



TENDANCES ÉQUIPEMENT

Optimiser votre point de vente

➤ PLV

L'hologramme, avenir de l'écran ?

Dans le graphisme et l'édition de sites Internet depuis 2005, Interactive Studio s'est lancé, en fin d'année dernière, sur la PLV Holographique, notamment avec la borne Dreamoc HD3 destinée au point de vente de proximité. Elle est dotée d'un système audio intégré, de vitres en verre haut de gamme pour valoriser le contenu holographique. Elle s'allume par branchement sur une simple prise de courant. « On peut s'en servir pour de la pure création, comme montrer une molécule et son action. Ou mixer réalité et hologramme, comme une boîte de vitamine C ornée d'animations. Au Plaza Athénée, dans un salon de thé, nous montrons des gâteaux qui se révèlent sous différentes formes », explique Cédric Bensoussan, gérant d'Interactive Studio. Si l'effet des contenus en vitrine attire et séduit le chaland, leur création est un acte technique effectué par l'agence. Dimensions : L 560 mm, H 342 mm, p 420 mm.



Poids : 22 kg. Fournie avec un totem. Prix : 3 000 €. Possibilité de location à la journée : à partir de 400 € HT. Création du contenu : à partir de 1 000 €. www.interactive-studio.fr

NOTRE AVIS Après la vogue des écrans HD, verra-t-on poindre les hologrammes en vitrine ? Si la question peut être prématurée, leur commercialisation est bien en marche. Interactive Studio suggère déjà de monétiser cette PLV auprès de régies publicitaires ou de laboratoires. À voir !

➤ TÉLÉMÉDECINE

À vous de jouer !

Spécialiste de l'électronique médicale, Visiomed présentera à PharmagoraPlus, le Visio Check BW-X07HD, une mini-station de téléconsultation médicale. De la taille d'un gros Smartphone, pesant 300 grammes, la station se relie notamment à un électrocardiogramme, un thermomètre, un oxymètre, un auto-tensiomètre, un glucomètre et un pèse-personne. De ces appareils, les mesures sont transmises en Bluetooth à la station qui les retransmet par wifi au médecin (sur plateforme 24h/24, 7j/7). Utilisant ces réseaux, une caméra HD intégrée permet de réaliser la visioconférence. « Nous suivons 5 000 diabétiques en Afrique et 160 transplantés rénaux avec le



CHU de Nantes », relate Éric Sebban, président de Visiomed. Contrairement aux dispositifs précédents, Visio Check se veut une solution mobile, légère et compacte. Autorisée sur le marché européen depuis mi-2017, elle a reçu le prix du meilleur partenaire médical lors de la 4^e édition du Trophée des

Objets connectés, initiée par NPA Conseil. Prix : De 5 000 à 7 000 €, selon les accessoires. Abonnement à partir de 49 €/mois, pour la sauvegarde des données, l'accès plateforme. www.visiomed-group.com

➤ FIDÉLITÉ

Un programme en quelques clics



FidMe supprime tampon et carte de fidélisation, pour se loger, côté commerçant, dans un QR code et, côté consommateur, dans une application sur Smartphone. Après inscription du commerçant sur la plateforme, FidMe lui envoie un QR Code que les consommateurs scannent sur leur Smartphone pour actualiser leurs récompenses. Depuis un espace personnel, vous gérez votre base de clients (nom, prénom, e-mail, etc.), vos statistiques, la typologie de votre clientèle (âge, sexe, zone de chalandise, etc.) et bien sûr les récompenses passées et à venir.

Lancée en 2010, l'application FidMe revendique plus de 3 000 programmes édités (pour Yves Rocher, Coop ou Office Dépôt), 3,7 millions d'utilisateurs dont 2 millions d'actifs. Fournissant conseils et assistance, FidMe s'engage aussi à promouvoir votre programme de fidélité par des PLV, campagnes de SMS, de bannières publicitaires ou d'e-mailing. Prix : abonnement 20 €/mois. Carte de fidélité illimitée. www.fidme.com

NOTRE AVIS Raréfaction de l'offre médicale oblige, Visio Check va dans le sens de l'histoire. À mesure que la réglementation sur la télé-médecine se précise, les technologies se perfectionnent et deviennent plus maniables. En avant-première à PharmagoraPlus !

NOTRE AVIS Ce porte-cartes de fidélité mobile rassemble les cartes de fidélité à code-barres des enseignes, les cartes à tampons des commerces de proximité et les coupons de réduction, dans une seule et même application. Cela répond à une demande des consommateurs, puisque 52 % des utilisateurs de Smartphones et tablettes souhaitent avoir leurs cartes de fidélité sur leurs appareils mobiles, selon une étude réalisée par le SNCD en 2013.