

BrightSign participe au plus grand réseau de communication audiovisuelle dynamique commerciale de France

BrightSign®
Etude de cas



← Le projet FNAC porté par TMM, dont la solution est basée sur les players BrightSign, a été plébiscité par le jury des Ecrans d'Or 2010 – Trophées de la Communication Audiovisuelle Dynamique organisé par l'APCAD – dans la catégorie Communication Commerciale.

EN RÉSUMÉ

Un réseau de 1 500 contrôleurs BrightSign est à la base d'un projet permettant la gestion et la diffusion de contenus – images et son de très haute qualité – sur quelques 3 000 écrans installés dans 80 magasins FNAC répartis stratégiquement dans la France entière. La FNAC, leader en France dans la distribution de biens culturels et de loisirs – livres, disques, micro-informatique, son, vidéo et photographie – a récemment intégré un réseau de communication dynamique dans son engagement permanent à améliorer les conditions d'achats de ses clients. Une fois le projet totalement déployé, ce seront quelques 3 000 players BrightSign qui seront installés dans les points de vente FNAC de 9 pays européens.

POINTS CLÉS

Intégrateur : TMM Communication

Secteur : Réseau de distribution

Sites : 80 magasins FNAC en France

Projet : Réseau de communication audiovisuelle dynamique (CAD) déployé dans les 80 magasins FNAC de France pour la PLV dynamique, la billetterie et la vente des téléviseurs.

Solution BrightSign:

- 1 500 players BrightSign gèrent plus de 3 000 écrans dans 80 points de vente FNAC en France.
- Les players BrightSign sont tous reliés en réseau et gérés à partir du siège de la FNAC grâce à BrightSign Network et à une interface logicielle sur mesure conçue spécifiquement pour la FNAC par l'intégrateur TMM.
- Images et vidéos diffusées en 1080i

LES DEFIS

Afin de maintenir, puis de renforcer, sa position de leader en France dans la distribution de biens culturels et de loisirs, la FNAC a identifié 3 applications clés qui pourraient lui permettre de communiquer avec ses clients de façon nouvelle, plus intéressante et plus engageante. Pour chacune de ces applications, la FNAC a décidé d'utiliser la communication audiovisuelle dynamique (CAD) afin de promouvoir sur le lieu de vente les livres, les CD, les DVD, la billetterie et les équipements high-tech proposés par son important réseau de magasins.

En tant qu'un des plus importants distributeurs de technologies pour le divertissement, la FNAC se devait de retenir une solution qui apparaisse techniquement impressionnante. Son objectif était de trouver une solution composée de média-players qui permettent de diffuser des contenus sur les murs d'écrans des magasins et de mettre en valeur les gammes de téléviseurs disponibles. Le contenu, en full HD, devait être diffusé simultanément sur, en moyenne, 80 modèles de téléviseurs par showroom. Grâce à la diffusion d'un contenu haute définition de même qualité supérieure sur l'ensemble des modèles disponibles, les clients peuvent plus facilement comparer la qualité de chaque téléviseur. Une autre demande importante de la FNAC concernait la possibilité d'utiliser les écrans de ses showrooms pour diffuser diverses promotions commerciales et des informations sur ses services. Afin de s'assurer que les téléviseurs seraient vus dans les meilleures conditions, la FNAC a dû vérifier que la solution proposée délivrait seulement la meilleure qualité vidéo.

La FNAC disposant d'importants comptoirs de billetterie dans chaque magasin et s'étant forgé une réputation flatteuse quant à l'accès aux tous derniers spectacles, elle recherchait non moins qu'une révolution technologique afin de remplacer ses affiches papier statiques par des murs d'images haut de gamme. La solution devait afficher du contenu dynamique constitué d'images de qualité supérieure et de vidéo-clips sur les concerts et les spectacles.



Enfin, dernière application souhaitée par la FNAC pour sa solution de communication audiovisuelle dynamique, elle voulait pouvoir installer des écrans d'information en orientation portrait

– aussi connus sous le nom « d'écrans PLV » – dans les différents rayons de ses magasins. Une qualité vidéo exceptionnelle et une gestion à distance aisée devaient permettre à la FNAC de diffuser des messages de façon coordonnée afin de renforcer la confiance de sa clientèle et de la fidéliser.

Pour chacune de ces 3 applications, un des pré-requis concernait la mise à jour quotidienne des contenus à distance, et un autre le fait de disposer d'une méthode simple et souple afin de créer et de mettre à jour des présentations. Enfin, la solution devait être évolutive afin de pouvoir couvrir tous les magasins du réseau international et servir de base à une extension future. .

