication interne ? Comment diminuer le « time to market » de ces productions pour fidéliser une audience ? Autant de problématiques qui font partie du quotidien des médias traditionnels.

De l'autre côté du gué, ces mêmes médias ne restent pas simples spectateurs de cette tendance de fond : chaînes de télévision et agences de production tirent profit

de ces nouvelles possibilités technologiques pour enrichir continuellement leurs contenus. La généralisation de l'IP et les performances offertes par les réseaux mobiles 4G et 5G permettent de concevoir des supports d'une qualité jamais vue jusqu'alors et de gagner en souplesse dans la production et le partage de leurs contenus.

Les techniciens vidéo deviennent peu à peu des experts réseau et toute l'infrastructure de captation et de diffusion d'une chaîne de télévision peut désormais être projetée au plus près du terrain grâce à des cars régis bardés de technologie. Son Dolby, image 4K et très haut débit feront dès demain partie des fondamentaux de ces médias d'un nouveau genre.

? Trois questions à David Fontaine

Directeur Général VIDELIO - Cap' Ciné

Qu'est-ce que le MoJo ?

Le MoJo est l'acronyme de Mobile Journalism. Les journaux télévisés n'hésitent plus, aujourd'hui, à envoyer des reporters sur le terrain équipés de simples smartphones. Le capteur d'un iPhone 10 ou d'un Samsung S9 est presque l'équivalent d'une caméra broadcast des années 2000.

Quelles transformations est-ce que cela entraîne ?

Cette tendance appelle de nouvelles

compétences et la maîtrise d'un package applicatif spécifique. Le développement du Mojo nécessite d'équiper les gens dédiés à la communication d'entreprise de solutions pour leur permettre de tourner, monter et diffuser vite et de façon professionnelle.

Comment y répondez-vous ?

Notre proposition se décompose en 3 volets. En premier lieu, des équipements. Le Mojo Shop est un catalogue en ligne d'accessoires pour smartphones comme

des supports, batteries ou optiques, dédiés à ces nouvelles pratiques. Ensuite, du logiciel, avec un portail d'apps pour permettre aux équipes MarCom de travailler de façon collaborative et d'enrichir les vidéos en équipe. Et enfin, de la formation. Nous enseignons des principes de base pour permettre à des non-spécialistes de tourner efficacement et de produire des contenus adaptés à une stratégie de communication d'entreprise.



RÉFÉRENCES CLIENTS

1 « Un maximum de puissance dans un minimum d'espace ». Le Millenium 6 est le dernier né de la flotte AMP VISUAL TV dans lequel une dizaine de techniciens de VIDELIO sont intervenus durant sa construction, pendant plus de 15 semaines y compris en travail de nuit.

2 Creative Sound se dote d'un nouvel auditorium dédié au format immersif de Dolby en plein cœur de Paris équipé, par les équipes VIDELIO, d'une surface de contrôle AVID S6.

3 L'un des 4 cars de reportage full IP/4K produit par les équipes de VIDELIO UK.





02

CHAPITRE

CARNET D'INSPIRATIONS

PARCE QU'EXPRIMER SON BESOIN, SA VISION, SON AMBITION N'EST PAS TOUJOURS AISÉ, CE CARNET D'INSPIRATION EST UN RECUEIL DE PHOTOS ILLUSTRANT DES PROJETS INNOVANTS ET VARIÉS MENÉS AVEC SUCCÈS CHEZ LES CLIENTS VIDELIO.



