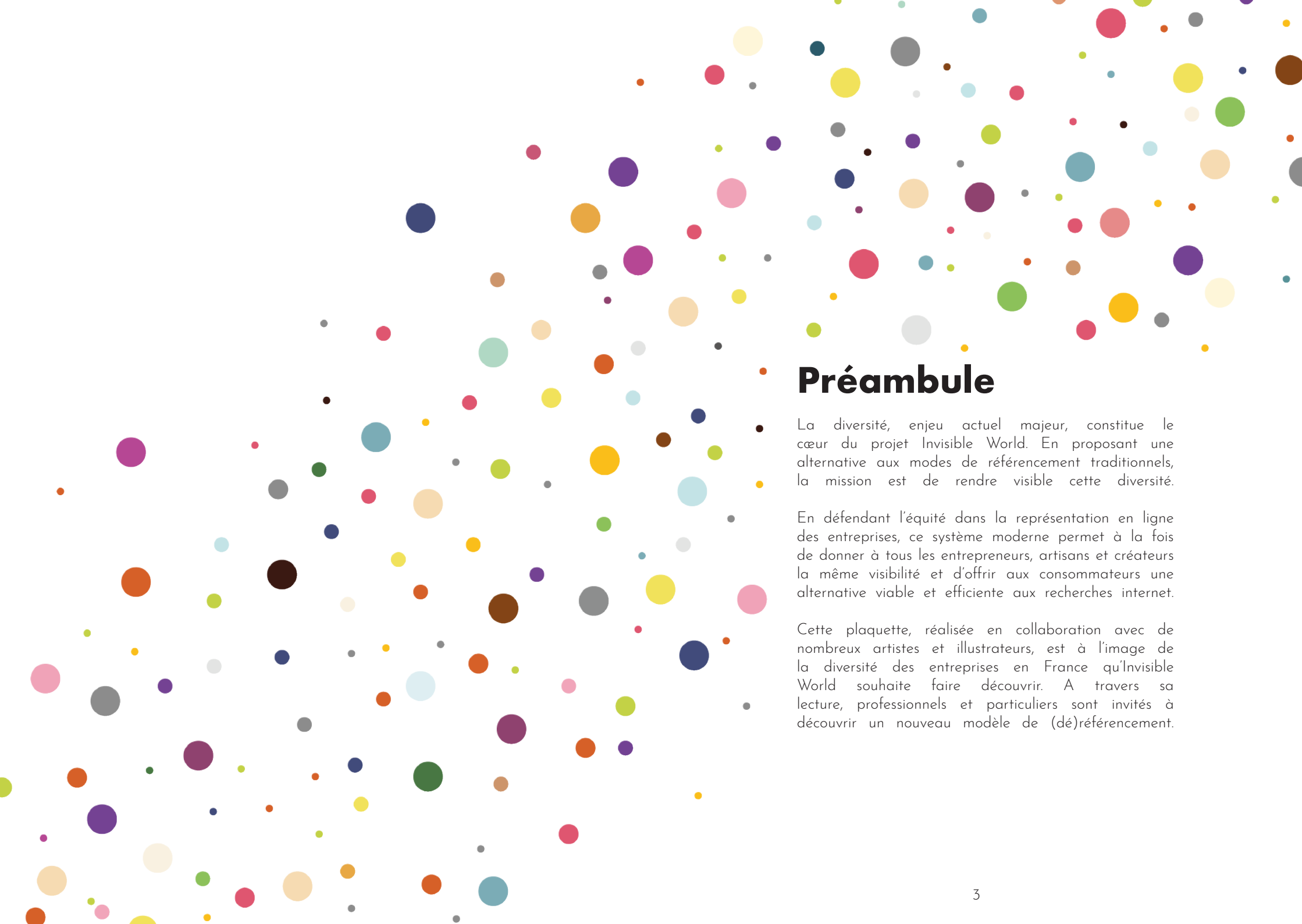


invisible
W O R L D

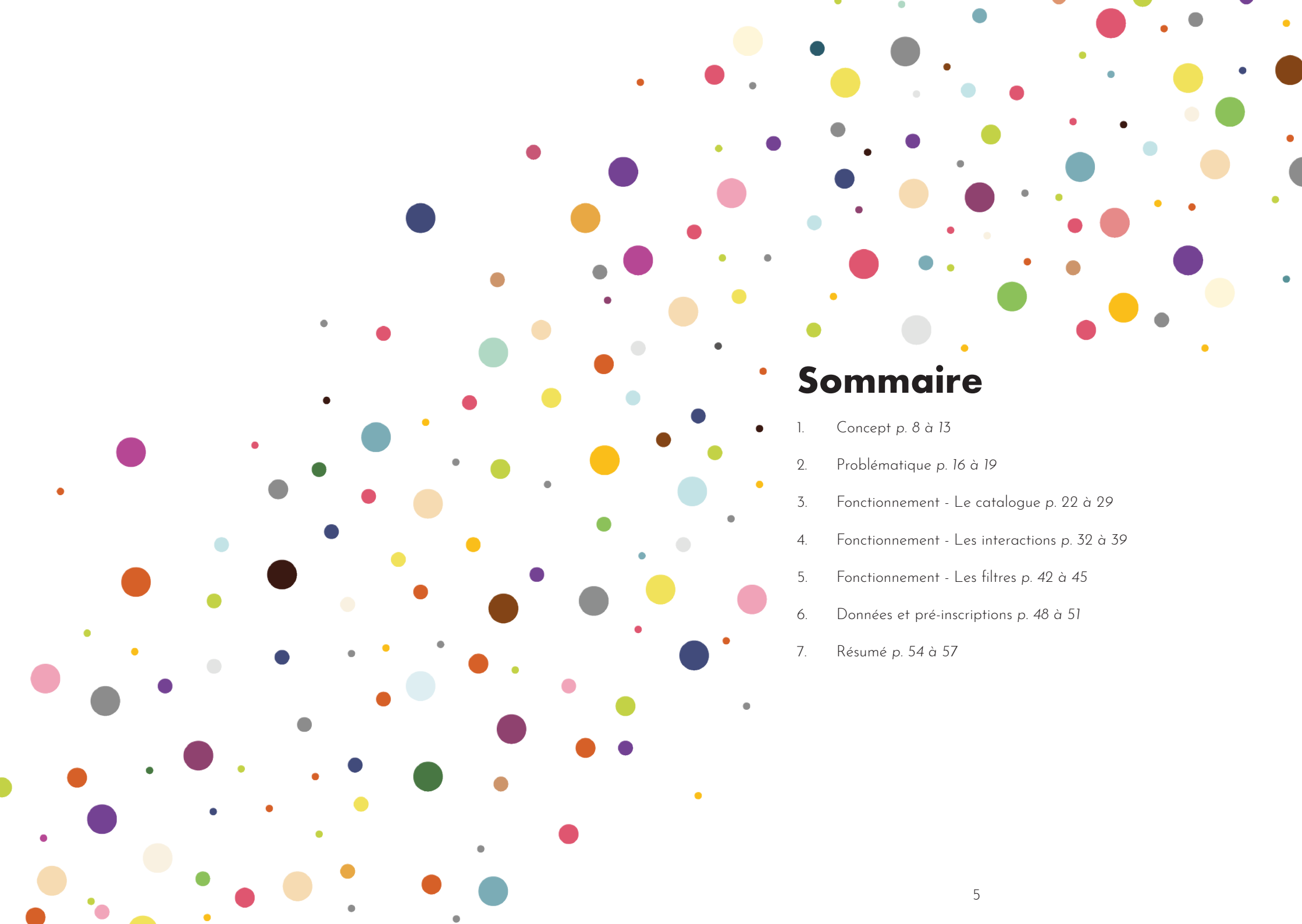
The background of the entire page is a dense, abstract pattern of small, solid-colored circles in various sizes and colors, including shades of blue, green, yellow, orange, red, purple, and grey. These dots are scattered across the white background, creating a vibrant, multi-colored field.

Préambule

La diversité, enjeu actuel majeur, constitue le cœur du projet Invisible World. En proposant une alternative aux modes de référencement traditionnels, la mission est de rendre visible cette diversité.

