



DOSSIER INVESTISSEUR

PRÉSENTATION D'APTIKO  
LOGICIEL D'AFFICHAGE  
DYNAMIQUE  
**INTERACTIF**

## 1. CONTEXTE DU MARCHÉ

---

APTIKO,  
LA FIN DE LA FRONTIERE  
ENTRE E-COMMERCE  
ET POINT DE VENTE PHYSIQUE



## 1. CONTEXTE DU MARCHÉ

---

Pour les consommateurs, la frontière entre points de vente et espace de commerce en ligne n'existe pas. Qu'il s'agisse de commander en ligne les produits qu'ils iront chercher au Drive, ou qu'ils " **rebondissent** " d'un produit vu en magasin vers un achat en ligne, ils s'inscrivent dans un continuum d'offres permanent.

L'e-commerce pèse aujourd'hui 1462 milliards de dollars (2015) soit 50% de plus qu'en 2012.

Sa croissance ne s'accompagne pas, contrairement à ce qui était imaginé lors de son apparition, d'une disparition des points de vente physiques. Le commerce physique représente toujours 90% des actes d'achats.

Mais les **solutions numériques ouvrent un nouveau champ** : l'acte d'achat, qui relève de la concomitance entre le désir et la présentation du produit, n'a plus besoin de la présentation physique du produit...

## 1. CONTEXTE DU MARCHÉ

---

La digitalisation du point de vente, rentabilité ou mode ?

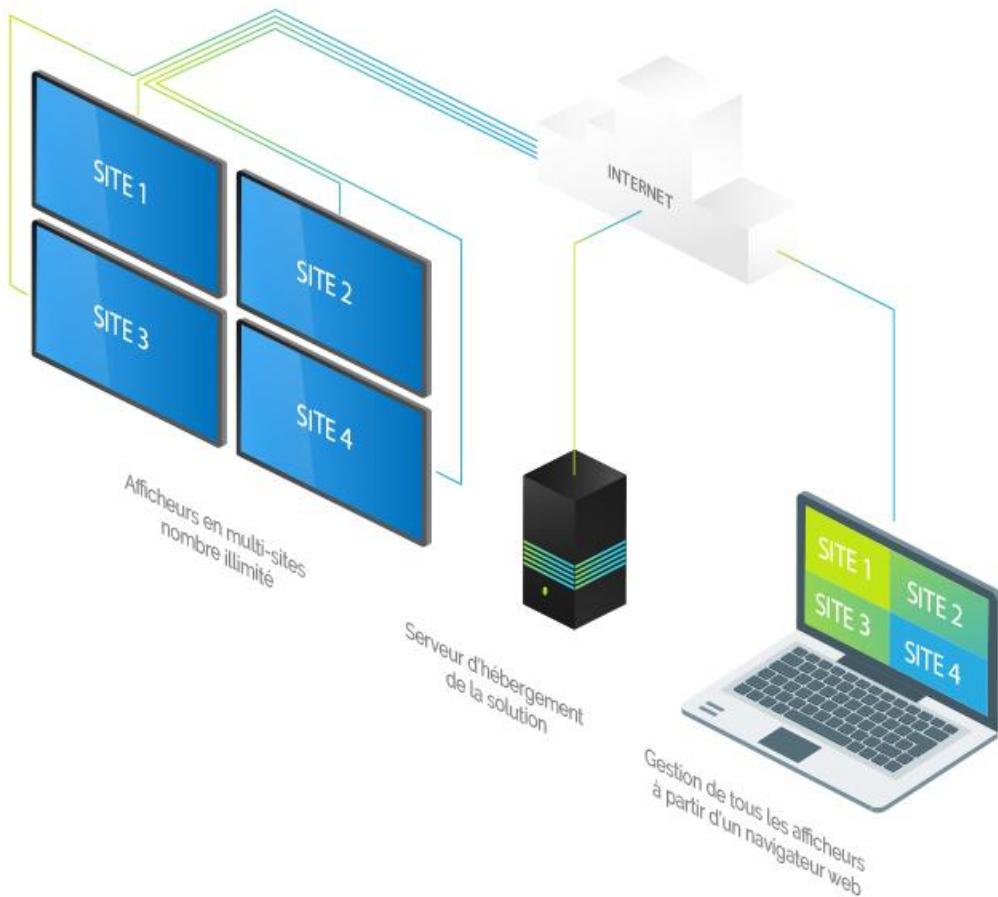
40% des consommateurs interrogés déclarent utiliser des outils multimédias d'assistance et d'aide à l'achat en magasin.

Sources : étude Fullsix Retail sur le Ropo 2013, baromètre de l'Expérience marchande connectée 2013, Digitas

Actuellement, la digitalisation des ERP\*, du point de vente est principalement réalisée grâce à de....

(\* Etablissement Recevant du Public)

## 1. CONTEXTE DU MARCHÉ



### L'AFFICHAGE DIGITAL DYNAMIQUE ?

- C'est un support de communication dynamique (affichage sur parc d'écrans).
- Il permet de capter l'attention du client.
- Il peut servir à la promotion de produits, au développement de l'image de marque de l'entreprise, ou d'une organisation ...

## 1. CONTEXTE DU MARCHÉ

---

CE QU'APPORTE  
L'AFFICHAGE  
DIGITAL DYNAMIQUE ?

- 24% d'augmentation des ventes constatées lors de l'utilisation d'affichage dynamique,
- 60% d'augmentation de la mémorisation produit grâce à des contenus vidéo,
- 75% des clients se souviennent d'une annonce diffusée sur un écran,
- 75% des français préfèrent acheter en magasin si celui-ci est innovant,
- 89% des clients aiment l'affichage dynamique sur le point de vente,
- 69% de réduction de la sensation d'attente grâce à des écrans installés en caisse,
- 76% des décisions d'achat se produisent sur le point de vente (+10% par rapport à la PLV classique)

Source : KPMG - IPSOS 2009 | APCAD/2009 | POPAI 2012

## 1. CONTEXTE DU MARCHÉ

---

LES POINTS FAIBLES  
DE L'AFFICHAGE  
DYNAMIQUE ACTUEL ?

Pourtant l'affichage digital dynamique **connait aussi des limites** :

- **Comptage** très complexe du nombre de spectateurs
- **Pas de retour qualitatif.** La personne peut être effectivement présente mais rien ne prouve l'impact réel du message diffusé. Est-elle passée trop vite ? A-t-elle été distraite ?
- **L'annonceur** ne peut **pas** entrer en **interaction** de manière individualisée avec les personnes et **ajuster le contenu du message** diffusé en temps réel
- La personne reste **passive**, et son **expérimentation personnelle est absente**

CE QU'IL FAUT RETENIR...