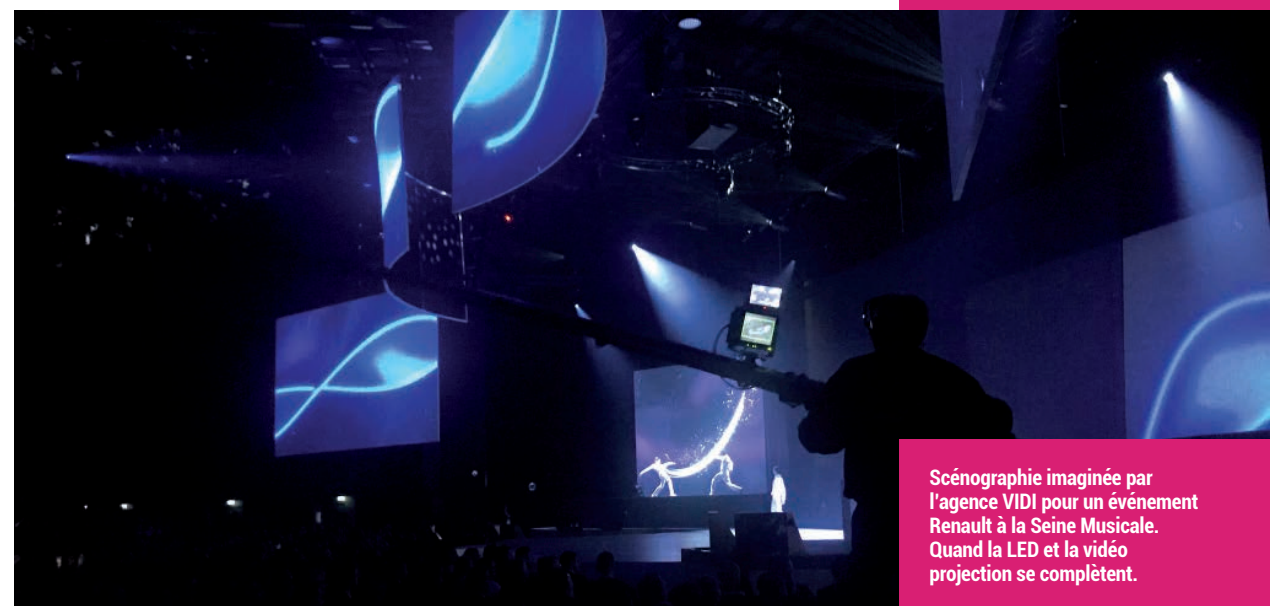
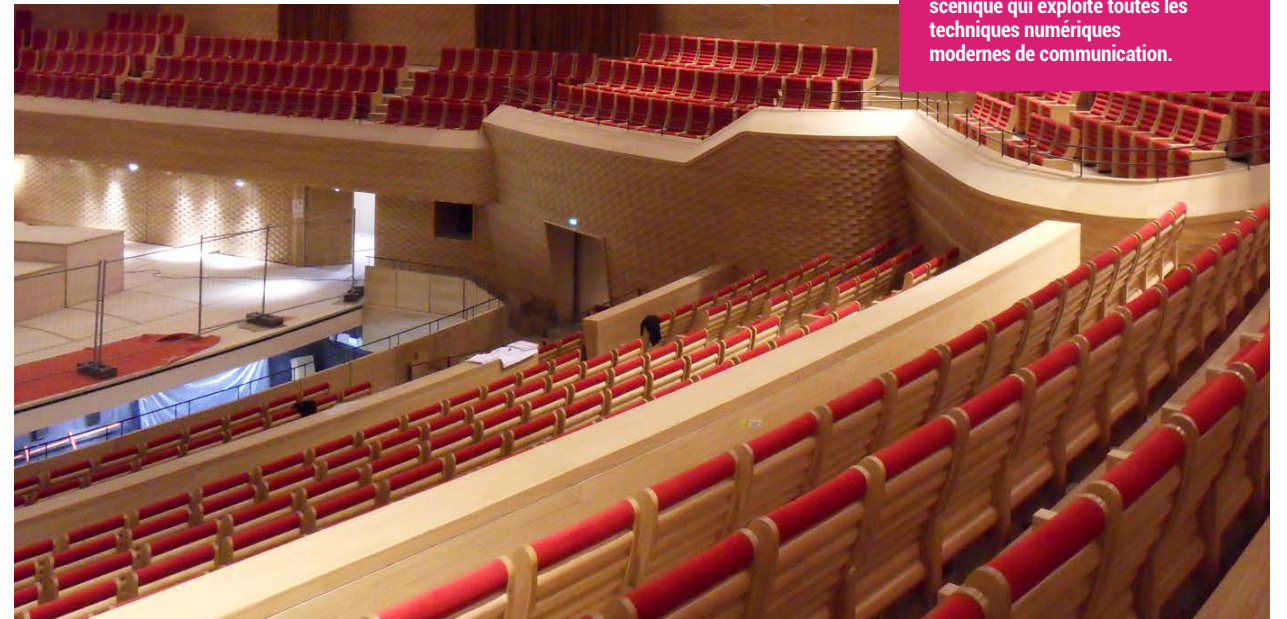
Musée du 11 quai Conti, Monnaie de Paris : un parcours scénographique où le numérique met en scène l'artisanat d'art.

Musée du viaduc de Millau : une salle immersive et onirique avec des projections murales et au plafond.

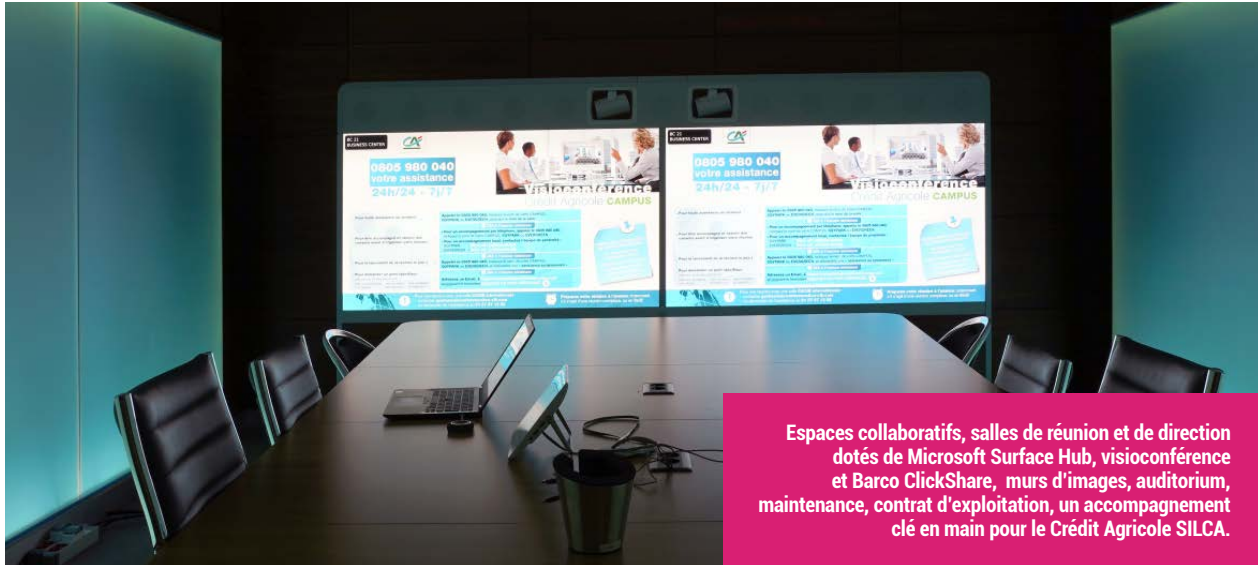


Voûte LED du MSC Meraviglia : la structure ainsi que les panneaux LED ont été conçus, installés et mis en service par les équipes VIDELIO. Longue de 80 mètres, la « Promenade » peut reproduire un ciel étoilé ou des œuvres numériques.

La Seine musicale est un mariage de savoir-faire IT et scénique qui exploite toutes les techniques numériques modernes de communication.



Scénographie imaginée par l'agence VIDI pour un événement Renault à la Seine Musicale. Quand la LED et la vidéo projection se complètent.



Espaces collaboratifs, salles de réunion et de direction dotés de Microsoft Surface Hub, visioconférence et Barco ClickShare, murs d'images, auditorium, maintenance, contrat d'exploitation, un accompagnement clé en main pour le Crédit Agricole SILCA.



