

Fiche technique

La communication audiovisuelle dynamique

En quoi consiste l’affichage dynamique ?.....	2
Quelle organisation autour de la CAD?	3
A⇒ Déploiement	4
B⇒ Contenu	6
C⇒ Quelles solutions techniques ?	7
1/L’écran	
2/Le logiciel de gestion de contenu	
3/ Les moyens de diffusion	
a/ Le player	
b/ La solution Fullweb	
D⇒ Budget et financement	10
1/ Budget	
2/ Financement	
Bonus : les murs d’écrans	12



En quoi consiste l'affichage dynamique ?

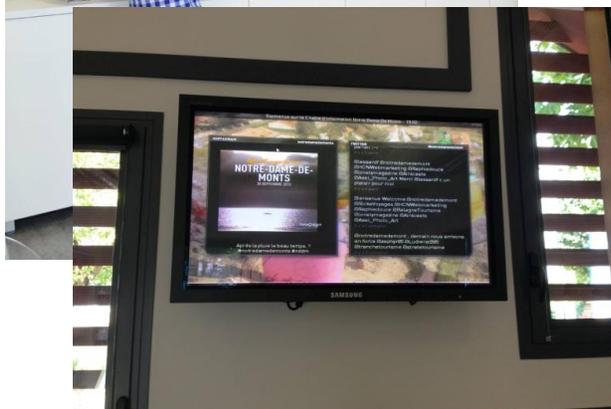
L'affichage dynamique, autrement appelé Affichage Numérique, Communication Audiovisuelle Dynamique, Programmation Dynamique, Digital Signage, Digital Media, ou bien Digital Media Service, désigne généralement de l'affichage de contenus sur écrans.



Hossegor

Cet affichage est qualifié de dynamique pour plusieurs raisons :

- le type de support (écrans plats par exemple)
- la nature des messages diffusés (vidéos, animations,..)
- la possibilité de diffusion de campagnes mises à jour en temps réel, programmables à distance et multi sites.



La CAD devient donc un média important dans le monde de la communication et du marketing.

Les offices de tourisme s'y intéressent de fait de près étant donné ses nombreux avantages.

Notre-Dame-de-Monts



Quelle organisation autour de la CAD?

La réflexion autour de la Communication Audiovisuelle Dynamique entre de plein pied dans le champ de la diffusion de l'information. C'est un outil pertinent pour pousser une information adaptée et modulable aux différents endroits d'une destination.

Un réseau d'écrans est souvent un des outils préconisés dans un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information.

De fait, avant de se lancer dans un tel projet, il faut se poser un certain nombre de questions :

- ⇒ Des écrans pour qui ? quel est le point de vue des visiteurs ?
- ⇒ Des écrans pour quoi? quels sont les objectifs de la mise en place d'une CAD ?

Voici quelques exemples d'objectifs :

- Gérer les flux de clientèle
- Séduire
- Suggérer
- Rentabiliser son espace accueil

- ⇒ Des écrans, comment : moyens humains, techniques...

De ces questionnements découleront la carte de déploiement des écrans ainsi que les contenus à diffuser.

A⇒ Déploiement

Plusieurs scénarios peuvent être envisagés pour le déploiement des écrans sur un territoire :

- Un ou plusieurs écrans dans l'office de tourisme
- Un ou plusieurs écrans dans les BIT
- Un réseau d'écrans chez les prestataires d'un territoire

Quelques offices de tourisme ont déjà franchi le pas en mettant en place de la Communication Audiovisuelle Dynamique (CAD).

Un certain nombre dans leur bureau principal et leurs bureaux d'informations : Médoc Océan, Biscarrosse, Vaison la Romaine....