L'AFFICHAGE DIGITAL  
DYNAMIQUE ACTUEL

=

CLIENT PASSIF



1. CONTEXTE DU MARCHÉ

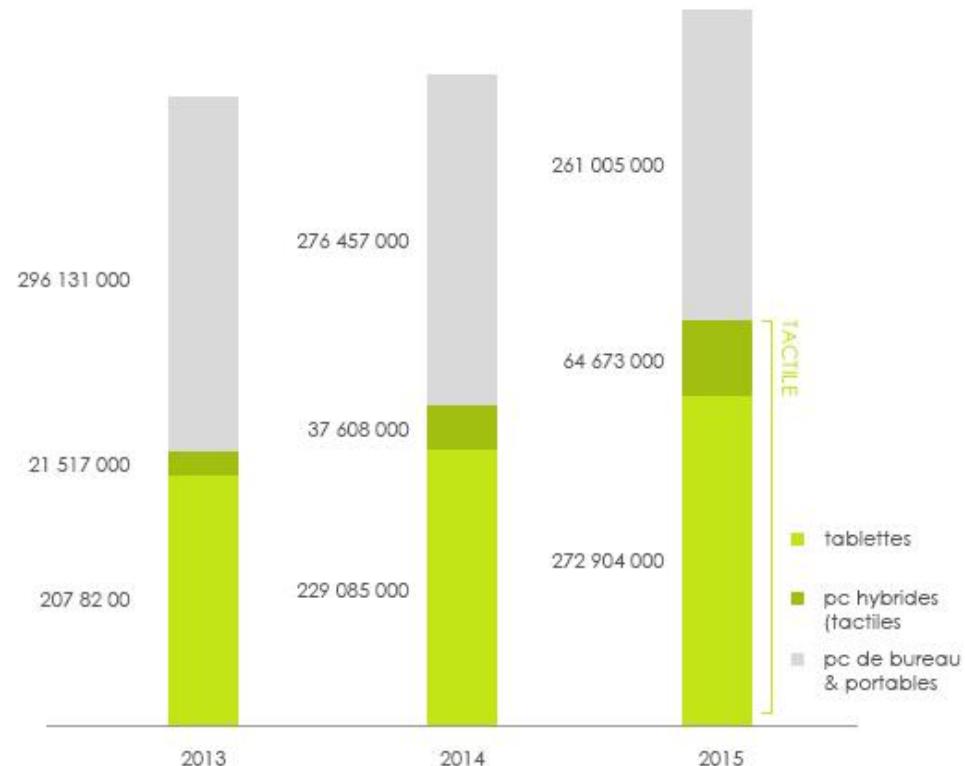
L'AFFICHAGE DYNAMIQUE  
INTERACTIF

=

CLIENT ACTIF



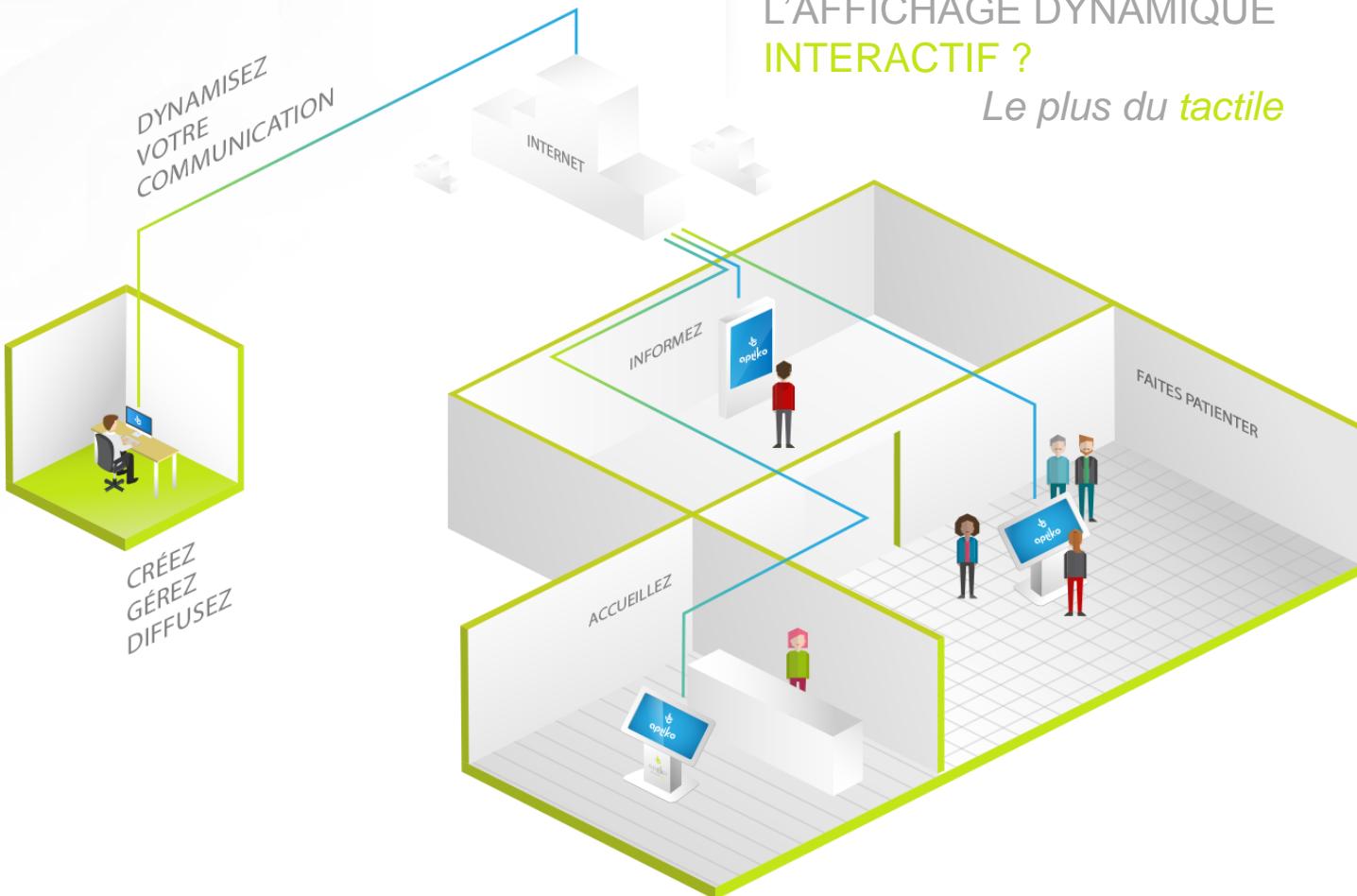
## 1. CONTEXTE DU MARCHÉ



### TACTILE : UNE TENDANCE A LA HAUSSE

- Dans le monde en 2015, il s'est vendu plus de tablettes et d'ordinateurs hybrides **tactiles** que d'ordinateurs de bureau de PC portables.
- Sans compter également les téléphones portables qui sont désormais tous **tactiles**.
- Voir pertes de marchés Blackberry et Nokia

## 1. CONTEXTE DU MARCHÉ



## L'AFFICHAGE DYNAMIQUE INTERACTIF ?

*Le plus du tactile*

- Il incite le passant à interagir avec le produit où la marque.
- Il engage les affects des utilisateurs.
- Il sollicite deux fois plus de sens chez l'utilisateur et favorise la mémorisation du message.

## 1. CONTEXTE DU MARCHÉ

QUELS SECTEURS D'ACTIVITÉS  
CONCERNÉS PAR  
LE DIGITAL TACTILE ?



COMMUNICATION  
D'ENTREPRISE



RESTAURATION



VENTE AU DÉTAIL



BANQUE & FINANCE



SECTEUR PUBLIC &  
COLLECTIVITÉS



AFFICHAGE  
À L'EXTÉRIEUR



ÉDUCTION



TRANSPORT



SANTÉ



AUTOMOBILE



DIVERTISSEMENT



HÔTELIERIE & CASINO

## 1. CONTEXTE DU MARCHÉ

---

LES POINTS FAIBLES  
DE L'AFFICHAGE  
DYNAMIQUE ACTUEL ?

### QUELQUES CHIFFRES CLÉS DU MARCHÉ : AFFICHAGE DIGITAL

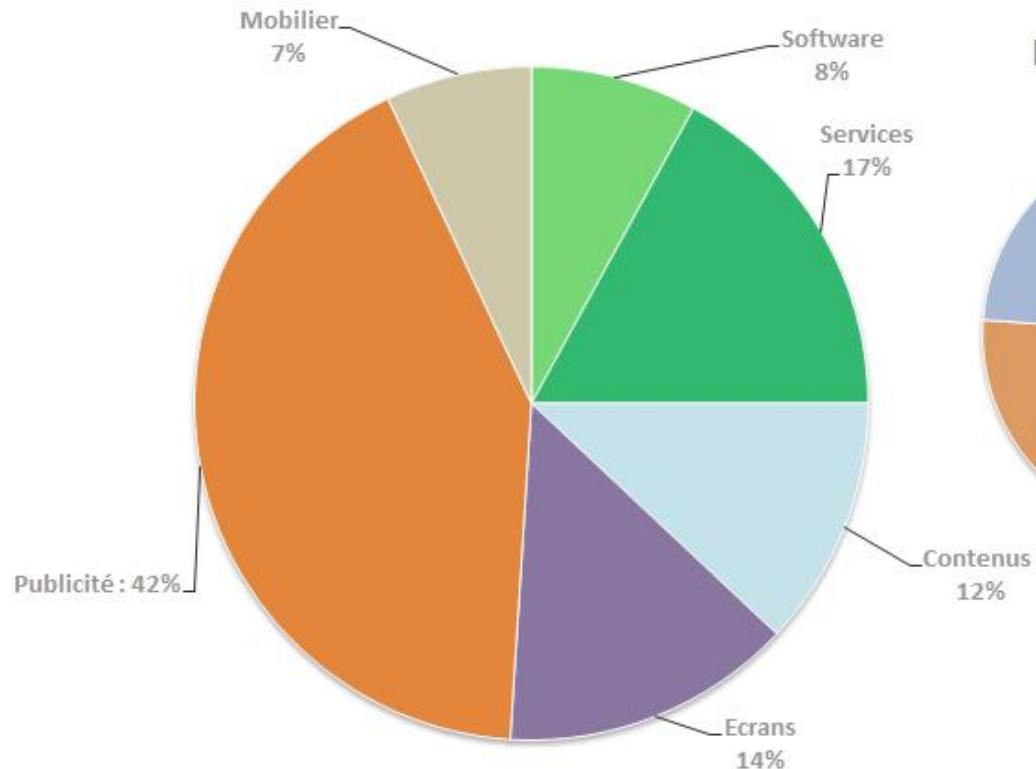
Marché mondial de l'affichage dynamique (Matériels + logiciels + services) en 2015 : 10,5 Milliards de \$ hors revenus publicitaires (Revenus Publicitaires = 4,5 milliards de \$).