SMA BTP : salles de réunion, bulles de visioconférence, espaces de convivialité, espaces d'accueil, hall secondaire, bureaux de direction, affichage dynamique, au total plus de 100 espaces équipés en solutions technologiques. VIDELIO assure également la maintenance et l'exploitation du site.



PWC : diffusion d'oeuvres numériques dans l'espace accueil du siège parisien. La technologie d'affichage dynamique s'efface au profit de l'expérience client.

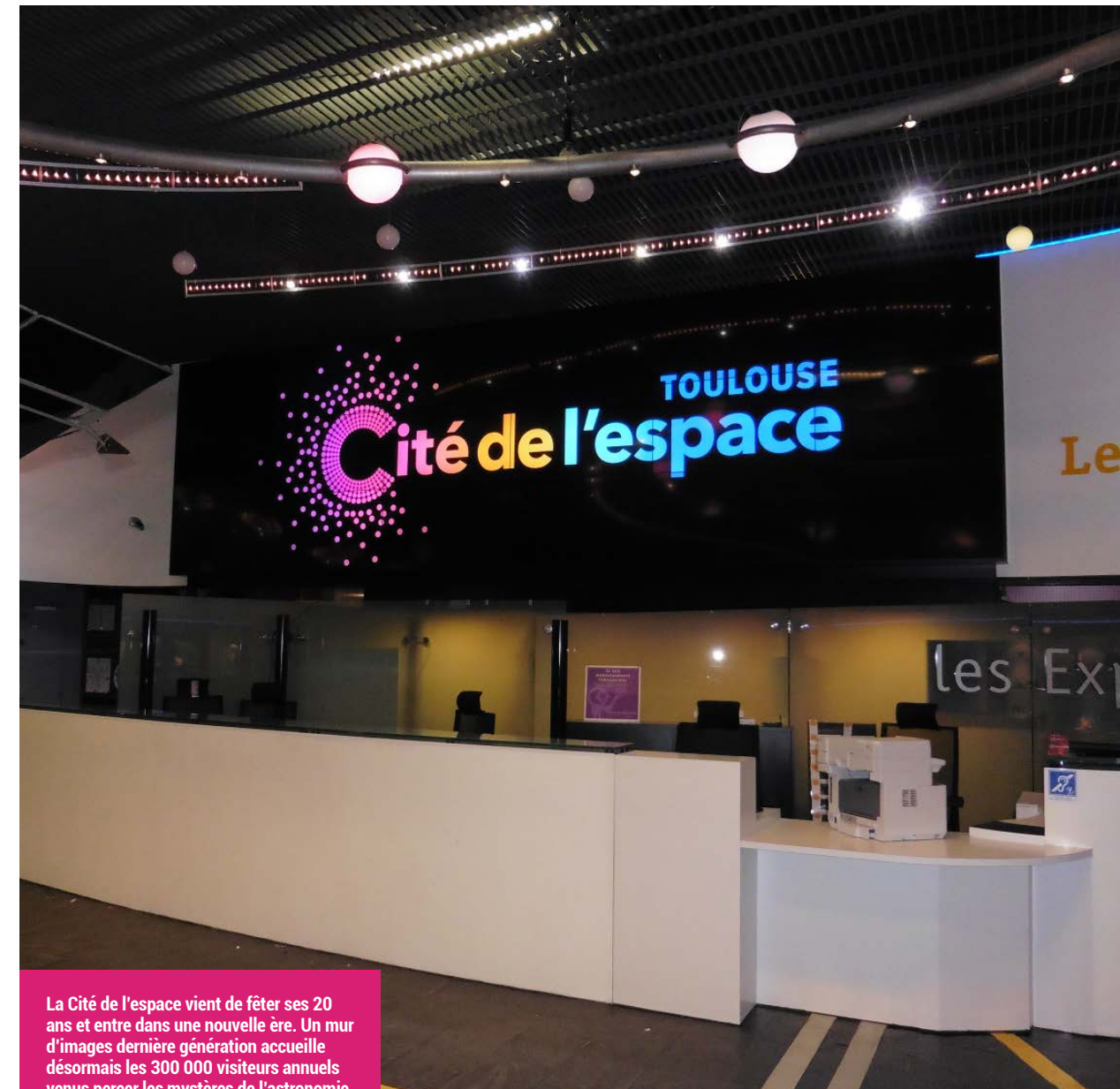


Lors de l'arrivée du Tour de France sur les Champs-Élysées, les coureurs ont fait un passage par le Grand Palais où une animation en réalité virtuelle a été mise en place pour mettre à l'honneur les JO de Paris 2024. Idée originale : Ubi Bene. Captation : VIDELIO - Events. Contenus : Superbien.



Bpifrance Inno Génération a également fait le choix de l'immersion pour les scènes de pitch entreprises. Une vidéoprojection 4K laser avec reprise caméra pour plonger les participants dans l'événement.

Une projection à 360° pour immerger les collaborateurs d'un acteur de la distribution en France. Une solution idéale avec reprise caméra offrant aux participants une bonne visibilité des contenus quelle que soit leur position dans la salle.



La Cité de l'espace vient de fêter ses 20 ans et entre dans une nouvelle ère. Un mur d'images dernière génération accueille désormais les 300 000 visiteurs annuels venus percer les mystères de l'astronomie.

Les Echos : des plateaux d'enregistrement professionnels désormais accessibles au corporate. VIDELIO - Media permet à des grands comptes privés de devenir des producteurs de contenus.



Une scène centrale avec reprise caméra sur écrans de chaque côté de la salle, une configuration de convention offrant une proximité accrue.

