

PSCHHH

TACTILE & CO

.....

Revue de presse”

“ Agence Pschhh



pschhh

[Actualités](#)[Etudes/Tendances](#)[New Business](#)[Blogs/Opinions](#)[Guides/A](#)

[Accueil](#) > [New Business](#) > [Transferts de budget](#) > **Quatre nouveaux budgets pour l'agence Pschhh**

Quatre nouveaux budgets pour l'agence Pschhh

25/05/2011

L'agence de communication Pschhh, positionnée sur les nouvelles technologies, la création visuelle et l'événementiel grand public, annonce le gain de quatre budgets pour des grands comptes au premier semestre 2011: Adidas France (application Ipad corporate), Google France (webdesign, identité visuelle, publicité, édition, signalétique), le groupe Carrefour (application Ipad, site Web) et l'interprofession des fruits et légumes frais Interfel (roadshow grand public). Par ailleurs, Pschhh est reconduite par Pylones (stratégie de communication globale internationale), GRDF (création de supports graphiques animés et print en 2D et 3D), ainsi qu'ERDF (gestion de tables interactives tactiles).

Fanny Le Borgne

BUDGETS

QUATRE NOUVEAUX BUDGETS POUR PSCHHH

Mai 2011

pschhh

Adidas France confie au pôle nouvelles technologies de l'agence la création d'une application iPad corporate. Carrefour confie la création d'une application Ipad et d'un site web.

Google France choisit l'agence de communication Pschhh. Le pôle image de marque et création visuelle a eu en charge le webdesign, l'identité visuelle, la publicité à l'initiative de Mon Entreprise En Ligne.

Interfel choisit le pôle événementiel Grand Public de l'agence pour l'organisation d'un RoadShow Grand Public.

Pylones renouvelle sa confiance auprès de l'agence pour sa stratégie de communication globale internationale.

Enfin, GrDF renouvelle sa confiance à l'agence pour la création des supports graphiques animés et print en 2D et 3D, ainsi que ERDF pour la gestion de ses neuf tables interactives tactiles.

**FLASH**

L'AGENCE PSCHHH, PARTENAIRE PRIVILEGIE DE GOOGLE FRANCE EN ON- ET OFF-LINE

L'agence de communication Pschhh a été choisie par Google France pour la création de l'identité visuelle et du webdesign du site internet Mon Entreprise En Ligne (www.meel.fr) puis de l'ensemble des supports accompagnant la stratégie online et offline de la campagne promotionnelle nationale du site lancé le 27 avril 2011. Ce projet fait suite à la collaboration entre Pschhh et Google France ayant pour objet la création du site www.internet-impact.fr, mis en ligne le 9 mars 2011, ainsi que de la déclinaison de l'identité visuelle sur différents supports (print, signalétique...). Le site web présente l'impact d'Internet dans la société française à travers une étude réalisée par le cabinet McKinsey et des témoignages d'entrepreneurs ayant réussi avec Internet. (Plus d'informations: LAURE DARCEL Tel : +33 1 83 64 42 46 ldarcel@pschhh.com)

EVÉNEMENTIEL

DES BILLETS À L'OEIL

✳ **[Fraîch]bar** part à la rencontre des lycéens et des collégiens de France pour leur proposer smoothies, fruits et légumes à la croque. Un camion s'embarque dans un tour de la métropole à travers 20 villes. L'opération, orchestrée par l'agence Pschhh, est organisée par Interfel afin de donner envie aux jeunes de consommer des fruits et légumes frais au quotidien. À chaque étape, une performance de danse s'emballa en fonction de la consommation des élèves et un « vitaminomètre » matérialise physiquement l'énergie accumulée par l'assemblée

→ Contact : 01 48 74 80 84

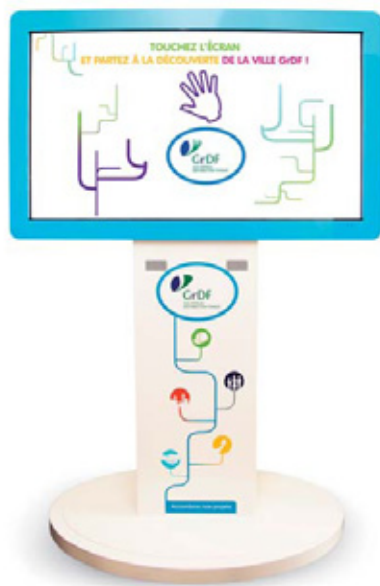


DIRIGEANT OUTIL DE L'ENTREPRISE

WWW.PSCHHH.COM

Entrez dans le monde interactif !