DEFIS

- Diffuser des messages de façon coordonnée sur les milliers d'écrans de la chaîne de magasins
- Afficher dynamiquement et mettre à jour des informations sur les spectacles et les concerts avec des images et des vidéos
- Pouvoir déployer stratégiquement le réseau dans 9 pays

AVANTAGES

- Gestion à distance simple et fiable
- Qualité et fiabilité renforcent l'image de marque de la FNAC
- Prêt pour l'avenir – capable de se développer avec la croissance du réseau et de supporter les standards des téléviseurs et des moniteurs de demain

LA SOLUTION

La FNAC a évalué les propositions de nombreux revendeurs et intégrateurs de solutions de CAD, nombre d'entre elles étant basées sur des PC. Cependant, il a été conclu que ces solutions proposées ne pouvaient pas fournir le niveau avancé d'évolutivité requis et ne disposaient pas de la grande souplesse et de la qualité visuelle permettant à la FNAC de se démarquer de ses concurrents.

Véritable alternative à la technologie basée sur des PC, la proposition de TMM Communication intégraient des contrôleurs BrightSign qui sont plus fiables, qui permettent des mises à jour à distance via le réseau et qui sont moins coûteux – tant en termes de tarif à l'unité que de coûts des services réseaux – que ses concurrents basés sur des PC.

De plus, TMM proposait une interface logicielle conçue sur mesure, développée par ses propres ingénieurs informatique et développeurs qualifiés, autorisant deux niveaux d'accès différents : l'accès « corporate » et l'accès « sur site ».

L'accès « corporate » permet au personnel du siège de créer les playlists de présentations initiales pour chacune des 3 applications : showroom téléviseurs, billetterie et point de vente/rayons du magasin. L'interface des points de vente permettant un accès « sur site » autorise le personnel du magasin d'ajouter du contenu local, comme des spécificités régionales, aux présentations conçues par le siège. Et, par sécurité au niveau de la continuité et de la fiabilité du système global, les procédures de création de contenu local et de mise à jour ont été testées afin de ne pouvoir modifier ou endommager la présentation initiale.

L'interface créée par TMM est reliée au service BrightSign Network, ce qui simplifie la diffusion des présentations conçues par le siège dans l'ensemble des 80 magasins et assure la continuité du message. Ce réseau sûr et robuste fait appel à des standards comme le langage XML (eXtended Mark-up Language), ce qui a permis à l'équipe de développement informatique de TMM de se connecter facilement au service réseau hébergé et de mettre en place les caractéristiques à valeur ajoutée demandées par la FNAC.



LE DEPLOIEMENT

Afin de déployer les murs d'écrans synchronisés de la FNAC, TMM a installé un seul modèle HD1010 de BrightSign dans le rayon audio-visuel de chaque magasin. Le signal vidéo sortant du HD1010 est partagé entre tous les téléviseurs, fournissant à chaque écran un contenu identique de qualité H.264. TMM a choisi ce modèle phare de BrightSign, plusieurs fois récompensé, car il s'agit d'un appareil complet permettant l'implémentation de toutes sortes d'applications fonctionnant de manière autonome ou en réseau. Cet appareil BrightSign propose aussi une gamme étendue d'options A/V et supporte les boucles de base ainsi que les présentations interactives, ce qui assure à la FNAC de disposer de la meilleure qualité de création de contenus et d'une diffusion régulière.

Ce player réseau répond aussi parfaitement aux besoins de la FNAC au niveau de la mise à jour à distance des contenus de façon simple et efficace et il supporte de façon économique la synchronisation à travers le réseau dans son ensemble.

« BrightSign permet aux intégrateurs systèmes de proposer aux chaînes de magasins des solutions de CAD plus puissantes et plus rentables que jamais. »

Michel Baronnier, Président de TMM Communication

Les contrôleurs BrightSign, prêts pour l'avenir, supportent les projets de développement futur de la FNAC et, notamment, l'ajout de ports A/V et de contrôle supplémentaires, la diffusion de vidéos en direct et la transmission en Wi-Fi. Avec le HD1010, toutes les solutions de CAD ou de kiosque peuvent être facilement implémentées et mises à jour à distance via le réseau à partir de n'importe quel endroit. Cette solution s'adapte aussi à tous les standards actuels et futurs des téléviseurs et des moniteurs, ce qui assure la FNAC que son investissement d'aujourd'hui ne sera pas obsolète demain.

Disposant de caractéristiques plus spécifiquement dédiées aux boucles vidéo, le BrightSign HD210 a été choisi pour l'implémentation au niveau des billetteries de la FNAC. Plusieurs grands écrans en format portrait affichent un mix d'images fixes, de vidéos et d'autres flux locaux ainsi qu'un calendrier des événements et les derniers tarifs des spectacles. Grâce à l'utilisation d'un player HD210 en réseau pour chaque écran, toutes les bannières numériques sont gérées de façon centralisée via une connexion Internet afin d'autoriser des mises à jour automatiques des listes d'événements et des contenus vidéos associés.

L'interface très conviviale développée par TMM permet aux personnels de chaque magasin – sans qu'ils aient besoin d'une grande expérience en matière de technologies et de programmation – d'ajouter des informations locales.