Vaison la Romaine



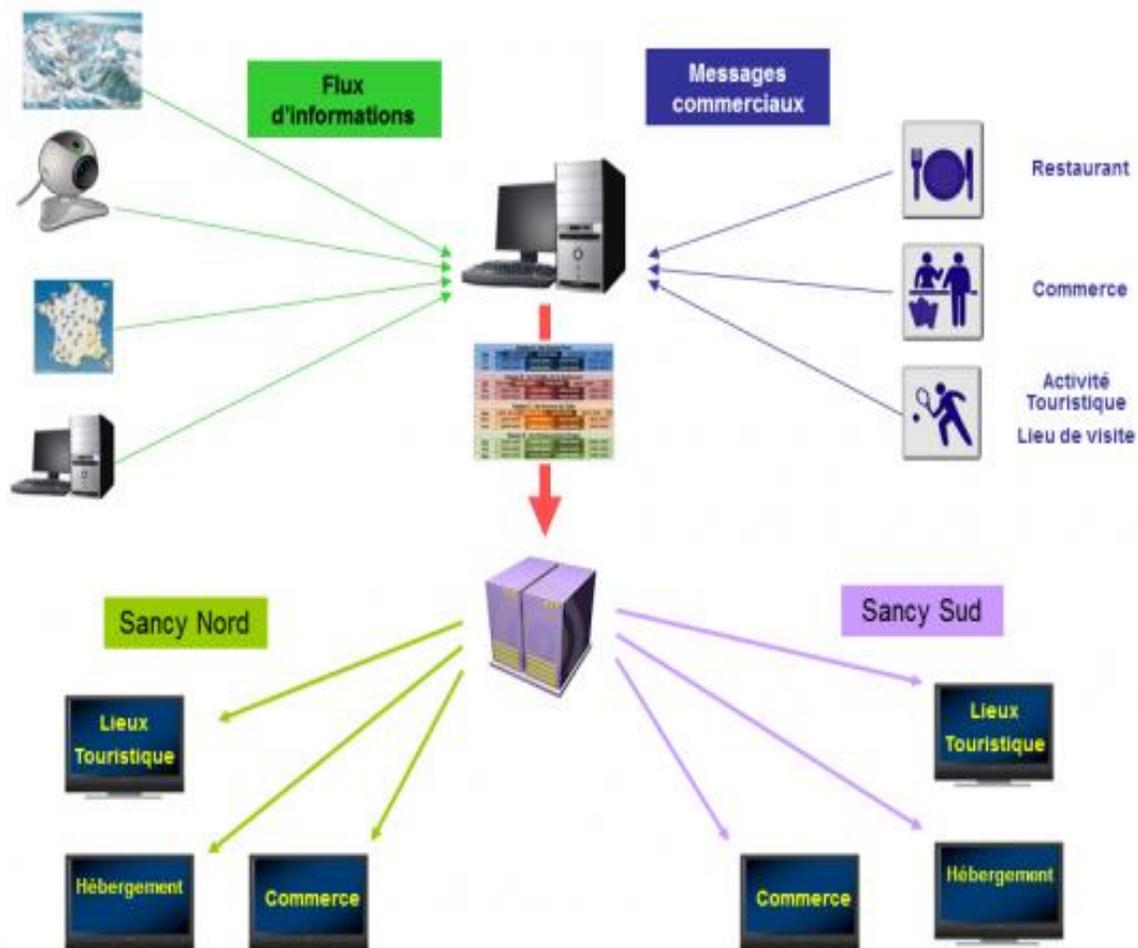
D'autres ont déployé leur solution sur le territoire ; l'**association Terre et Côte Basques** a lancé sa chaîne d'information dans les offices de tourisme et sites touristiques avec plusieurs objectifs :

- donner un premier niveau d'information,
- améliorer la gestion des files d'attente,
- réduire le volume de questions récurrentes posées aux agents de comptoir,
- valoriser les services proposés par les structures d'accueil,
- mettre en réseau les prestataires touristiques du territoire,
- valoriser le territoire dans le territoire.

Chaque point de diffusion peut ainsi ajouter l'information qui lui est propre.

Le modèle économique est simple : le prestataire investit 450€/an et met à disposition sa télévision.

L'office de tourisme du Massif du Sancy a quant à lui mis en place un réseau d'écrans depuis 2009 sur son territoire. Il compte à ce jour plus d'une centaine de points de diffusion dont voici l'organisation :



B⇒ Contenu

Le contenu des écrans doit être varié et déterminé en fonction des objectifs de la structure.

Voici donc quelques exemples de contenu :

Gérer les flux	informations usuelles de types actualités, météo locale, enneigement, horaires de marée, animations, produits boutique... permettant de limiter les questions redondantes sans valeur ajoutée au comptoir afin de libérer les conseillers en séjour et raccourcir les temps d'attente
Séduire	promotion et communication de marque ou de la destination
Suggérer	contenus multimédia mettant en scène des expériences clients
Rentabiliser l'espace accueil	diffusion d'informations commerciales, vente d'espaces annonceurs

Les objectifs autour de ces contenus peuvent être multiples.

Un office de tourisme pourra, par exemple, choisir de diffuser au choix sur un écran :

- de l'information touristique et pratique (météo, horaire des marais...) pour gérer ses flux.
- de l'information pratique/touristique et de l'information commerciale. Dans ce cas précis, l'objectif sera double : réguler ses flux et rentabiliser son espace accueil.