Allemagne :	1 <sup>er</sup> marché européen (19%)
UK :	2 <sup>ème</sup> (16%)
France :	3 <sup>ème</sup> (11%)

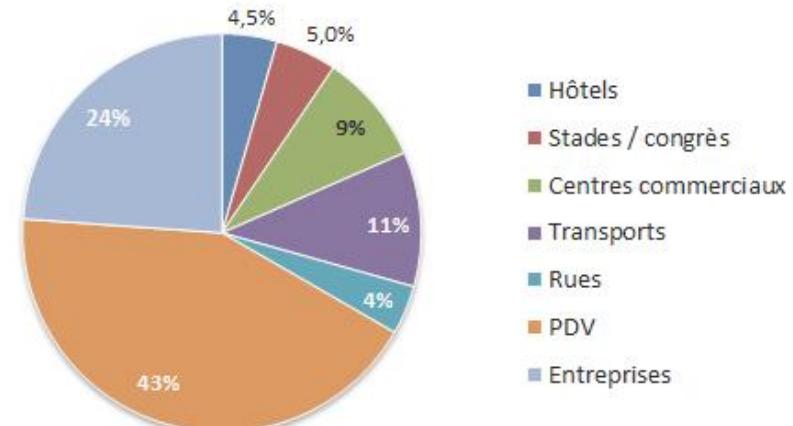
Le marché du digital média français en 2015 : **500 millions d'Euros** hors revenus publicitaires)  
France : une croissance de +20% par rapport à l'année précédente.  
(Source : Rapports IHS David HAYNES, DBCI 2015)

Les perspectives mondiales de marché à 2020 :  
**20 milliards de \$** selon *Grand View Research Inc 2014*  
**23,7 milliards de \$** selon *Markets and Markets 2015*

## Répartition CA / activités



## Présence Affichage dynamique



## 1. CONTEXTE DU MARCHÉ

### QUELQUES CHIFFRES CLÉS

## 2. CONTENU INTERACTIF

---

COMMENT  
CRÉER ET DIFFUSER  
DU CONTENU INTERACTIF ?



## 2. CONTENU INTERACTIF

---

COMMENT CRÉER  
ET DIFFUSER  
DU CONTENU INTERACTIF ?

- Conscient de l'impact de **l'interactivité**, comment un annonceur peut-il créer un contenu média interactif et le diffuser sur des bornes, des totems ou des tables tactiles judicieusement positionnés ?

Il aura besoin de :



Un **matériel tactile** d'affichage : Hardware



Un contenu, **le message**, le scénario interactif



Un **logiciel de création**, de **gestion** et de **diffusion** du **contenu interactif** : software

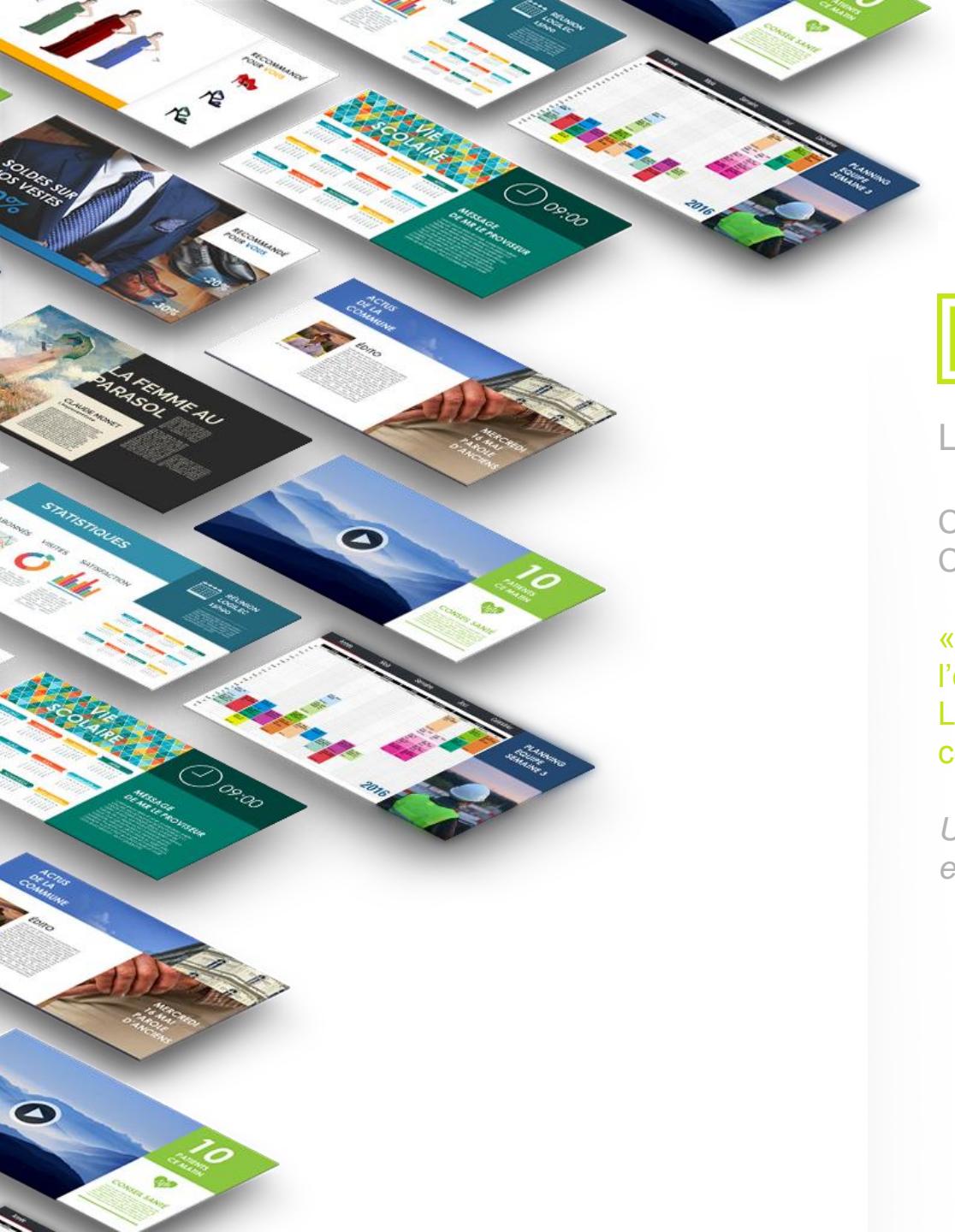
## 2. CONTENU INTERACTIF



### UN MATÉRIEL TACTILE : **HARDWARE**

Le marché de la borne **tactile** est en pleine croissance.

Quelques mots tapés sur un moteur de recherche permettent aisément d'identifier un nombre élevé de fabricants ou des distributeurs, européens, américains et asiatiques proposant des catalogues complets.



## 2. CONTENU INTERACTIF

---



### LE CONTENU, LE MESSAGE, LE SCÉNARIO INTERACTIF

Comme le dit si bien Marc BALLU Membre exécutif du Club Digital Média au sujet du digital **tactile**,

« (...) le contenu, il doit être fort et impactant pour générer l'envie, l'émotion. Il faut qu'il y ait un parti pris éditorial pour capter le client. L'avenir de la digitalisation se joue sur la qualité du contenu, la prise en compte de l'expérience client et la création de valeur (...) »

*Une agence de communication ou un département spécialisée d'une entreprise est tout à fait en mesure de créer le contenu ad hoc.*



## UN LOGICIEL DE CRÉATION, DE GESTION ET DE DIFFUSION DU CONTENU **INTERACTIF : SOFTWARE**

- Utilisable de n'importe quel ordinateur et de n'importe quel endroit ?
- Sans aucune installation sur votre disque dur ?
- Permettant à un nombre illimité d'utilisateurs de travailler de manière collaborative, en équipe projet et pour le même coût sans ajouts onéreux de licences utilisateurs ?
- Puissant, ergonomique et très simple d'utilisation ?