L'agence de communication PSCHHH propose des nouveaux outils de communication : les supports tactiles interactifs pour les entreprises.



Les entreprises continuent à innover et à surprendre. À l'heure de la démocratisation des technologies de type iPhone/iPad, les supports tactiles interactifs sont, pour les marques et les entreprises, de nouveaux outils de communication auprès de leurs publics. Ces derniers mois, nous avons vu naître une quantité d'applications prouvant que l'interactivité devient indispensable pour informer, diriger, contrôler, comprendre, etc. Les supports tactiles sont maintenant dans notre quotidien (lors de l'achat d'un ticket de métro par exemple), ils créent un accès ludique, car interactif, aux contenus.

L'utilisateur est immergé dans l'univers de l'annonceur, il en devient l'acteur, et s'approprie ainsi mieux les messages.

Les atouts

Les technologies tactiles permettent de séduire et captiver un public de plus en plus exigeant, de permettre un accès intuitif et spontané à tous types de contenus, de proposer des outils interactif pour créer des interfaces relationnelles entre l'interlocuteur et la marque (en mettant en scène des contenus dans des interfaces où le client est pilote), d'illustrer et scénariser les messages (en utilisant les codes du jeu vidéo). Cela permet également de se positionner comme un acteur innovant et ancré dans son temps. Il existe ainsi des interfaces qui vont jouer avec le support, par exemple une ville en 3D. L'utilisateur peut naviguer dans la ville et zoomer dans certaines zones. On peut y trouver des photos, des vidéos, du texte... Grâce à l'écran tactile, on sort de la plaquette papier ou du contenu vidéo simple.

L'utilisation

Les interfaces tactiles sont très efficaces sur des salons et événements, en retail, dans des espaces réceptifs (salles d'attente, hall d'accueil etc.), en muséographie interactive et multimédia... D'autres contextes d'utilisation restent à imaginer. La borne se substitue alors à l'humain, en jouant un rôle d'informations et de conseils.



↑ **PSCHHH - GrDF**

L'agence Pschhh qui développe une nouvelle expertise en communication tactile interactive, a imaginé pour le distributeur de gaz un logiciel en 3D temps réel représentant « la ville GrDF ». Les utilisateurs y naviguent sur un écran de 52" sur les salons, au siège social ainsi que sur le road show GrDF « Avec vous GrDF en marche ».

