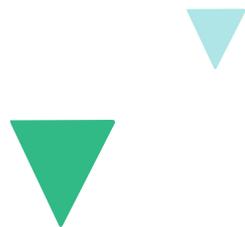




**Créateur de solutions  
digitales locales**





# Sommaire

**01** | Le marché digital en local

**02** | Le projet





01

# Le marché digital



# Le marché du digital local !



## Problématique

Comment nos expériences croisées peuvent-elles être usées à profit pour répondre aux besoins sur mesure de nos clients dans une offre digitale globale ?



## Place à prendre

Avec l'essor des entreprises proposant des solutions LED MEDIA, ce secteur est devenu une opportunité de séduction des annonceurs qui souhaitent allier le digital avec le local au plus proche du consommateur.



## Plus-value

**Technicité avérée, reconnue, et prouvée**

**Sur mesure grâce :**

- > Veille
- > Connaissance du produit
- > Connaissance des attentes des annonceurs / partenaires directs et indirects
- > Connaissance du marché (concurrents, etc.)
- > Réseau fournisseur important
- > Dimension RSE comme tête de proue de notre offre



**Leader sur les produits médias**  
**Challenger événements**  
**Challenger digital**



**Confirmer ensemble**  
**1 nouveau support**  
**en alliant les 3**



**Devenir incontournable**





# Le marché du digital local !



## Prix

- + Innovant
- + Haut de gamme, Attentif à l'origine France SAV fort et local



Prix légèrement plus élevé  
Cible qualifiée mais existante



## Distribution

Via CI Média pour le B2B T2C  
et Delta Sertec pour B2B

À terme chez Vé !



## Place à prendre

- Priorité au LED
- > Street
  - > Mobile
  - > Digital



## Communication

Via nos réseaux  
et création d'un site internet,  
gestion réseaux sociaux  
et référencement





# Le marché du digital local !

## Comment ?



### Ton

- > **Ultra réactivité**
- > **Sur mesure** contrairement aux packs des concurrents
- > **Décalé** sur la communication, mais sérieux et rigoureux sur le fond