## 2. CONTENU INTERACTIF

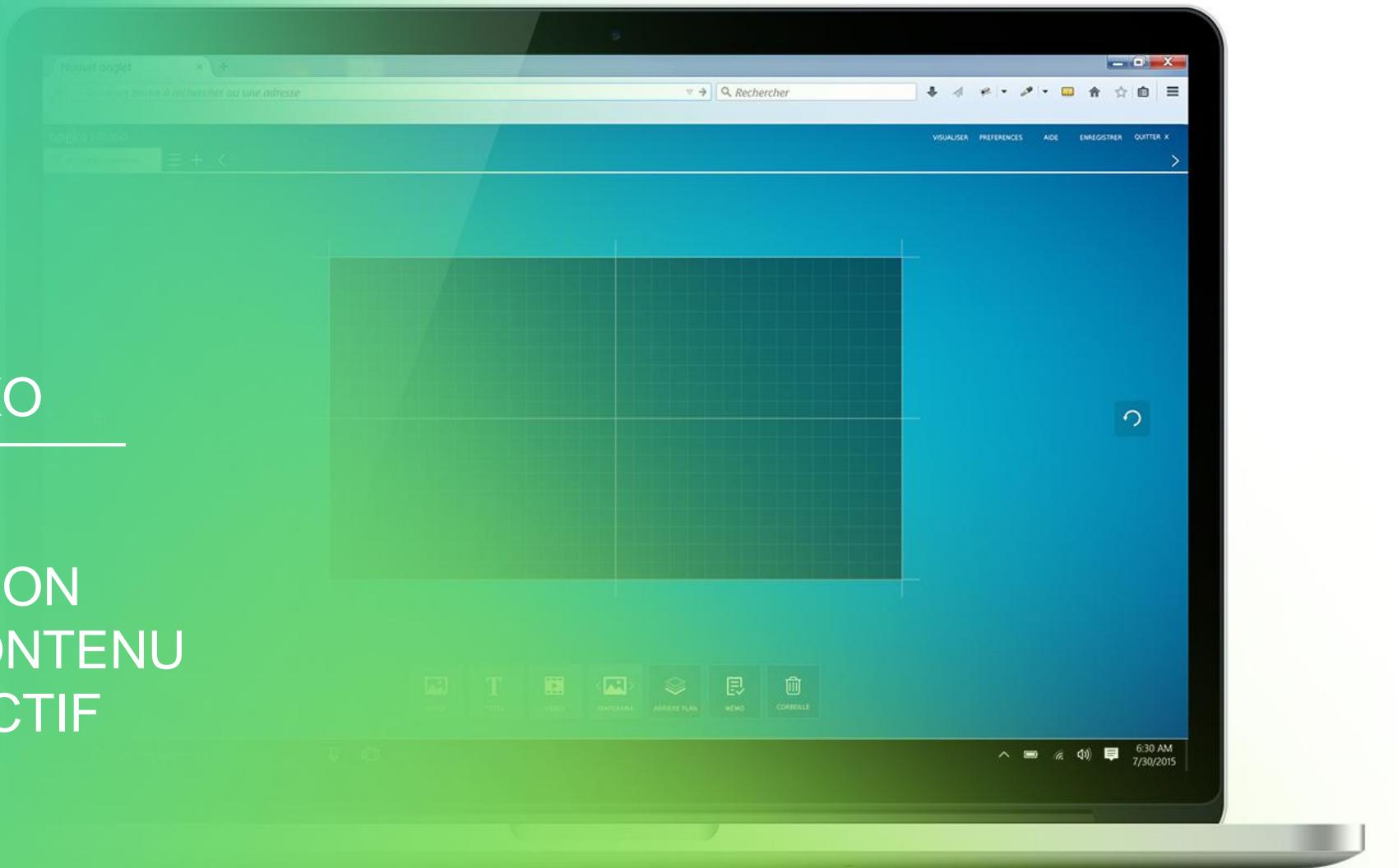
---



### 3. LE LOGICIEL APTIKO

---

LOGICIEL  
DE CRÉATION, GESTION  
ET DIFFUSION DE CONTENU  
MULTIMÉDIA INTERACTIF



### 3. LE LOGICIEL APTIKO

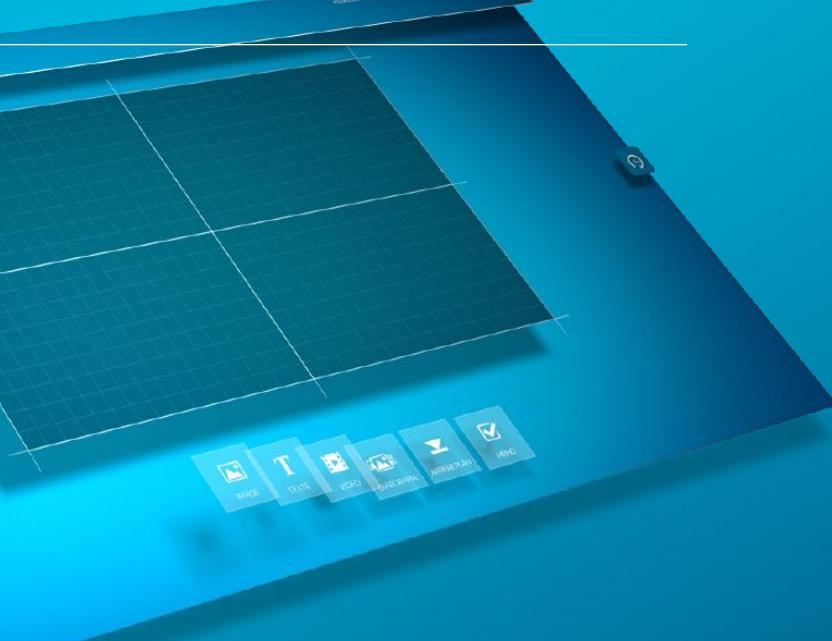
←  
**Client** annonceur:  
Besoin affichage interactif



**Logicielle** de création, gestion  
et diffusion de contenu  
multimédia interactif

→  
**Bornes**, afficheurs tactiles.  
Utilisateurs et/ou client final

### 3. LE LOGICIEL APTIKO



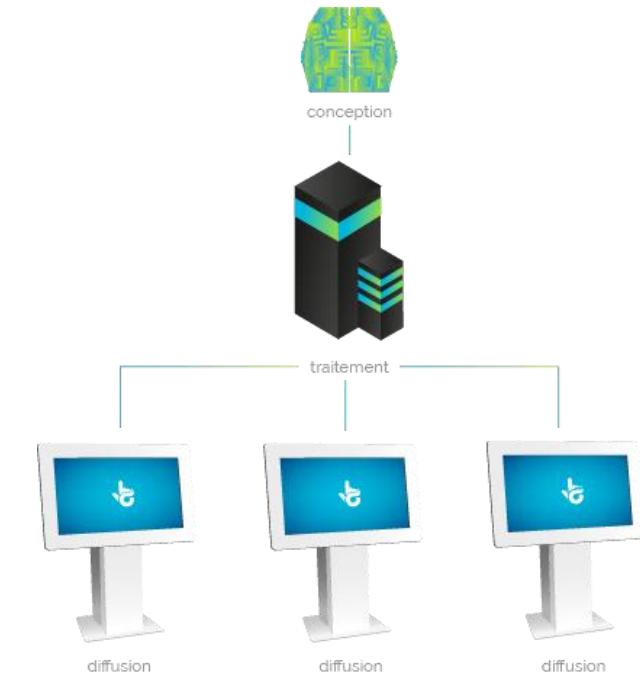
## CRÉER

Accessible partout, vous pouvez commencer la création de votre présentation interactive au bureau, la continuer dans le train ou tout simplement passer la main à une tierce personne.