www.pschhh.com

NOUVEAUX USAGES

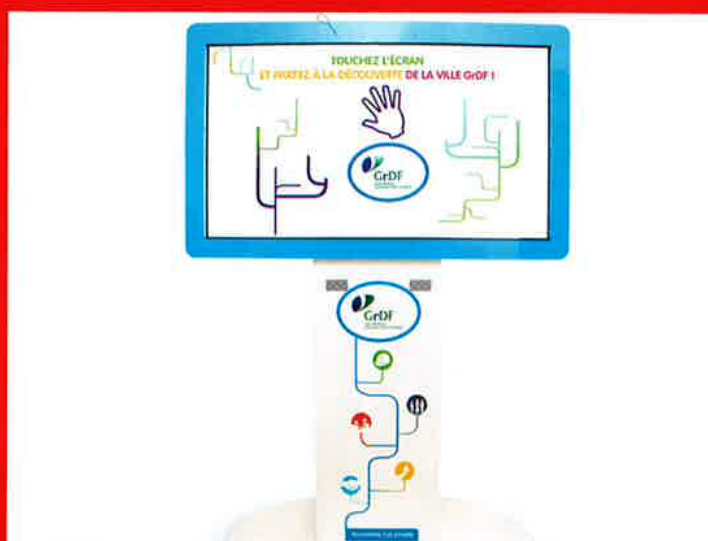


PSCHHH

COM' TACTILE

JULES GUILLEMET,
DIRECTEUR DE L'AGENCE PSCHHH

Le public devient un acteur de la communication. Afin d'attiser sa curiosité et d'accroître son intérêt, Pschhh développe des logiciels avec une interface tactile pour rendre le consommateur intermédiaire du discours des marques. « Il y a un esprit jeu vidéo, on reprend les codes du gaming pour réaliser une interface ludique et créer un lien affectif entre la marque et le client », explique Jules Guillemet, directeur de l'agence Pschhh. Celle-ci propose des outils clés en main pour faire interagir le public avec l'univers de la marque, que le Net soit disponible ou pas. Le consommateur devient partie prenante du message proposé par les entreprises en s'orientant, du bout des doigts, dans le monde de l'annonceur. « Il peut cliquer sur des icônes, zoomer sur certaines zones et profiter ainsi des vidéos et autres slideshow (diapositives) mis à disposition dans l'interface », précise Jules Guillemet. Le principal avantage est que la personne se sent sollicitée. Elle va aller d'elle-même trouver le message qui l'intéresse et choisir les contenus qu'elle souhaite découvrir. La technologie tactile a été démocratisée par l'iPhone et l'iPad et se retrouve également sur de nombreux ordinateurs portables. À la frontière de la communication et du serious game, Pschhh propose à chacun d'être acteur dans l'univers des marques.



NOUVELLES TECHNOLOGIES

La communication interactive tactile fait Pschhh

Des dispositifs événementiels grand public et corporate dans lesquels le ludique et l'interactif avaient toute leur place, c'est ce que l'agence de communication Pschhh a imaginé dès sa création en 2007. En partenariat avec des agences événementielles, elle a ainsi travaillé pour Sony Ericsson, Microsoft Hardware, Redbull (...) avant de produire ses propres événements pour ErDF, Pylones, Areva ou la mairie d'Épernay... De fil en aiguille, le tactile interactif s'est imposé à l'équipe, des logiciels sur mesure ont été créés en interne, l'expertise étendue jusqu'au *hardware* (le matériel technique nécessaire).

Résultat, aujourd'hui, Pschhh conçoit et réalise des projets dans leur globalité. Elle conçoit sur mesure, les mobiles, les bornes ou tables interactives tactiles qu'elle propose. « *Nous incitons nos clients à les acheter plutôt qu'à les louer* », explique Jules Guillemet, directeur. L'investissement de 8 à 10 000 € (hors logiciel) pour un écran de 42 à 46 pouces s'amortit au fil des utilisations. ErDF, par exemple, a acquis neuf tables interactives tactiles



La ville virtuelle GrDF

pour le siège et les directions régionales, exploitées régulièrement sur des salons, congrès et forums, partout en France. Les deux totems interactifs de GrDF accompagnent en ce moment le roadshow national : Avec Vous, GrDF En Marche. C'est également GrDF qui a fait confiance à l'agence pour présenter ses activités, grâce à un logiciel tactile interactif en 3D temps réel, « *c'est-à-dire que tout est recalculé en direct* », précise Jules Guillemet, représentant la Ville GrDF. Interface inspirée des codes du jeu vidéo et habilement scénarisée, cette ville virtuelle renvoie, grâce à une navigation simple, aux contenus et messages que voulait faire passer GrDF. **S.D.**

LE PORTAIL DU MANAGEMENT
ET DE LA COMMUNICATION

L'EXPRESSION/TOPTOP/COM
Le portail du management et de la communication

L/Expression/Com/

Top/Com/

Gibory/

Les dernières
Interviews vidéos

Interviews vidéos /

L'actualité de la communication et du marketing par ceux qui la font.



02 décembre 2010 :

> Retour vers la liste

PSCHHH

L'agence Pschhh propose des outils de communication dont font partie les interfaces multimedia tactiles. Elles offrent une interactivité et une immersion de l'utilisateur dans l'univers de l'annonceur ainsi qu'une illustration et une scénarisation des contenus.



L'INTERVIEW

http://www.lexpressiontopcom.com/index.php?option=com_intervideo&task=viewdetail&id=1698&Itemid=59



Rechercher

BILANS

CRÉATIONS

PARTENARIATS

EVÉNEMENTS

EN EUROPE AVEC
DOC EUROPA

INFLUENCES AVEC
IM FLUENCIA

ÉTUDES

ACTUALITÉS

MÉDIAS

ACTUALITÉS



L'AGENCE PSCHHH SE POSITIONNE SUR LA COMMUNICATION TACTILE INTERACTIVE



Créée en 2007, Pschhh agence de communication globale se repositionne dans le domaine de la communication tactile interactive.

GrDF a été la première entreprise à innover sur les recommandations de Pschhh en présentant ses activités grâce à un logiciel tactile interactif en 3D temps réel représentant "la ville GrDF". Les utilisateurs du logiciel y naviguent sur un écran de 52 pouces utilisé en salons et au siège social ainsi que sur le road show GrDF "Avec vous GrDF en marche".