Pour gérer la PLV dynamique interactive au niveau des rayons, TMM a choisi à nouveau les média-players BrightSign HD210. Chaque player est configuré pour diffuser des boucles de messages sur des écrans au format portrait propres à chaque rayon. Les présentations de très grande qualité renforcent la communication envers les clients et affirment les spécificités de la FNAC au niveau des messages commerciaux et de l'éducation des consommateurs. Ces « écrans PLV » sont disposés à côté des linéaires et sont utilisés pour mettre en avant aussi bien des promotions que les derniers essais du Labo Fnac, lequel évalue les nouveaux produits tant au niveau de leur qualité technique que de leur facilité d'utilisation et de leur rapport qualité prix en les comparant avec des produits similaires. Ainsi, les players aident la FNAC à renforcer la confiance de ses clients et leur fidélisation dans tous ses magasins.

LES RESULTATS

La FNAC dispose actuellement du plus grand réseau de CAD commerciale en France, utilisant 1 500 players BrightSign afin de diffuser des contenus de manière coordonnée sur 3 000 écrans. La solution de CAD conçue par TMM pour la FNAC et basée sur les players BrightSign a reçu des mains de l'APCAD le Trophée de la Communication Audiovisuelle Dynamique 2010 (Ecrans d'Or) pour la meilleure installation de CAD 2010 dans la catégorie Communication Commerciale.

Avec de nombreux projets à venir pour la FNAC, TMM continue le déploiement des players à semi-conducteurs BrightSign dans les points de vente FNAC de 8 autres pays européens. Lorsque le projet sera achevé, TMM aura installé pour ce distributeur spécialisé un total de 2 000 à 3 000 appareils, tous reliés en réseau et géré via l'infrastructure BrightSign Network. Comme Michel Baronnier, Président de TMM, l'affirme : « Avec ses média-players extrêmement fiables et particulièrement complets, BrightSign a atteint un palier crucial dans le secteur de la CAD, car elle permet aux intégrateurs systèmes de proposer aux chaînes de magasins des solutions de CAD plus puissantes et plus rentables que jamais. »

« Avec ses média-players extrêmement fiables et particulièrement complets, BrightSign a atteint un palier crucial dans le secteur de la CAD, car elle permet aux intégrateurs systèmes de proposer aux chaînes de magasins des solutions de CAD plus puissantes et plus rentables que jamais. » Michel Baronnier, Président de TMM

LES ACTEURS

TMM Communication

Créée en 1992, TMM a joué un rôle de pionnier dans la CAD, contribuant directement au développement de ce marché en France. Aujourd'hui, avec un nombre record de plus de 10 000 écrans installés sur plus de 1 500 sites, TMM peut à juste titre s'enorgueillir d'être l'un des acteurs les plus expérimentés dans ce secteur. Son expérience des questions que posent les projets alliée à son expertise globale au niveau des dernières technologies permettent à TMM de proposer des solutions complètes qui sont aujourd'hui particulièrement innovantes et deviendront les standards de demain. TMM a développé son savoir-faire à tous les niveaux d'un projet ce qui assure à ses clients le maximum de fiabilité et d'efficacité. A cet effet, TMM dispose de son propre département de recherche et développement (R&D) ainsi que de studios de rédaction et de création graphique.



FNAC

Filiale du groupe PPR, la Fnac est leader dans la distribution de biens culturels et de loisirs : livres, disques, micro-informatique, son, vidéo et photographie. Elle est, en France, le premier distributeur de micro-ordinateurs, de livres et de musique grâce à son positionnement de marque unique fondé sur l'exaltation du plaisir de découvrir la diversité des cultures et des technologies. La singularité de l'offre de la Fnac consiste à mettre à disposition un assortiment inégalé de produits – elle propose, par exemple, 35 000 références de produits électroniques grand public. Cette offre s'appuie sur un conseil impartial et innovant.



En France, où elle dispose de 80 magasins répartis dans 56 villes, la FNAC est presque une institution avec ses 2,2 millions d'adhérents et ses 18 millions de clients par an. La société s'est développée à l'international – Belgique, Espagne, Italie, Portugal, Suisse, Grèce et Brésil – où elle a enregistré 1,1 millions d'adhérents supplémentaires. La FNAC fait partie du top 20 des entreprises françaises avec, en 2008, 4 587 millions d'euros de chiffre d'affaires, 19 357 collaborateurs et 143 magasins gérés en propre.

BrightSign

BrightSign est une division de Roku, Inc., société basée à Saratoga en Californie (Etats-Unis). BrightSign développe des produits et des logiciels pour la communication audiovisuelle dynamique. Les contrôleurs BrightSign pour la CAD établissent de nouveaux standards tant pour les applications de CAD autonomes que pour celles en réseau avec leur qualité supérieure de vidéo Full HD, leur fiabilité, leurs tarifs économiques, leur facilité d'utilisation et leur interactivité.