## GÉRER

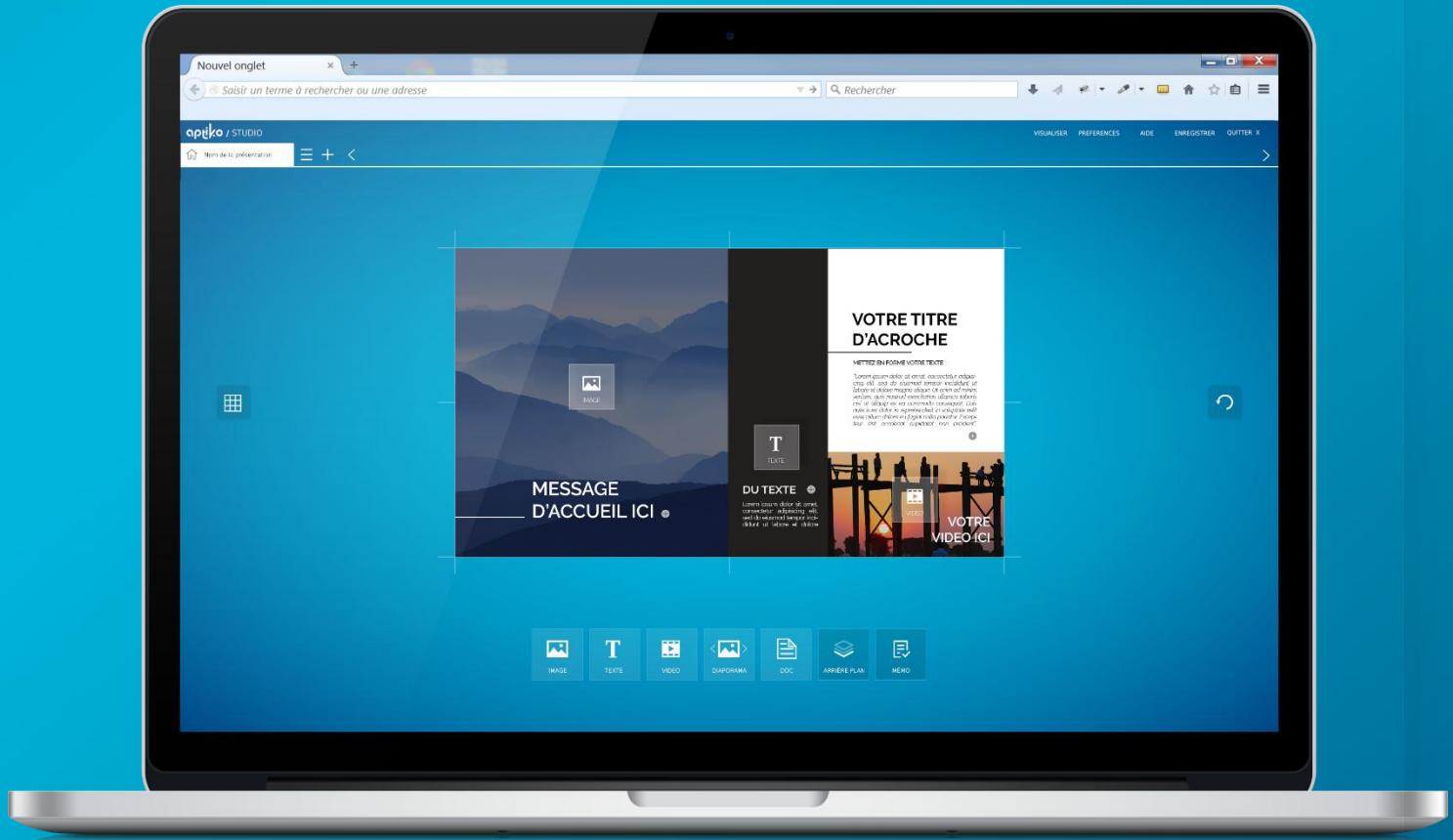
Retrouvez au même endroit vos différents médias : vidéos, photos, textes, pdf etc. Créez, modifiez, sauvegardez votre contenu ; avec Aptiko vous êtes le seul gestionnaire (possibilité de configurer les droits d'accès).



## DIFFUSER

Planifiez votre affichage dynamique interactif, choisissez les écrans sur lesquels vous souhaitez que votre présentation soit diffusée, interchangez votre présentation à distance, simplement, n'importe quand et n'importe où.

### 3. LE LOGICIEL APTIKO

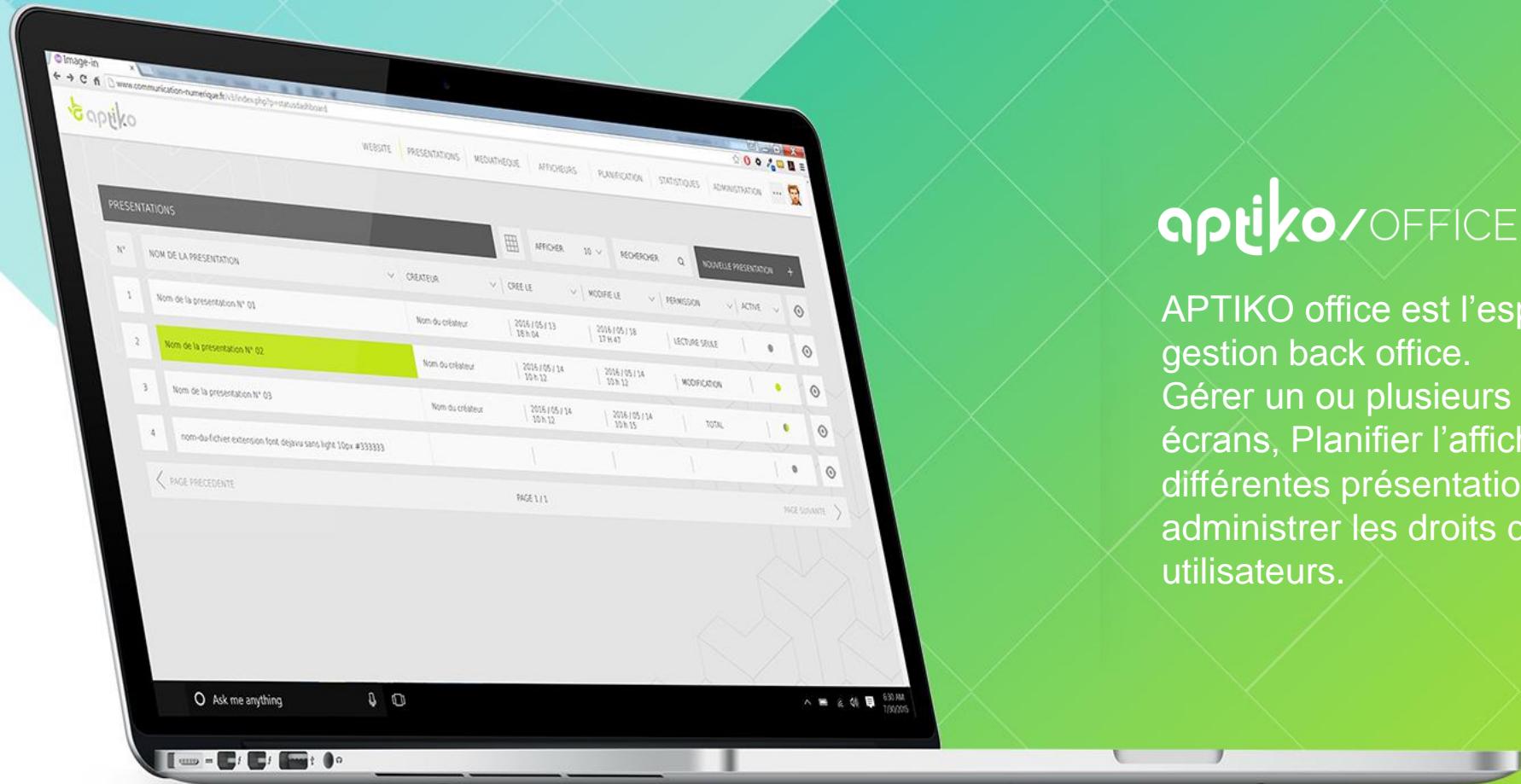


**aptiko**/STUDIO

APTIKO Studio est l'espace de création de présentation interactive.

Une interface simple, intuitive, des modules préconstruits et adaptables pour apporter une grande liberté dans la création. Un espace de création **aussi simple à utiliser que Powerpoint®**

L'accès au studio d'APTIKO est totalement gratuit pour tous.



### 3. LE LOGICIEL APTIKO

## aptiko OFFICE

APTIKO office est l'espace de gestion back office.  
Gérer un ou plusieurs parcs d'écrans, Planifier l'affichage des différentes présentations et administrer les droits des utilisateurs.