C⇒ Quelles solutions techniques ?

L'affichage est dynamique. Il nécessite un ensemble d'équipements dans lequel l'office de tourisme aura déjà investi ou devra investir.

1/L'écran

Le choix du type d'écrans est essentiel dans la mise en place d'un affichage dynamique.

Il faut en effet différencier les écrans d'intérieur "indoor" et les écrans de vitrine qui nécessitent plus de luminosité.

Pour l'intérieur, on partira donc sur n'importe quel type d'écran du commerce.

Caractéristiques : Luminosité = 350 à 700 cd/m² - Niveau de contraste = 4000 : 1 ou 5000 : 1.

Pour les écrans vitrines, la luminosité étant essentielle, il faut se tourner vers des écrans professionnels à haute luminosité.

Caractéristiques : Luminosité = 700 cd/m² - Niveau de contraste : 3100 : 1

Certaines marques telles que NEC, LG ou encore Samsung Pro proposent ce type de produits.

Par ailleurs, le choix de la taille des écrans est à considérer en fonction de l'utilisation et de l'emplacement. Trois usages se détachent :

- Informations « comptoirs-desk » : écrans de 32 / 42 pouces
- Informations « accueil interne » : écrans 50 / 56 pouces et plus
- Informations « vitrine » : écrans 56 pouces et plus

2/Le logiciel de gestion de contenu

Un logiciel de gestion de contenu est nécessaire au lancement d'un projet de Communication Audiovisuelle Dynamique.

Selon les solutions sur le marché, ce logiciel :

- peut se présenter sous deux formes différentes - un logiciel hardware ou une interface web accessible par login et mot de passe.
- diffuse des séquences ou de boucles qui composent une chaîne, une playlist ou encore un flux.
- propose des fonctionnalités différentes. En effet, programmation, templates et widgets peuvent varier d'une solution à l'autre.
- offrent des niveaux d'administration variables qui permettent de lancer une chaîne à plusieurs niveaux (avec contenu identiques ou différenciés) selon les objectifs définis.

3/ Les moyens de diffusion

Avec l'arrivée des TV connectés, des clés réseau, des mini PC, les modes de diffusion sont en pleine explosion et permettent à de nombreuses structures de se lancer dans l'aventure de la Communication Audiovisuelle Dynamique (CAD).

Ces solutions techniques offrent chacune des avantages et inconvénients tant en termes de possibilités techniques que de prix pratiqués.

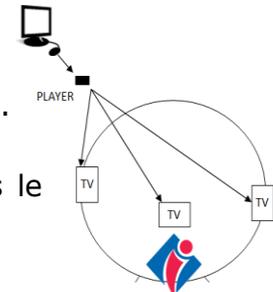
Après avoir étudié plusieurs solutions, nous trouvons deux approches différentes de diffusion :

- via player
- en Full Web

a/Le player :

Le player est une interface avec mémoire, relié d'un coté à l'écran et de l'autre à Internet. Il alimente de façon dynamique l'écran.

Dans un même lieu, plusieurs écrans peuvent être alimentés par un même player, mais le contenu sera identique sur tous les écrans



Si le contenu est différent ou les lieux multiples, un autre player est nécessaire. Les niveaux d'administration sont, dans ce cas de figure, importants.

Un player est souvent un boîtier équipé d'une carte mémoire ou d'un disque dur :



Ici chez Innes avec Logiciel embarqué

Cependant, le rôle de player peut également être joué par un ordinateur de petite taille (Mac mini ou mini PC par exemple) :



Ici Mac Mini customisé par le fournisseur (un mac mini classique ne pourra pas jouer le rôle de player)

Exemples de solutions auditées qui travaillent avec un player ou mini ordinateur : Néotess, Innes, Andelia

b/ **La solution Fullweb :**

Une solution Full Web propose une interface de gestion en ligne sur un navigateur compatible en HTML5 qui ne nécessite pas de player pour la diffusion du contenu qui peut être assurée de fait de différentes manières :

- mini portable : net book par exemple
- mini pc : unité centrale compacte qui s'intègre derrière une TV
- Clé hdmi : clé compacte et discrète qui s'intègre derrière une TV ex : Chrome Cast
- tablette HDMI : tablette compacte et discrète qui s'intègre derrière une TV
- Affichage étendu par câble DVI/DVI - HDMI/DVI ou VGA/VGA -VGA/RJ45
- TV connectée : en wifi avec navigateur intégré

Exemples de solutions auditées qui travaillent en full web : Smart Screen, Apps and co, Jimdo

D⇒ Budget et financement

1/ Budget

La mise en place d'une CAD nécessite un écran, un logiciel de gestion de contenu et un moyen de diffusion. [Selon les cas](#), les besoins en matériels peuvent cependant varier et impacter les coûts.