[«RETOUR](#)

ENVOYER À UN AMI



Prestataires

Pschhh... ludique et interactif !

Grâce à une expérience acquise avec des agences de renom, Pschhh, agence de communication créée en 2007 s'est spontanément tournée vers l'événementiel. Elle a pu ainsi concevoir et produire pour les entreprises des événements dont le dénominateur commun est la recherche systématique de dispositifs ludiques et très interactifs. Progressivement, le tactile interactif s'est donc imposé comme une évidence pour l'agence qui, passionnée par l'innovation, en a fait sa spécialité.

Par exemple, pour présenter son activité, GrDF a suivi les conseils de l'agence Pschhh en créant une interface illustrée et animée fortement inspirée des codes du jeu vidéo... L'agence a imaginé et crée de toutes pièces la « ville GrDF » dans laquelle l'utilisateur peut naviguer en 3D en temps réel grâce à la technologie tactile. Concrètement, la ville est composée d'éléments menant à des fiches explicatives avec textes, photos et vidéos, accessibles grâce à des icônes flottantes que l'utilisateur active en les touchant. Un outil sur mesure au service de la communication institutionnelle de l'entreprise, et des réalisations qui plaisent, puisqu'en 2011 Pschhh équipera des stands sur les salons suivants : SIA (Salon International de l'Agriculture), Le Bourget, Kidexpo, etc.



octobre 25, 2010

 L'agence Pschhh se concentre sur le tactile

Publié: octobre 25, 2010, 2:00pm CEST



L'agence de communication Pschhh évolue et se positionne désormais uniquement sur la communication tactile interactive. Exemple avec GrDF.



BEDOUK.fr

Le portail du tourisme d'affaires et de l'événementiel



PRESTATAIRES

Des événements gonflés avec Pschhh Interactive

04/11/2010



Prenez une agence de communications globale avec des bulles web, événements, design, image... Ajoutez-y un zeste de tactile interactif, secouez et vous obtiendrez Pschhh Interactive.

Créée en 2007, l'agence Pschhh développe aujourd'hui une nouvelle expertise en **communication tactile interactive**. Grâce à des logiciels adaptés, un accès intuitif et spontané et des scénarios sur mesure, ce media permet de **scénariser les messages des annonceurs** dans une **approche ludique** lors de salons ou événements.

GrDF a récemment fait confiance à Pschhh Interactive qui a imaginé pour le distributeur de gaz la « ville GrDF ». Interface inspirée des codes du jeu vidéo, cette ville virtuelle renvoie, grâce à une navigation simple, aux contenus et messages que voulait faire passer GrDF. A vos Ipad !

www.pschhh.com

COMMUNICATION > Vie des agences

L'agence Pschhh se concentre sur le tactile

Par Shirley PELLICER, 25/10/2010

L'agence de communication Pschhh évolue et se positionne désormais **uniquement sur la communication tactile interactive. Exemple avec GrDF.**

Imprimer Envoyer par mail Commenter

Créée en 2007, l'agence de communication Pschhh s'est dotée au fil de ses références d'un savoir-faire dans le domaine de la communication globale. Son expertise s'est progressivement structurée autour d'un axe essentiel: la communication tactile interactive. Pour son créateur, Jules Guillemet : **"l'intérêt du tactile interactif est essentiellement d'optimiser l'expérience utilisateur, en suscitant l'appropriation des contenus et l'engagement des internautes"**.

L'agence vient, par exemple, de réaliser un projet pour GrDF: la conception d'une ville type en 3D à travers laquelle GrDF nous fait découvrir ses services et sa capacité à distribuer du gaz en tous points de cette ville virtuelle. L'agence Pschhh propose ainsi une exploration de la ville en 3D et du bout des doigts, avec des icônes flottantes et fiches descriptives. L'animation est diffusée sur deux totems interactifs. Ce contenu sera prochainement décliné en Flash pour le site. L'agence a développé des modèles et process visant à comprendre et traduire la navigation tactile des utilisateurs. Le contenu produit par l'agence est ainsi spécialement calibré pour une exploration tactile et interactive.



À LIRE AUSSI

- ▶ Comment vivent les internautes consommateurs
- ▶ Comment vivent les internautes
- ▶ Mama Survey, nouvel institut digital
- ▶ HighCo accélère la digitalisation de ses activités
- ▶ Change crée une agence d'achats on line