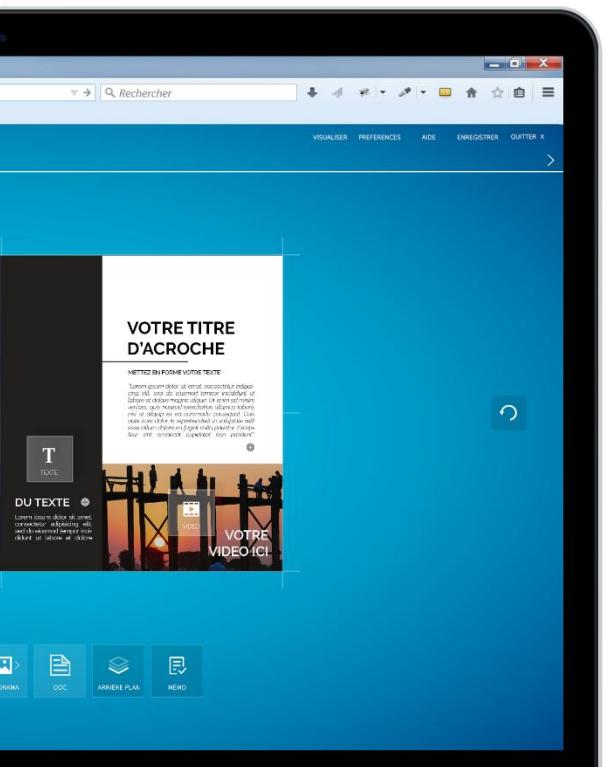
*Le prix est proportionnel  
au nombre total d'écrans tactiles pilotés*

## 4. STRATEGIE COMMERCIALE

---



## 4. STRATÉGIE COMMERCIALE



### APTIKO STUDIO GRATUIT ?

Le principe est de s'appuyer sur la stratégie du **marketing viral**.

De permettre à tout à chacun de tester la facilité de création et donner envie de n'utiliser que cette solution !

### APTIKO OFFICE PAYANT

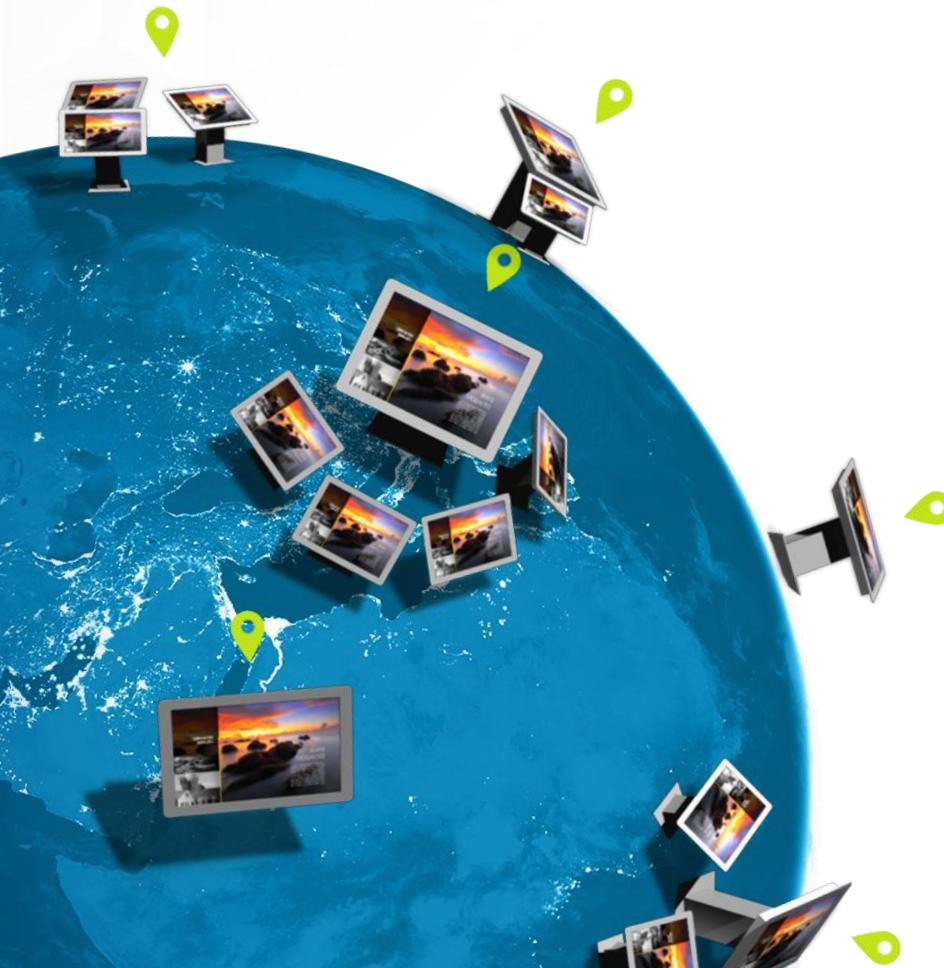
Le client ne paye que le **juste prix**.

Uniquement lorsqu'il a besoin de diffuser un contenu média interactif.

Dégressivité avec la quantité.  
Prix moyen HT : 45€/mois

A screenshot of the APTIKO OFFICE dashboard. The page title is 'PRESENTATIONS'. It lists four presentations with details: N° 1 'Nom de la présentation N° 01' created by 'Nom du créateur' on '2016 / 05 / 13 18 h 04'; N° 2 'Nom de la présentation N° 02' (highlighted in yellow) created by 'Nom du créateur' on '2016 / 05 / 13 18 h 04'; N° 3 'Nom de la présentation N° 03' created by 'Nom du créateur' on '2016 / 05 / 13 18 h 04'; and N° 4 'nom-du-fichier extension font dejavu sans light 10px #333333' created by 'Nom du créateur' on '2016 / 05 / 13 18 h 04'. Navigation buttons 'PAGE PRECEDENTE' and 'PAGE SUIVANTE' are at the bottom, along with a 'PAGE 1/1' indicator.

## 4. STRATÉGIE COMMERCIALE



La clientèle cible du logiciel Aptiko® est professionnelle / **B2B**

Les professionnels de la communication, de la stratégie marketing, les agences digitales. Elles pourront ainsi offrir à leurs clients une nouvelle offre de service.

Cette catégorie est considérée comme la catégorie de professionnels **partenaires agréés** utilisateurs et prescripteurs en charge de promouvoir, d'utiliser et de vendre les présentations conçues avec le logiciel Aptiko®.

Les directions commerciales, marketing, communication, ressources humaines, industrielles de grandes sociétés et des PME qui pourront également développer un moyen habile et agile pour communiquer avec les différentes cibles concernées.

**NOTRE MARCHÉ EST INTERNATIONAL**

## 4. STRATÉGIE COMMERCIALE

---



Commercialisation au niveau français dans un premier temps sur la base d'une population cible d'environ 17.000 entreprises... spécialisées en communication et en stratégie marketing  
*Selon la source : Insee-ESANE 2011*

L'objectif de la société est de se constituer au cours des 3-4 prochaines années, un réseau de partenaires représentant environ 5% de ces professionnels du secteur. (Soit environ 850 à 900 partenaires agréés).

Ces partenaires devront vendre une dizaine de licences OFFICE.  
Le prix de vente moyen est de 45€ HT / mois.

### Potentiel estimatif du marché français :

850 partenaires « Premium » x 10 licences en parc x 45€ par mois x 12 mois = **4,59M€ / an**

(NB : Il faut une licence par écran tactile).

\*Un partenaire Premium est un professionnel qui pilote en moyenne une dizaine 10 écrans tactiles par an.

