L’AR, “UNE TENDANCE DE FOND DU MARKETING”

LE 22 AVRIL 2010 ***SABINE BLANC***

Total immersion est une société française en pleine expansion spécialisée dans la réalité augmentée (augmented reality ou AR pour les habitués). Olivier Audouze, son directeur marketing, revient sur le succès de l'entreprise, emblématique de l'explosion de cette technologie, en particulier dans le marketing.

L’Europe serait sur le déclin numérique. Une idée qui doit bien amuser Total immersion, une boîte française ET en pleine expansion spécialisée dans la réalité augmentée (augmented reality ou AR pour les habitués). Olivier Audouze, son directeur marketing, revient sur le succès de l’entreprise, emblématique de l’explosion du secteur de cette technologie, en particulier dans le marketing.

Aujourd’hui, la réalité augmentée est un secteur en pleine croissance. C’était loin d’être le cas en 1999, lorsque Total immersion s’est lancée.

C’est une vision qu’ont eue les fondateurs Bruno Uzzan et Valentin Lefevre. Ils ont cru à ce projet de mixer la réalité et le virtuel, qui s’est concrétisé avec les années. Nous étions les seuls alors. Il existait bien dans les laboratoires mais au stade de la théorie. Et aujourd’hui, nous sommes passés à la phase d’industrialisation.

Comment votre société s’est développée depuis ses débuts ?

Les débuts ont été difficiles, comme toute start-up. La technologie était nouvelle et n’était pas mûre. Depuis, le hardware s’est développé ainsi que le software, il est devenu beaucoup plus facile de développer des applications et les annonceurs sont de plus en intéressés. Il y a eu une rencontre entre la technologie et la demande du marché. Le premier gros projet, qui a fait parler de nous, est sorti en 2006 : il s’agissait des **Animaux du futurs**, une animation conçu pour le parc du Futuroscope à Poitiers.
Depuis 2008, nous travaillons beaucoup dans le marketing, nous comptons dans nos clients MacDonald, Coca-Cola, Mattel, Citroën, Transformers… Le digital marketing est un marché très porteur, qui représente une grosse part de notre chiffre d’affaires. En tout, en 2009, nous avons conçu près de 270 applications.

L’hiver dernier, Mc Donald’s Europe a proposé des Happy Meal incluant un jeu interactif Arthur et les Minimoys recourant à l’AR.

La réalité augmentée est présentée comme une révolution technologique en cours, comment envisagez-vous les prochaines années ? Plutôt connotée “gadget”, va-t-elle se démocratiser ?

Clairement, c’est une tendance de fond du marketing. Il y a un besoin des marques d’associer le produit au monde digital, et de l’utiliser comme support de l’expérience, pour bâtir ensuite une communauté. La marque lie l’application AR à une inscription sur une communauté que la marque veut créer sur son produit, par exemple.
On peut également créer des applications directement dans Facebook, partager avec ses amis, etc. De même, on peut enregistrer son expérience en vidéo, la poster sur YouTube ou Dailymotion et la partager.
L’AR se décline aussi sur mobile et devrait représenter une part croissante de nos recettes dans le futur. Nous avons déjà délivrée plusieurs applications mobiles sur iPhone pour Disney aux États-Unis.D’autres sont en préparation, prévues pour l’été.

Mais l’AR va-t-elle aussi trouver des applications plus utiles ?

Oui, la technologie se développe aussi dans le domaine du médical. Elle permet d’améliorer le confort du patient, en raccourcissant le temps des opérations. Par exemple, il est possible d’opérer de l’œil un patient sans l’endormir, l’opération se fait en temps réel. Elle devrait arriver d’ici deux-trois ans.
Dans le domaine du tourisme, on peut augmenter la réalité des monuments pour voir la construction. C’est délicat à fabriquer : il y a un gros travail de conceptualisation 3D. Et le modèle économique est plus difficile à trouver.

Une application éducative développée pour le ***Gulf Coast Exploreum*** *: le visiteur découvre le fonctionnement d'un cœur.*

Comment concevez-vous une application AR ?

Nous travaillons avec le client et un de nos partenaire, nous en avons une soixantaine en tout. Le client détermine le message à faire passer et sa cible et nous lui proposons un concept en AR, en utilisant notre solution brevetée, **D'Fusion®**. À partir de là, nous concevons des médias et nous les mixons. Une belle application immergent vraiment les gens, ils sont en interaction avec l'environnement.

Vous êtes une entreprise très tournée vers l'international.

Effectivement, 90% de notre business se fait à l'étranger. Nous avons une filiale aux États-Unis, nous sommes implantés en Europe, en Asie, avec un bureau à Hong Kong.

Pensez-vous que la France pourra continuer à être forte sur ce secteur ?

Oui, nous pourrons conserver cette avance : toute notre RD est implantée en France, une vingtaine de personnes, soit plus d'un tiers de nos effectifs. Nous avons aussi un réseau de consulting en France.

Vous faites partie du ARconsortium, comment comptez-vous agir en son sein ?

Le but déjà, c'est de faire connaître la technologie et de la normaliser. Nous voulons que notre technologie soit assez bonne pour être considérée comme un standard. Nous partageons aussi avec la communauté. Et nous voulons faire passer le message que la réalité augmentée n'est pas un gadget.