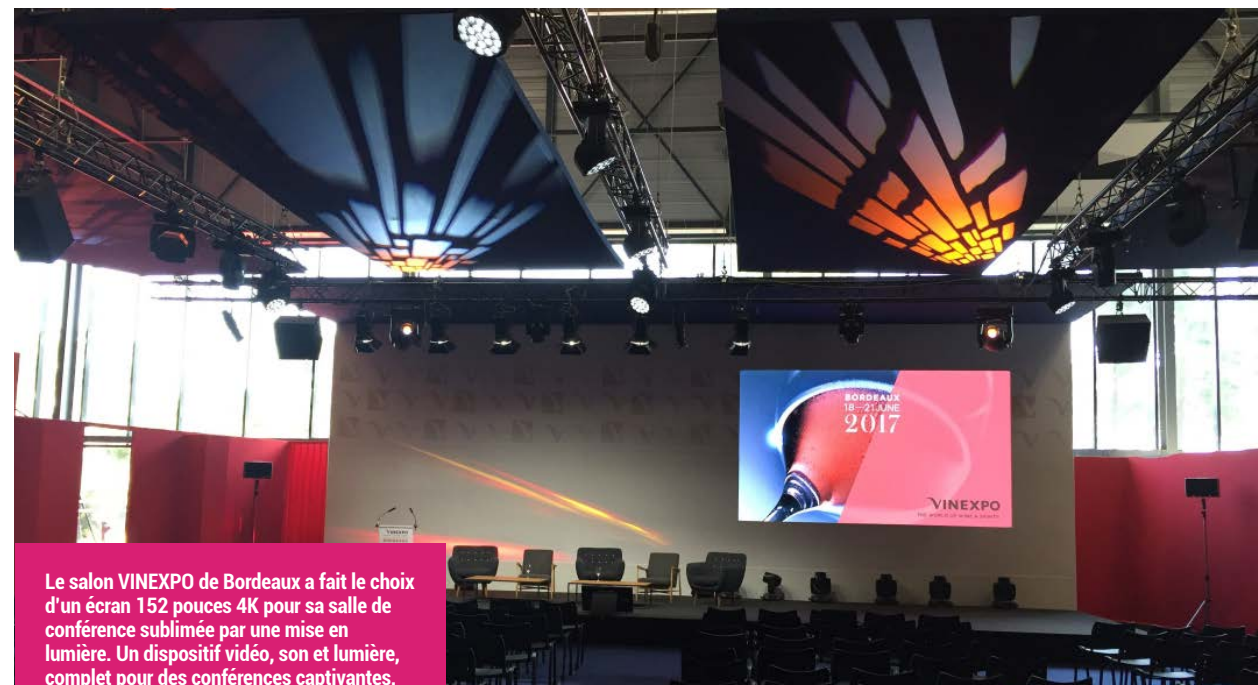
Grâce à un jeu de miroirs et de projections, le nouveau forum du Mémorial d'Alsace-Moselle de Schirmeck immerge les visiteurs dans un mapping circulaire sur 5 mètres de hauteur. Des écrans tactiles et interactifs permettent aux visiteurs d'interagir avec les vidéoprojections environnantes.



Pour soutenir la candidature de Paris aux JO 2024, la mairie de Paris a organisé trois journées olympiques, plus sportives les unes que les autres (saut du deuxième étage de la tour Eiffel et course palpitante de drones dans Paris). La ville candidate a fait le pari fou d'installer une piste d'athlétisme flottante sur la Seine.



En parallèle, dix zones d'activités ont été mises en place pour proposer une initiation à une trentaine de disciplines. Un événement orchestré par l'agence Ubi Bene qui s'est assuré de faire vivre l'événement à tous en retransmettant les images des zones d'activités partout dans le village.



Le salon VINEXPO de Bordeaux a fait le choix d'un écran 152 pouces 4K pour sa salle de conférence sublimée par une mise en lumière. Un dispositif vidéo, son et lumière, complet pour des conférences captivantes.

Le Carrefour des Stars organisé par Champagne FM propose un fond de scène grand format composé de plusieurs murs LED décalés.



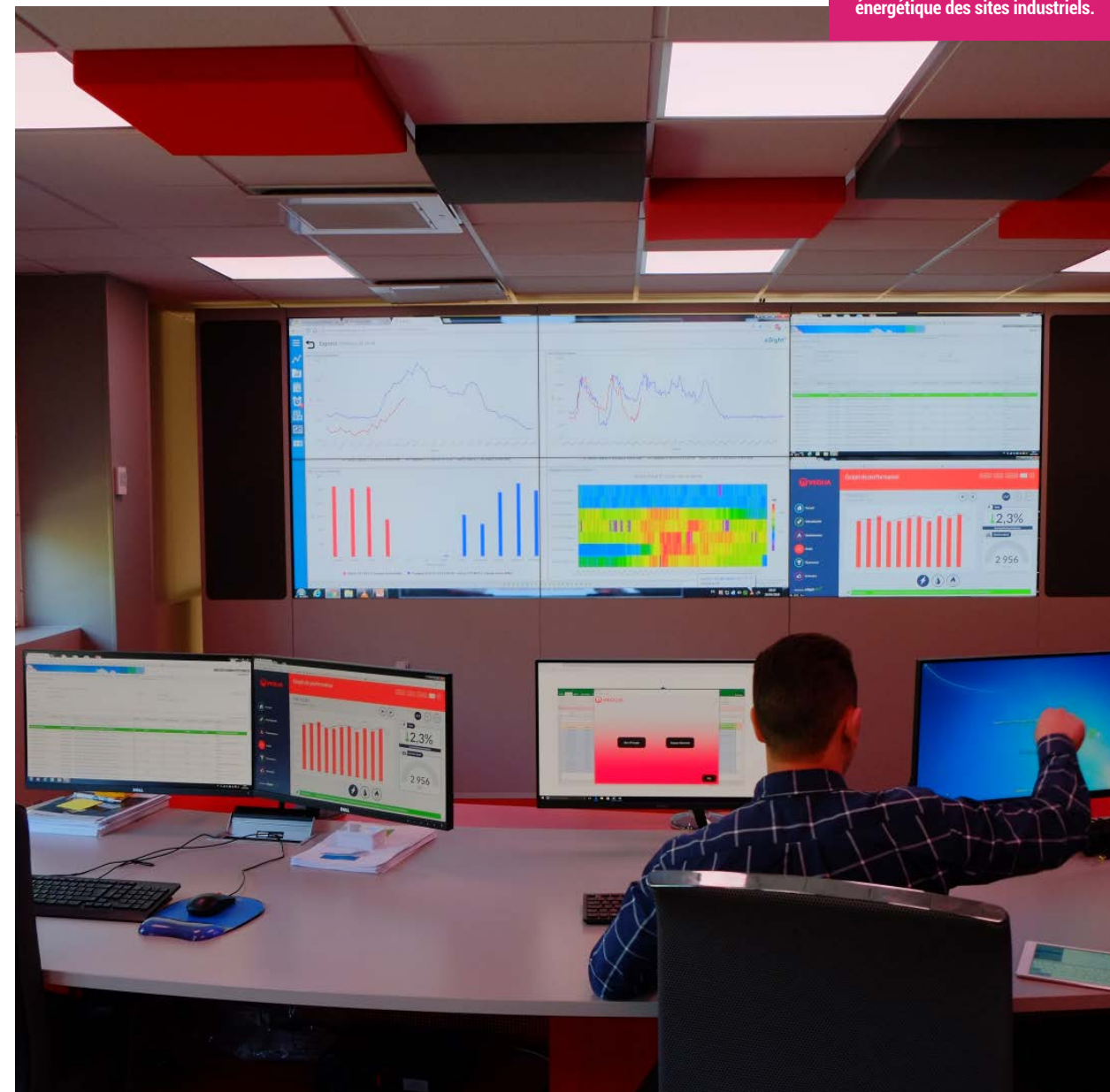
Le 141 by VIDELIO : des salles de réunions intelligentes où les solutions technologiques s'effacent au profit de l'usage.