### Territoire

#### Priorité PACA

- > axe très fort BDR
- > axe secondaire Var et Vaucluse



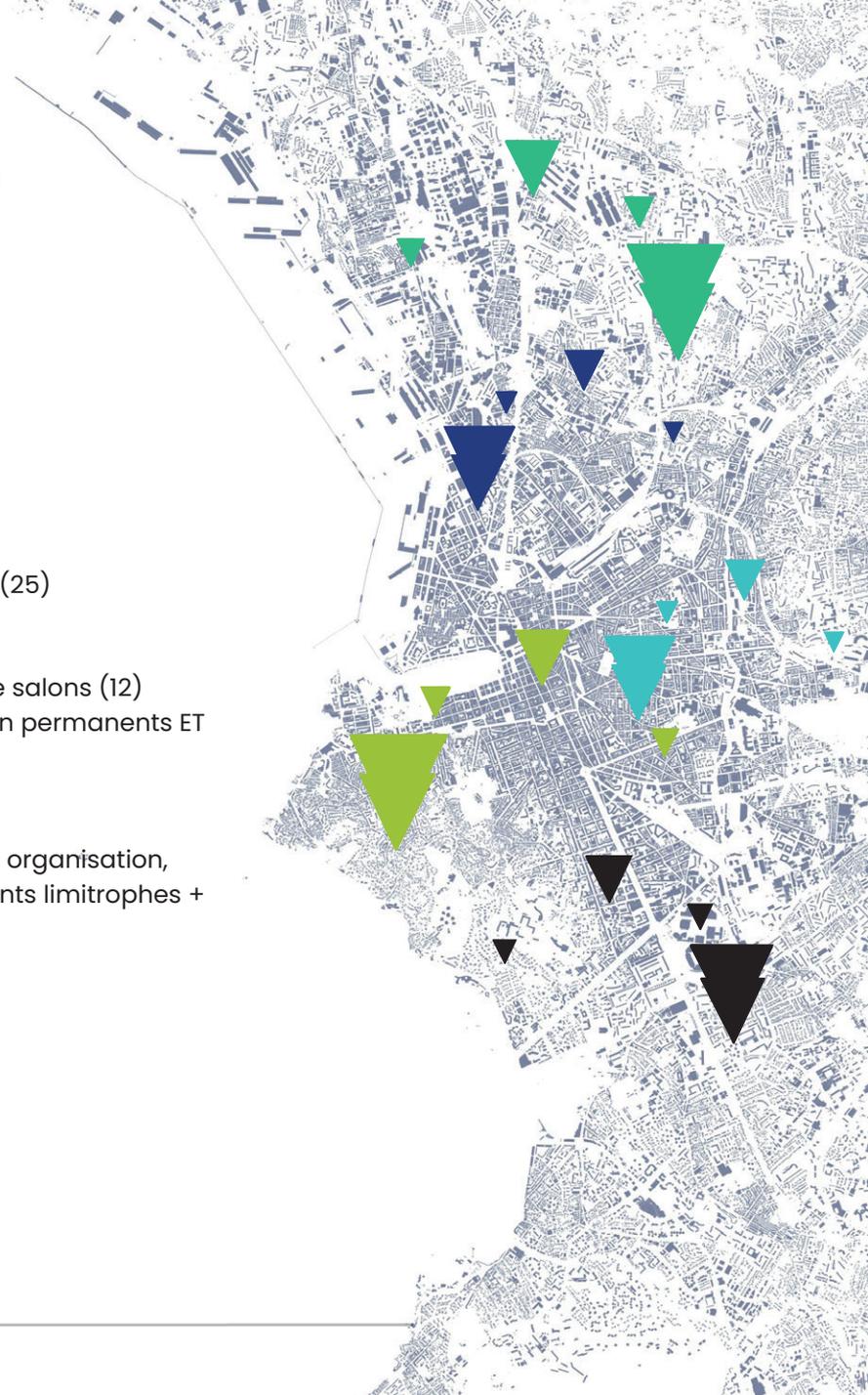
### Marché

#### 2024 - 2025

- > Agences comm' (25)
- > Clients CI (140)
- > Clients DELTA (...)
- > Organismes de salons (12)
- > Lieux de réception permanents ET éphémères (40)

#### 2026 & +

- > Prospects même organisation, mais Départements limitrophes + Lyon et Paris





02

Le projet !





## Le projet !

# Ou comment agilement transformer les contraintes en opportunités

- › Depuis 2021, les restrictions sur les boîtes aux lettres ont progressivement conduit à un arrêt total prévu d'ici 2025, créant ainsi une **opportunité majeure dans le domaine digital**.
- › La distribution papier est de plus en plus mal perçue et non conforme aux critères de **Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE)**.
- › Les salons sont en cours de refonte pour offrir **une expérience plus immersive**, répondant à la demande des consommateurs pour moins de publicités «classiques». Le local est désormais une priorité absolue pour les dix prochaines années.
- › On assiste à une refonte des médias traditionnels, avec un accent mis sur l'expérience utilisateur.

- › Les confrères précurseurs du marché bénéficient déjà d'un trafic en ligne établi, ce qui constitue un atout significatif.
  - › À nous de positionner, non pas en éclaireurs, mais en entreprise **qui confirme en local**. Tout en étant **+ global, + rassurant et + innovant**.
  - › Enfin, les grands événements de l'année 2024 **confirment cette tendance** vers l'expérientiel et la recherche de nouvelles formes de médias.
- Fort des premières expériences du marché, notre souhait est d'adapter sans cesse avec un soin régulier des retours clients.**



## Le projet !

# L'expertise croisée de 2 partenaires

Expert en stratégie  
de communication



- + 200 clients
- + 1 200 opérations
- 300 opérations digitales et auto-digitales
- 75% des campagnes en pluri-média et opérations tactiques
- 345 campagnes événementielles et street
- Une présence locale, partout en France



LA référence en Smart  
technologies



- 1 interlocuteur dédié
- 55 collaborateurs
- 45 années d'expériences favorisant l'innovation
- + 4 800 interventions gérées par leur support technique
- 350 projets pilotés chaque année

## Le projet de lancement

# L'alliance de 2 entreprises « Référence » pour leurs secteurs d'activité sur le territoire



Le Cercle des Nageurs de Marseille avait comme besoin de :

- > **digitaliser sa communication**
- > **la rendre + réactive**
- > **générer des revenus supplémentaires**



**Innovation** – créativité – **agilité** – **réactivité** – local – **empathie**  
– **écoute** – **digital** – **présence** – **physique** – **visible**

### Nous avons réussi à répondre à ces besoins... et avons permis au CNM de :

- > **gagner du temps** : 1 mi-temps VS un temps plein qui gère la comm' et son temps est donc utilisé à des tâches à plus forte valeur ajoutée ;
- > **donner une meilleure image** : format immersif de l'écran, au centre > le premier accueil est « BEAU » ;
- > **être plus réactif** : possibilité quasi immédiatement de changer un message (résultats, menu, etc.) ;

- > **plus responsable** : on jette moins de documents, on imprime moins et donc on polue moins. Des développements sont en cours avec le CNM pour le IOT RSE ;
- > **précurseur** : inédit, le sujet est lancé depuis cette année > la seule entreprise qui lie l'expertise comm' à la technique ;
- > **être plus sûr** : le contrôle des infos se fait à distance... via un logiciel personnalisé.