Données-clés

Date de création : 1999
PDG : Bruno Uzzan
Chiffre d'affaires en 2009 : 10 millions de dollars
Effectifs : 50 personnes.
3 filiales : Los Angeles, Hong Kong et Londres
Site web

—

Notre dossier sur la Réalité Augmentée :

>Appréhender le monde en réalité augmentée 1/5

> **Réalité augmentée: la 3D virtuelle 2/5**

> **Réalité augmentée: du virtuel dans le réel 3/5**

> **Réalité augmentée: objets communicants 4/5**

> **Conclusion: la décennie réalité augmentée 5/5**

> **La vision augmentée et la décennie de l'ubiquité , par Robert Rice**

HOLMESCORNELIA
le 1 juillet 2010 - 13:18 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

People deserve good life time and mortgage loans or car loan can make it better. Just because people's freedom bases on money state.

VOUS AIMEZ 0 VOUS N'AIMEZ PAS 0 LUI RÉPONDRE

3 pings

Appréhender le monde en réalité augmentée 1/5 le 22 avril 2010 - 18:29

[...] > L'AR, une tendance de fond du marketing swfobject.embedSWF("http://www.youtube.com/v/NK59Beq0Sew&rel=1&fs=1&showsearch=0&showinfo=0", "vvq4bd079500382e", "600", "486", "9", vvqexpressinstall, vvqflashvars, vvqparams, vvqattributes); swfobject.embedSWF("http://www.youtube.com/v/zZd_K83SkMY&rel=1&fs=1&showsearch=0&showinfo=0", "vvq4bd0795003b23", "600", "486", "9", vvqexpressinstall, vvqflashvars, vvqparams, vvqattributes); swfobject.embedSWF("http://www.youtube.com/v/Ag7H4YScqZs&rel=1&fs=1&showsearch=0&showinfo=0", "vvq4bd0795003c0a", "600", "486", "9", vvqexpressinstall, vvqflashvars, vvqparams, vvqattributes); swfobject.embedSWF("http://www.youtube.com/v/Q5O13bk7z2s&rel=1&fs=1&showsearch=0&showinfo=0", "vvq4bd0795003ce9", "600", "486", "9", vvqexpressinstall, vvqflashvars, vvqparams, vvqattributes); swfobject.embedSWF("http://www.youtube.com/v/lWsqKDhGVo0&rel=1&fs=1&showsearch=0&showinfo=0", "vvq4bd0795003f12", "600", "486", "9", vvqexpressinstall, vvqflashvars, vvqparams, vvqattributes); [...]

Conclusion: la décennie réalité augmentée 5/5 le 22 avril 2010 - 18:40

[...] > L'AR, une tendance de fond du marketing swfobject.embedSWF("http://www.youtube.com/v/tOw8X78VTwg&rel=1&fs=1&showsearch=0&showinfo=0", "vvq4bd07bf282386", "600", "486", "9", vvqexpressinstall, vvqflashvars, vvqparams, vvqattributes); swfobject.embedSWF("http://www.youtube.com/v/FBUYya4agd4&rel=1&fs=1&showsearch=0&showinfo=0", "vvq4bd07bf282474", "600", "486", "9", vvqexpressinstall, vvqflashvars, vvqparams, vvqattributes); swfobject.embedSWF("http://www.youtube.com/v/8UxWkZtUKaI&rel=1&fs=1&showsearch=0&showinfo=0", "vvq4bd07bf282531", "600", "486", "9", vvqexpressinstall, vvqflashvars, vvqparams, vvqattributes); swfobject.embedSWF("http://www.youtube.com/v/pkuEXH1pTCQ&rel=1&fs=1&showsearch=0&showinfo=0", "vvq4bd07bf2826d7", "600", "486", "9", vvqexpressinstall, vvqflashvars, vvqparams, vvqattributes); swfobject.embedSWF("http://www.youtube.com/v/wKlLkcW3Nvc&rel=1&fs=1&showsearch=0&showinfo=0", "vvq4bd07bf282772", "600", "486", "9", vvqexpressinstall, vvqflashvars, vvqparams, vvqattributes); swfobject.embedSWF("http://www.youtube.com/v/7kOotqpJyUg&rel=1&fs=1&showsearch=0&showinfo=0", "vvq4bd07bf28291f", "600", "486", "9", vvqexpressinstall, vvqflashvars, vvqparams, vvqattributes); swfobject.embedSWF("http://www.youtube.com/v/ezct1VoRwUQ&rel=1&fs=1&showsearch=0&showinfo=0", "vvq4bd07bf2829c3", "600", "486", "9", vvqexpressinstall, vvqflashvars, vvqparams, vvqattributes); swfobject.embedSWF("http://www.vimeo.com/moogaloop.swf", "vvq4bd07bf282b40", "600", "450", "9", vvqexpressinstall, { wmode: "opaque", allowfullscreen: "true", "server": "www.vimeo.com", "clip_id": "6915300", "show_portrait": "0", "show_title": "1", "show_byline": "1", "fullscreen": "1" }, vvqparams, vvqattributes); [...]

Réalité augmentée: objets communicants 4/5 le 22 avril 2010 - 19:32

[...] > L'AR, une tendance de fond du marketing swfobject.embedSWF("http://www.dailymotion.com/swf/xc2q2v&colors=&autoPlay=0&related=0", "vvq4bd0883fcfa6a", "600", "480", "9", vvqexpressinstall, vvqflashvars, vvqparams,

```
vvqattributes);
swfobject.embedSWF("http://www.youtube.com/v/dyMVZqJk8s4&rel=1&fs=1&showsearch=0&showinfo=0",
"vvq4bd0883fcfbcd", "600", "486", "9", vvqexpressinstall, vvqflashvars, vvqparams,
vvqattributes); swfobject.embedSWF("http://www.youtube.com/v/EA-
J4Wp7s0g&rel=1&fs=1&showsearch=0&showinfo=0", "vvq4bd0883fcfd89", "600", "486",
"9", vvqexpressinstall, vvqflashvars, vvqparams, vvqattributes); [...]
```