Le Symphony of the Seas a pris le large au printemps 2018. Les équipes VIDELIO ont travaillé à bord jusqu'à ce qu'il quitte le port de Saint-Nazaire. Machinerie scénique, lumière, audio, video... l'expertise de VIDELIO en images sur ce nouveau géant des mers.



Le Cockpit : salle de supervision de Veolia pour la gestion énergétique des sites industriels.





CHAPITRE

INSTITUTIONNEL

Repères

EFFECTIF MOYEN



894

CHIFFRE
D'AFFAIRES

253

MILLIONS
D'EUROS

EBITDA



9,2

MILLIONS
D'EUROS

EBIT



4,6

MILLIONS
D'EUROSCAPACITÉ
D'AUTOFINANCEMENT

8,5

MILLIONS
D'EUROSCAPITAUX
PROPRES

32

MILLIONS
D'EUROSTRÉSORERIE
NETTE

0,5

MILLIONS
D'EUROS



ALGERIE • DUBAÏ • GUYANE •
HONG-KONG • MARTINIQUE •
MIAMI • SHANGHAÏ

... ET EN EUROPE

BELGIQUE • ITALIE • ROYAUME-UNI

FRANCE : BELFORT • BESANÇON •
BORDEAUX • CANNES • CLERMONT-FD •
LILLE • LYON • PARIS • MARSEILLE •
MONTPELLIER • NANTES • REIMS •
RENNES • SAINT-NAZAIRE •
STRASBOURG • TOULOUSE



Gouvernance

VIDELIO est une société anonyme à directoire et conseil de surveillance.

Le conseil de surveillance exerce le contrôle permanent de la gestion de la société par le directoire. Il est consulté par le directoire sur les orientations stratégiques du Groupe et la réalisation d'opérations majeures. Ses membres se réunissent a minima quatre fois par an.

Le directoire détermine la stratégie du Groupe et assure la direction générale. Il est composé de quatre membres.

Le comex constitue l'instance de direction du Groupe. Il met en œuvre la stratégie. Outre les membres du directoire, il est composé des directeurs des principales filiales, de la directrice marketing et communication, du directeur des ressources humaines et du directeur des opérations. Il est composé de treize membres.



CATHY TOZEYRE
Directrice marketing et communication



FRANÇOIS FRANCON
Directeur de l'organisation et du capital humain



BERTRAND MAES
Directeur des opérations



ROBERT LEON
Président du directoire



PASCAL NICOLAS
VIDELIO - IEC



CHRISTOPHE GRIGNON
VIDELIO - HMS



GUILLAUME DURIEX
Vice-président du directoire et directeur général



VINCENT LORÉ
VIDELIO - Media



YVICK DE FOUCHIER
Intelware



HERVÉ DE GALBERT
Membre du directoire et directeur général



DAVID FONTAINE
VIDELIO - Cap'Ciné



PASCAL ZÉRATÈS
Membre du directoire et directeur général.



OLIVIER ROUSSELIÈRE
KROSS

Gouvernance

ROBERT LÉON Président du directoire
GUILLAUME DURIEUX Vice-président du directoire et directeur général
HERVÉ DE GALBERT Membre du directoire et directeur général
PASCAL ZÉRATÈS Membre du directoire et directeur général