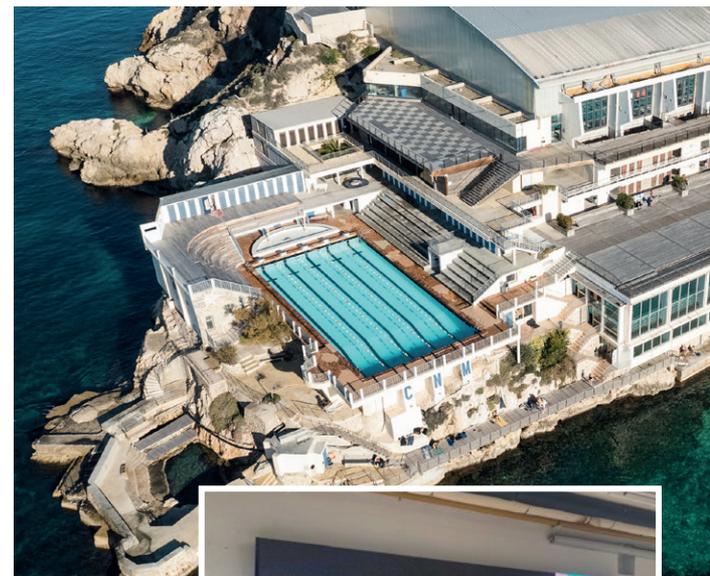
## Prenons l'exemple du Cercle des Nageurs de Marseille

### Le CNM avait besoin de :

- > **communiquer plus souvent**, et surtout de manière plus réactive (annonce des matches, résultats, info pratiques et météo, vie du club) ;
- > **faire connaître leurs partenaires** et les **nombreuses activités externes** qu'ils réalisent (mission natation pour les enfants , ramassage de déchets, etc.). Avant ils ne communiquaient que de « l'interne vers l'interne » ;
- > **capter plus les publics non adhérents** (resto, événements, locations de salles, etc) ;
- > **adapter leur communication au déplacement** des personnes qui fréquentent le lieu et aux nouveaux usages suite aux travaux
- > **commencer une démarche RSE** ;
- > **mettre à niveau du lieu** et de leurs adhérents la communication du CNM ;
- > **mettre à disposition de leurs sponsorings** et partenaires un espace.

### Par :

- > **L'expertise technique** (écran qui résiste aux embruns, et luminosité adaptée au lieu atypique) ;
- > **la gestion** (logiciel dédié, qui gère divers niveaux d'autorisations et permet une ultra réactivité de plusieurs formats d'informations) ;
- > **l'expertise en communication** (création, rotation, répétition des messages, travail d'expert sur la cible, ...).





## Nous avons réussi à répondre à ces besoins ... et avons permis au CNM de :

- > **gagner du temps** : 1 mi-temps VS un temps plein qui gère la comm' et son temps est donc utilisé à des tâches à plus forte valeur ajoutée ;
- > **donner une meilleure image** : format immersif de l'écran, au centre > le premier accueil est « BEAU » ;
- > **être plus réactif** : possibilité quasi immédiatement de changer un message (résultats, menu, etc.) ;
- > **plus responsable** : on jette moins de documents, on imprime moins et donc on polue moins. Des développements sont en cours avec le CNM pour le IOT RSE ;
- > **précurseur** : inédit, le sujet est lancé depuis cette année > la seule entreprise qui lie l'expertise comm' à la technique ;
- > **être plus sécurisé** : le contrôle des infos se fait à distance... via un logiciel personnalisé.

### Sur ce produit Vé !

- > La recherche d'un lieu atypique
- > L'installation de l'écran
- > Commercialisation de la publicité



### Leasing de l'écran sur 5 ans

#### Objectif

Obtenir des lieux atypiques cibles affinitaires pas forcément CSP) ou en volume.

**Ex : bailleurs sociaux.**

#### Prochainement

- > Château Berger
- > Set Club à Aix-en-Provence
- > 13 Habitat

Nous avons des solutions de financement pour vous et même des possibilités de générer des revenus





**Créateur de solutions  
digitales locales**