## 5. PRÉVISIONNEL DE VENTE

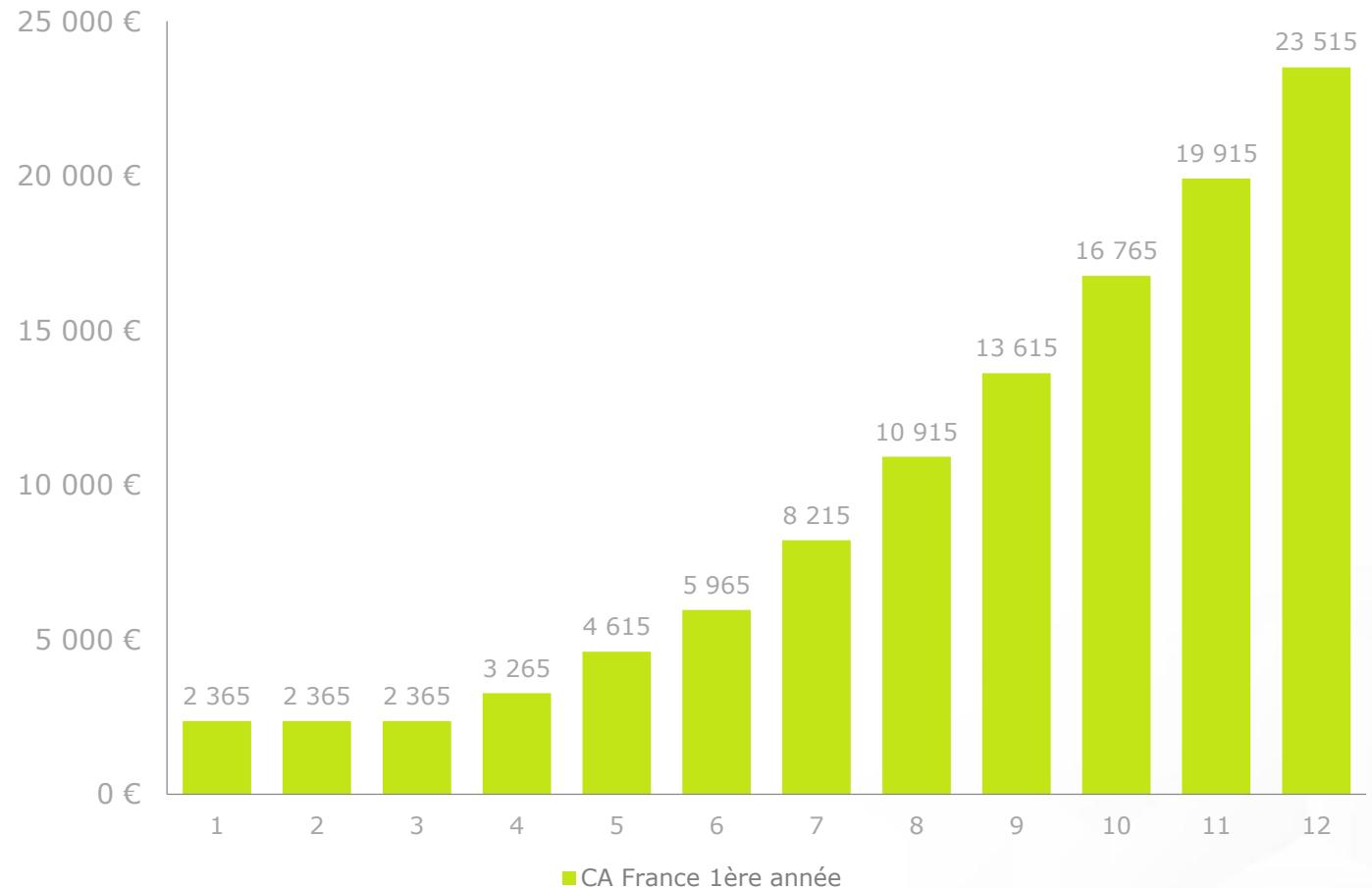
03 04 05 06 07 08 09

## 1ÈRE ANNÉE FRANCE : 114K€

La montée progressive du chiffre d'affaire sur 2017 est calculée sur la base unique et pénalisante d'un cumul de paiements mensuels.

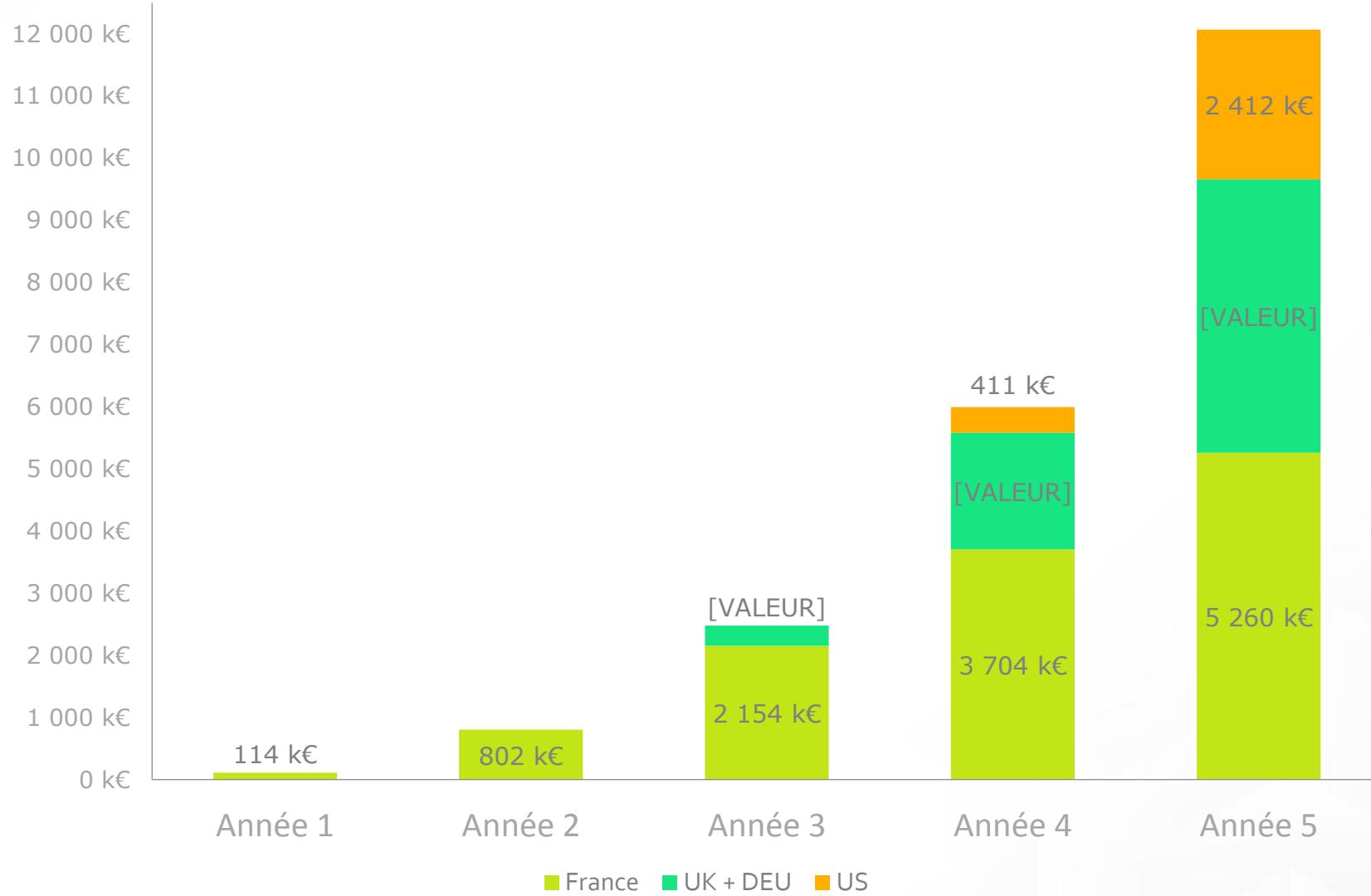
La licence OFFICE aussi proposée en abonnement annuel en terme à échoir. Cette offre commerciale incitative permettra de minimiser le besoin en fond de roulement et « détendre la trésorerie » dans les premiers mois.

N'est pas inclus dans le CA, la vente de l'information analytique et statistique qui rejoindra l'offre commerciale à partir de 2018.