DIRECTOIRE

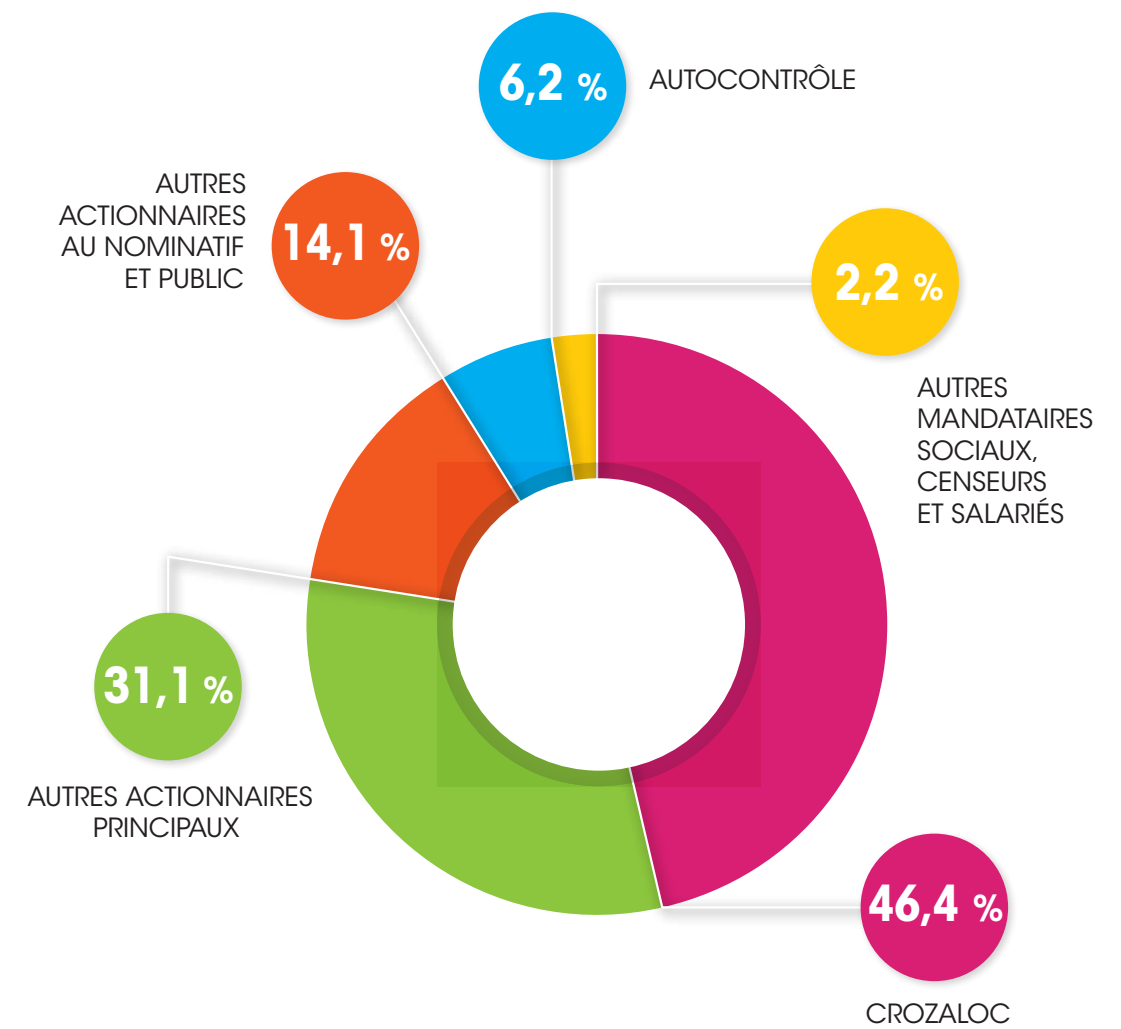
CONSEIL DE
SURVEILLANCE ET
COMITÉ D'AUDIT

DAVID CHOURAQUI Président du conseil de surveillance et membre du comité d'audit
EMMANUEL ANDRÉ Vice-président du conseil de surveillance et membre du comité d'audit
GENEVIÈVE GIARD Membre du conseil de surveillance et présidente du comité d'audit
Crozaloc, représentée par CECILE HULAUD Membre du conseil de surveillance et du comité d'audit
Comir, représentée par CHRISTIAN HAAS Membre du conseil de surveillance et du comité d'audit
CENSEURS PAUL RIVIER MICHEL CHARLES



Actionnariat

RÉPARTITION DU CAPITAL AU 31 DÉCEMBRE 2017



Responsabilité sociale de l'entreprise (RSE)

Développement durable Trois objectifs en chiffres

Parmi les 17 Objectifs du Développement Durable (ODD) fixés par l'ONU à horizon 2030, VIDELIO a identifié 3 ODD auxquels l'entreprise contribue par sa politique de Responsabilité Sociale.

Objectif 8

Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous.

En 2017, **230 personnes** ont été recrutées et **30 jeunes** nous ont accompagnés en contrat d'apprentissage, de professionnalisation ou en alternance. Les collaborateurs VIDELIO, dont **95 %** sont en CDI, ont bénéficié de **6 691 heures** de formation.