Il faut également tenir compte des dépenses annexes mais néanmoins importantes : coût d'installation du matériel (intervention humaine, achat de fixation....) mais aussi coût humain de maintenance interne des installations.

Exemple de l'office de tourisme de Vaison la Romaine :

- 8 écrans professionnels de 40' (bords fins) 13 000 € HT
- 1 écran 40' dédié au patrimoine sur pilier 787 € HT
- 1 écran 37' pour l'affichage extérieur 750 € HT
- Logiciel de gestion de l'affichage dynamique (4 zones)
- TV TOOLS 7 395 € HT
- Installation 3 000 € HT

Solution complète 24 932 € HT soit 29 818 € TTC auquel il faut ajouter la maintenance réalisée par l'équipe au cours de l'année sur le système.

2/ Financement

Le donneur d'ordre pour la mise en place d'un réseau d'écrans sur le territoire peut être différent d'un cas à l'autre :

- Initiative de la collectivité
- Initiative de l'office de tourisme
- Initiative privée

La mise en place d'un réseau d'écrans, si le déploiement est important, peut vite être coûteuse.

Voici quelques sources de financement classiques :

- Subvention de la collectivité
- Subvention régionale : En Aquitaine, dans le cadre du Règlement d'intervention du Conseil Régional, les territoires éligibles pourront répondre à appel à projet et obtenir des subventions pour l'équipement des offices de tourisme.
- Autofinancement de la structure par le biais de la commercialisation de produits, la vente boutique...etc.

Outre les solutions de financement classique, de nouvelles pistes d'autofinancement sont aujourd'hui à explorer et notamment la monétisation des écrans.

Il s'agit en effet de déployer de l'information commerciale sur les écrans par le biais d'une régie publicitaire, en allant au delà de la régie classique (web et éditions).

Le principe : insérer dans une boucle d'informations touristiques des informations commerciales.

Les annonceurs peuvent être de deux types :

⇒ locaux : des activités de loisirs, des prestataires de services touristiques du territoire.

⇒ régionaux ou nationaux : tous les territoires ne seront pas intéressés ou n'intéresseront pas tous les annonceurs, mais certains y trouveront leur compte.

Par exemple, une publicité pour la crème solaire Nivea sera facilement diffusable sur les écrans des offices de tourisme montagnards ou littoraux.

Quelques paramètres essentiels sont à prendre en compte :

- L'information commerciale ne doit pas devenir prédominante sur l'information touristique.
- La mise en place d'une régie sur écran doit tenir compte de la politique touristique du territoire et ne pas aller à l'encontre de celle-ci et des acteurs locaux.
- Une régie infra locale est complémentaire à une régie locale.



Bonus : les murs d'écrans

Des écrans partout et à toutes les sauces....

Un mur d'images ou mur d'écrans d'images est un ensemble d'écrans LCD ou plasma qui a pour rôle d'afficher une image en grand format.

Parallèlement aux réseaux d'écrans, les offices de tourisme mettent en place ce type de support qui offre une visibilité exceptionnelle à la destination et devient un outil de séduction.



Office de tourisme de Vancouver



Office de tourisme de Narbonne

Les murs d'images sont un investissement important qui nécessite du matériel :

1/ Les écrans : ensemble d'écrans vitrines très lumineux montés en mur d'images ou mur de 3 ou 4 dalles dont les prix varient entre 12000 et 24000€ selon les options choisies.

2/ Un ordinateur équipé d'une excellente carte graphique avec des sorties HDMI et DVI

3/ Un logiciel d'affichage dynamique multizones et multi-écrans.

4/ Un player ou un splitter (Répartiteur HDMI). Le splitter HDMI permet de diviser un signal HDMI sur plusieurs sorties et diffuser un programme sur plusieurs écrans en même temps.

Si le logiciel permet le découpage de l'écran, le splitter diffusera alors chaque bout de contenu sur le bon support.

A noter que les murs d'images sont bien plus spectaculaires si l'image est claire, de grande taille et non obstruée par des cadres disgracieux.

A consulter :

[La CAD dans le Massif du Sancy, Blog E tourisme.info](#)

[Présentation Lise Trincaretto, Séminaire des directeurs d'offices de Tourisme de France](#)

Site internet des solutions auditionnées :

[Néotess](#)

[Innes](#)

[Andelia](#)

[Apps and Co](#)

[Smart screen](#)