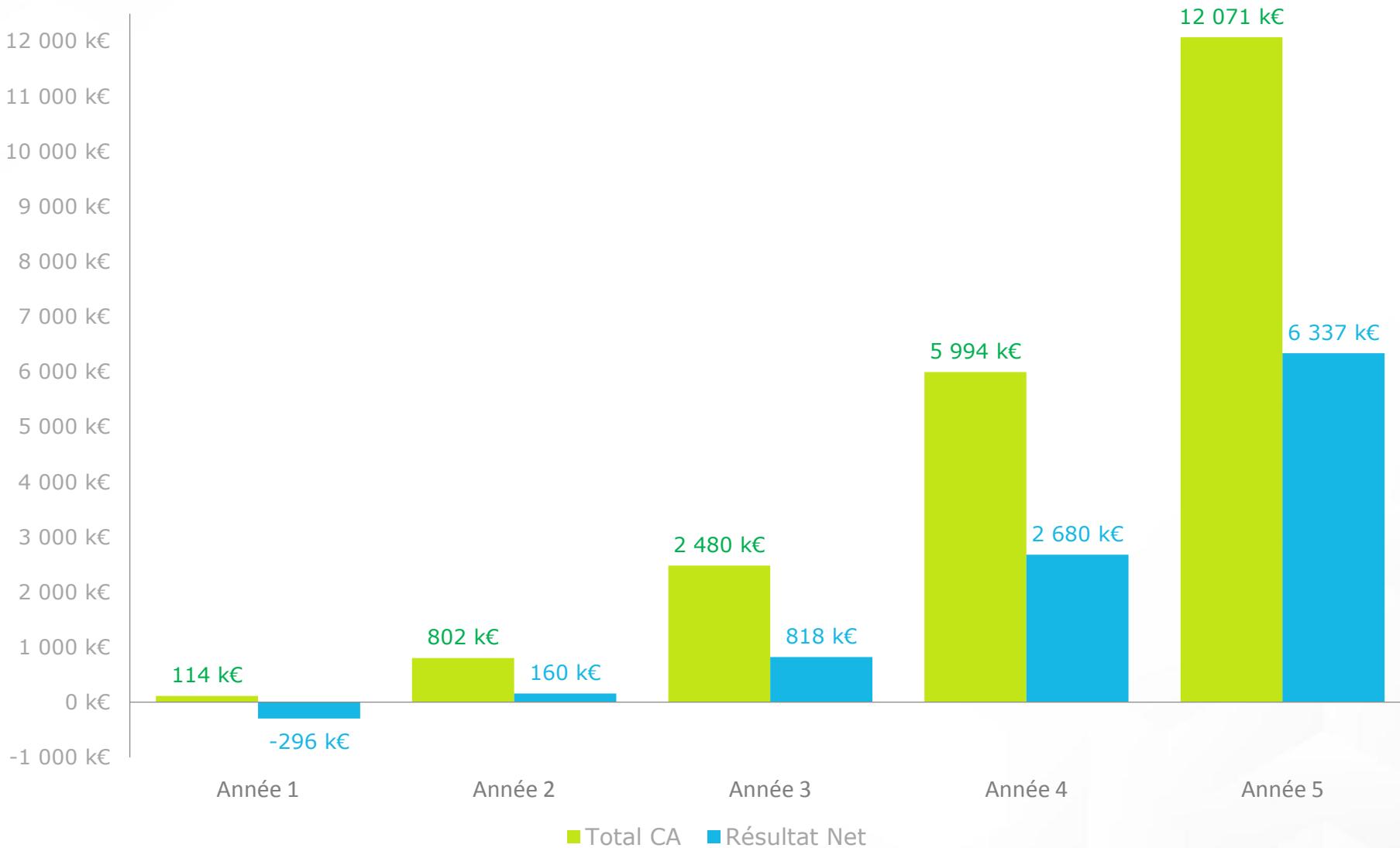
## MARCHÉ NATIONAL + EXPORT

La zone de commercialisation du logiciel étant internationale, nous projetons la possibilité de commencer à commercialiser le logiciel en **Allemagne et Angleterre à partir de 2019**, puis les **USA**



## CA CONSOLIDÉ

## RENTABILITÉ PRÉVISIONNELLE



## 5. PRÉVISIONNEL DE VENTE

---

### HORIZON 2020

Les 8.500 licences APTIKO vendues en France représentent 7,8% du CA du marché français du logiciel appliqué au secteur du digital média.

Le chiffre d'affaires total France + Export (19.500 licences) représente 0,8% du marché mondial du CA des logiciels DIGITAL MEDIA.

Traduction en taux d'équipement du nombre de licences de diffusion en France = 8.500 licences

Nombre moyen de licences de diffusion par rapport au nombre total de points de vente en France (330.000 Source Insee 2010)  
= 2,57% (**soit 1 licence/borne tactile tous les 39 magasins**)

Nombre moyen de licences de diffusion par rapport à la surface totale des points de vente en France (77 millions de m<sup>2</sup>) = **1 licence/borne tous les 9.000m<sup>2</sup>**

Sources INSEE 2010 [ici](#)

## 5. LES HOMMES EN POSTE

---

## 5. L'ÉQUIPE



RACHID AMAR



JÉRÔME LEMOINE



FIRAS ABOU-LATIF

### GÉRANT & FONDATEUR DE LA SOCIÉTÉ IMAGE-IN

A l'origine de l'idée et à 46 ans, cet ingénieur analyste programmeur a passé toute sa vie professionnelle dans le secteur du digital et de l'internet. Ancien Directeur de clientèle de la société de conseil en communication chez PRODISTRIK Rouen, il s'est lancé dans l'aventure de l'entrepreneuriat en 2013 en créant sa propre société dans l'optique de développer et faire aboutir son idée. La technique, il connaît, tout autant que la vision des comportements de demain.

### DIRECTEUR COMMERCIAL

De formation initiale scientifique (santé), il a immédiatement complété ses connaissances avec un Master de Marketing opérationnel. A 50 ans, il a évolué au sein de grandes sociétés industrielles en France, en Allemagne, en Espagne et aux États-Unis. Il a été autant sollicité pour assurer des responsabilités techniques de bureau d'études que commerciales et marketing puis finalement la gestion globale de centres de profits. Entrepreneur, il a travaillé pour la grande distribution dans le domaine de la publicité sur lieu de vente (PLV). Consultant, il aide les entreprises détentrices de concepts innovants à se structurer et se développer en réseau de commerce organisé ou en franchise. Conscient du potentiel que représente Aptiko, il vient de rejoindre l'équipe pour définir et appliquer la stratégie commerciale ainsi que la stratégie de développement internationale.

### CHEF DE PROJET ET RESPONSABLE DU BUREAU D'ÉTUDES.

En lien direct avec Rachid AMAR. Firas, Docteur en informatique de 35 ans (INSA Rouen) structure l'architecture du projet, il définit la stratégie technique en fonction des contraintes fonctionnelles attendues. Il construit les plannings de développement réalistes et fiables. Il pilote l'équipe constituée du concepteur-développeur (code) et du designer du projet. Il développe la partie "back office" du logiciel Aptiko, c'est-à-dire celle qui n'est pas visible mais qui effectue tous les traitements informatiques côté serveur et côté exécutable sur la borne client (le cœur d'Aptiko).



MÉLANIE ROUAS

### CHARGÉE DE GESTION ADMINISTRATIVE

De formation comptable et juridique, tout est dans le titre, elle veille à ce que tout soit réalisé dans les règles. Elle gère en collaboration avec notre comptable , la réalisation des contrats de vente, la comptabilité, le secrétariat, ...



OLIVIER PLATEAUX

### UX/UI DESIGNER DE LA SOLUTION LOGICIELLE APTIKO

Formation : Licence web Design.  
Agé de 40 ans, Olivier est à l'origine de toutes les fonctionnalités présentes dans le logiciel. Il est responsable de l'ergonomie, de l'apparence graphique et du confort d'utilisation d'Aptiko. Simplicité, logique, intuitivité et facilité d'utilisation sont ses principales préoccupations. Il a à cœur de créer la meilleure relation possible entre l'homme et la machine.



PIERRE LABOULAY

### CONCEPTEUR DÉVELOPPEUR

Formation : Niveau Licence en développement et programmation.  
Agé de 21 ans, Pierre en étroite collaboration avec Firas et Olivier, développe la partie "front office" du logiciel Aptiko , c'est-à-dire : ce qui est affiché sur le poste du client. Partant d'une maquette graphique fournie par Olivier, Pierre développe le code nécessaire à la concrétisation de cette maquette.



MAXIME CAZAILLON

### RESPONSABLE DE COMMUNICATION ET GRAPHISTE INTERNE

Formation: Licence Multimédia Internet Communication.  
A 26 ans, Maxime a plusieurs missions. Il a la responsabilité de communiquer sur Aptiko® et de veiller à l'image de marque du produit. Il joue aussi le rôle de beta testeur interne des fonctions développées. Il est en charge du support client et du Costumer Care. Très apprécié des clients, avec un véritable esprit Start-up, il est le démonstrateur de la fluidité du logiciel. Il décrit de manière simplifiée les caractéristiques, les astuces, les avantages et il le prouve en temps réel au cours de ces démonstrations.