Objectif 9

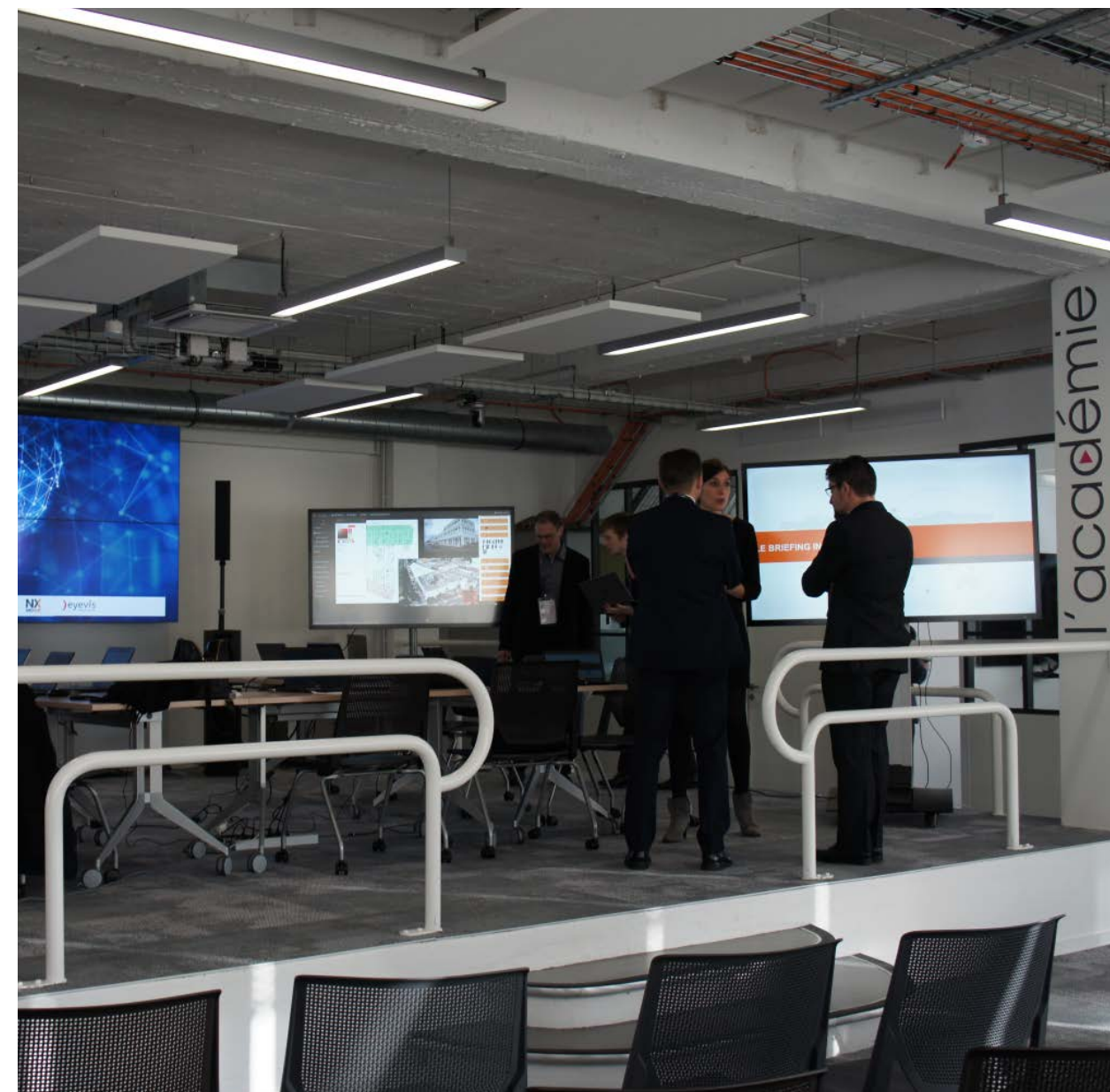
Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation.

La partie Intégration du Groupe a obtenu le niveau **Silver** sur la plateforme EcoVadis. EcoVadis est une plateforme de notation de la performance sociale et environnementale des chaînes d'approvisionnement mondiales. Plus de 40 000 entreprises s'adressent à EcoVadis pour réduire le risque, piloter l'innovation et favoriser la transparence et la confiance entre partenaires commerciaux.

Objectif 13

Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions.

Afin de diminuer les déplacements, **127 320 minutes** de visioconférence ont été utilisées en 2017. Les véhicules de la société ont consommé **1 469 litres** de carburant contre 1 440 en 2016.



Notre action environnementale

VIDELIO s'est engagé dans une rationalisation de ses implantations. Dans de nombreuses régions, les différentes entités et activités ont été regroupées sur un même site et ces bâtiments ont bénéficié d'aménagements de confort et de dispositifs d'économie d'énergie. En 2017 les 3 plus gros sites ont été regroupés dans 2 nouveaux bâtiments à Gennevilliers et à Nanterre.

Le bâtiment de Gennevilliers, de 7 400 m², est une réhabilitation d'une ancienne usine construite à Gennevilliers en 1949, qui fabriquait des machines pneumatiques rotatives. Le projet a été de restructurer ce bâtiment industriel, inscrit au patrimoine de la ville, en immeuble de bureaux et d'activités. VIDELIO a, en amont, travaillé avec le propriétaire pour que les travaux et ainsi l'ensemble du bâtiment obtiennent la certification Haute Qualité Environne-

mentale. Étant donné sa présence à l'international, c'est la norme BREEAM qui a été choisie. Le 25 janvier 2017, la nouvelle vitrine technologique de VIDELIO occupe un bâtiment certifié BREEAM 3 étoiles, niveau « Very Good ». Le site de Nanterre, de 7 000 m², jouxte une installation classée pour la protection de l'environnement. Il a été réhabilité en intérieur avec un soin particulier apporté aux cloisonnements, courants forts et faibles, éclairage et chauffage.



Gestion des déchets le poids du recyclage

En France, nos contrats cadres nous ont permis de recycler **6,56 tonnes de déchets d'équipements électriques et électroniques** (VEOLIA Environnement), **341 cartouches d'encre** (CONIBI collecte & recyclage), et **579,46 tonnes de papiers et cartons**. Pour son activité, le Groupe utilise uniquement du papier recyclable, issu des forêts européennes certifiées ISO 14001.



Notre engagement pour la diversité



Prôner la diversité comme une richesse pour l'entreprise tout en respectant l'égalité de traitement pour tous, a toujours été une préoccupation pour VIDELIO.

En 2017, nous avons poursuivi nos actions en matière de meilleure prise en compte des situations de handicap en entreprise. La « cellule Handicap » créée au sein de la Direction des Ressources Humaines concrétise notre politique volontariste d'intégrer d'une part des personnes en situation de handicap et de mieux accompagner nos collaborateurs concernés.

Plusieurs actions ont été reconduites en 2017, notamment une campagne de sensibilisation aux enjeux du handicap (affichages, mails, clips vidéo, quiz, cellule d'écoute) qui s'est déroulée au cours du deuxième semestre, invitant tous les collaborateurs à participer.

Cette action s'inscrit dans notre volonté d'améliorer la prise en compte du handicap en milieu professionnel, de faire connaître les différents types de handicap en balayant les idées reçues et de démontrer que le handicap n'est pas incompatible avec la réussite.

Informier et accompagner les collaborateurs dans leurs démarches fait également partie de notre mission. Nous restons vigilants sur le principe de non-discrimination des salariés handicapés tant pour leur accès ou leur maintien à l'emploi que dans leur évolution professionnelle.

videlio
DIGITAL & MEDIA
videlio-digitalmedia.com

videlio
EVENTS
videlio-events.com

intelware
VOTRE GROSSISTE AUDIOVISUEL
VISIOCONFÉRENCE & AFFICHAGE DYNAMIQUE
intelware.fr

KROSS
G2J | klood
g2j.fr | klood.io

CRÉDITS PHOTO

Adrien Daste : pages 03 62 63 64	FFH : page 09	Pernod Ricard : pages 05 22 23
Alexis Paoli : pages 62 63	Hopital Europeen Marseille : page 29	Pierre Antoine Pluquet : pages 05 34 37
AMP VISUAL TV : pages 41	Les Echos : pages 19 50	PWC : pages 05 16 46
Arena TV : pages 41	Memorial Alsace-Moselle-Schirmeck : pages 15 52	RT France : pages 05 38
Bernard Martinez : pages 19 21 46 47	Mer & Marine : pages 05 26 44 56	iStock : 01 04 42 58 72
Bruno Ruiz : pages 05 08 11	Musée de la Monnaie : page 15	Ubi Bene : pages 53
CNNMoney Switzerland : page 39	New Cast Studio : page 39	VIDELIO : pages 05 11 13 14 15 17 20 21 24 25 27 29 30 33 35 37 43 44 45 48 49 51 53 54 55 56 57 64 67 69
Créative Sound : page 41	Pascal Prieur : pages 05 12	

VIDELIO

Rapport d'activité 2017

Le document de référence comprend le présent rapport d'activité et le rapport financier annuel 2017.

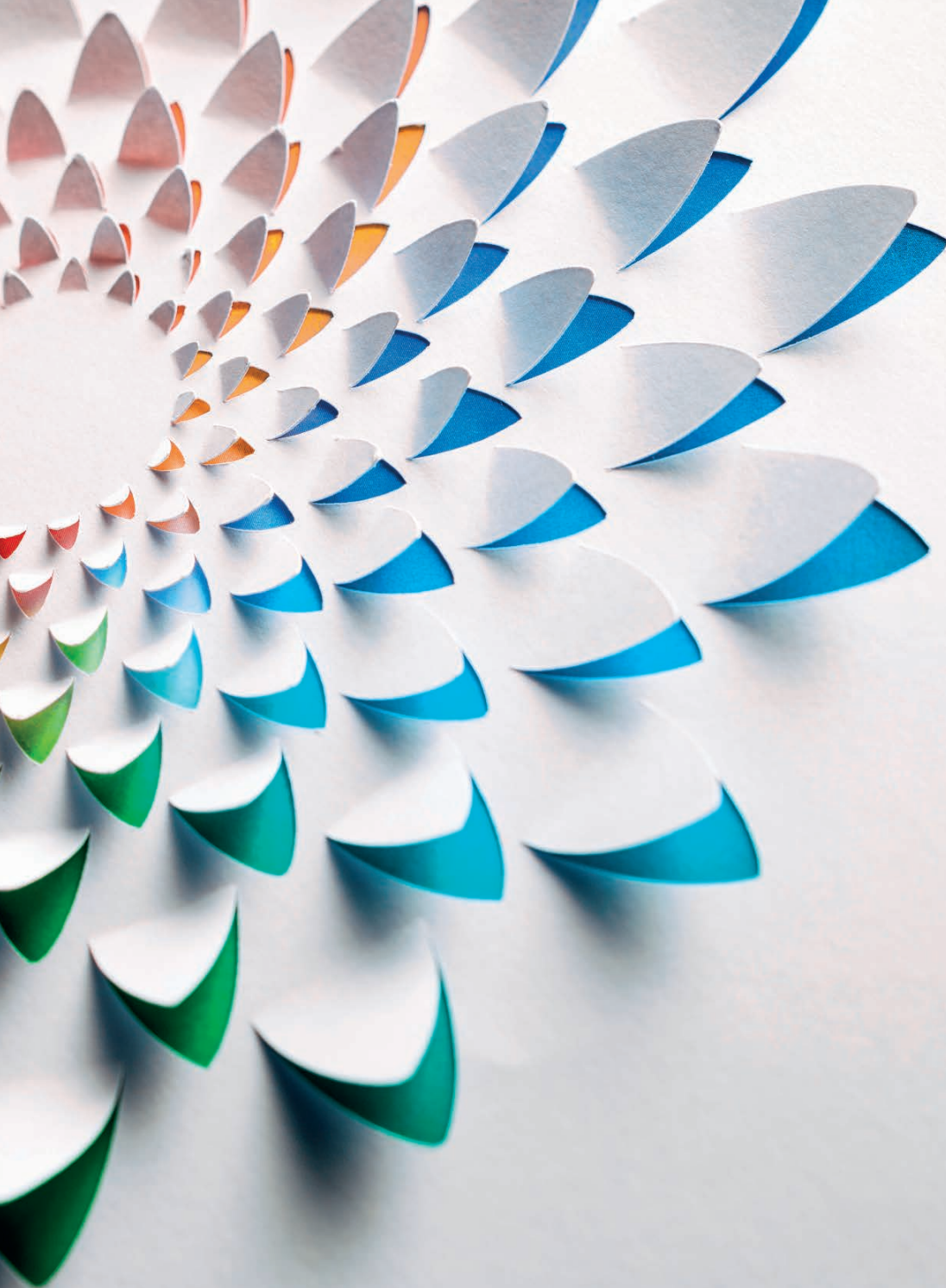
CONCEPTION GRAPHIQUE
Bulle de Graph

RÉDACTION
Point Barre

MISE EN PAGE/DÉCLINAISON
BentoBox/MARTIN Nicolas

Merci à tous les contributeurs d'un tel document, nos clients qui, grâce à leurs récits ou clichés valorisent ce document, les équipes Communication et plus largement les collaborateurs VIDELIO pour leur participation active et disponibilité.

Ce document a été fabriqué en France par un imprimeur certifié IMPRIM'VERT sur un papier PEFC issu de sources responsables. This document has been produced in France by an IMPRIM'VERT certified printer on PEFC grade paper from ECO-responsible sources.



videlio ▶

141 Avenue des Grésillons, 92230 Gennevilliers