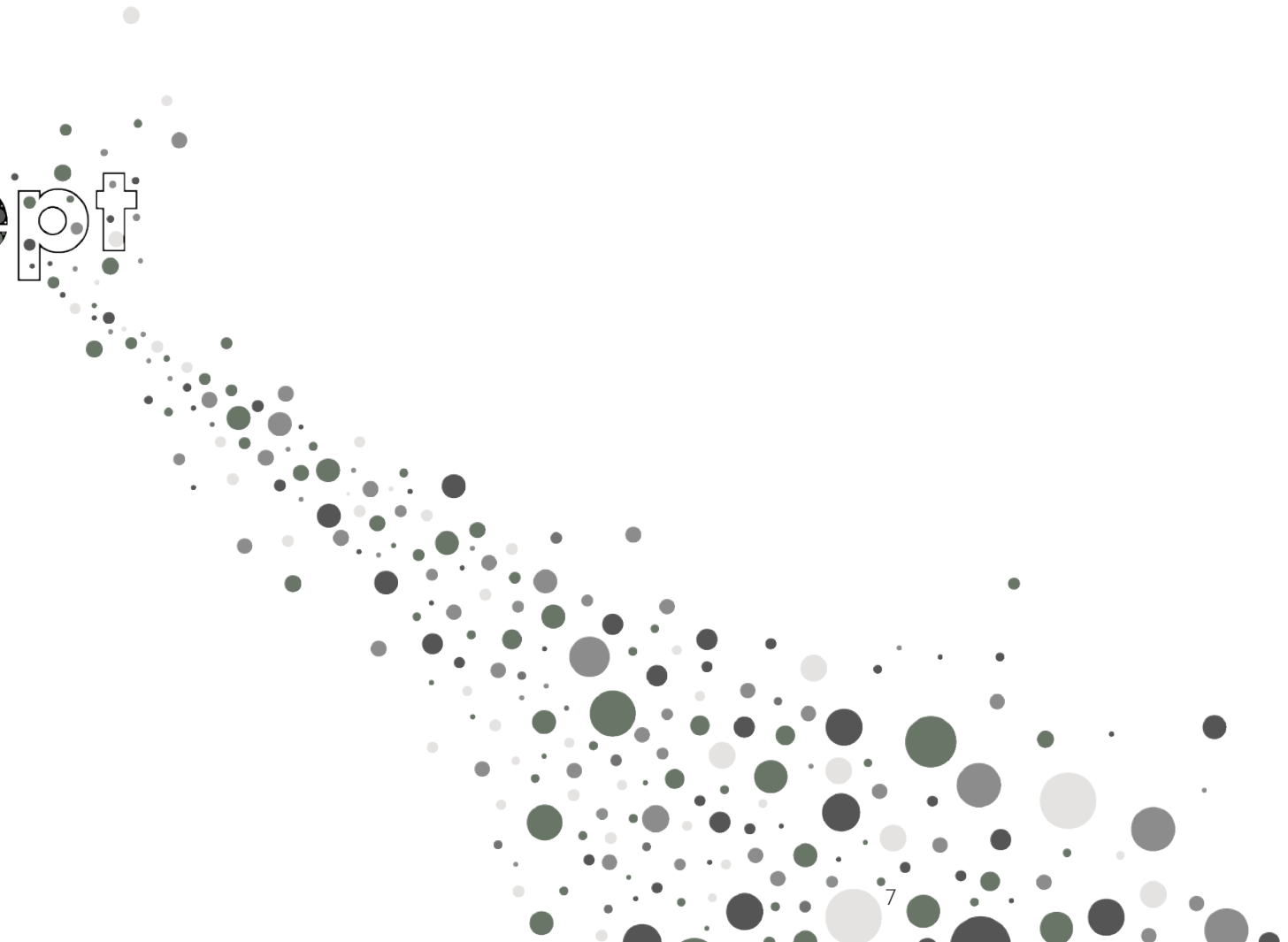
En défendant l'équité dans la représentation en ligne des entreprises, ce système moderne permet à la fois de donner à tous les entrepreneurs, artisans et créateurs la même visibilité et d'offrir aux consommateurs une alternative viable et efficiente aux recherches internet.

Cette plaquette, réalisée en collaboration avec de nombreux artistes et illustrateurs, est à l'image de la diversité des entreprises en France qu'Invisible World souhaite faire découvrir. A travers sa lecture, professionnels et particuliers sont invités à découvrir un nouveau modèle de (dé)référencement.



Sommaire

1. Concept p. 8 à 13
2. Problématique p. 16 à 19
3. Fonctionnement - Le catalogue p. 22 à 29
4. Fonctionnement - Les interactions p. 32 à 39
5. Fonctionnement - Les filtres p. 42 à 45
6. Données et pré-inscriptions p. 48 à 51
7. Résumé p. 54 à 57

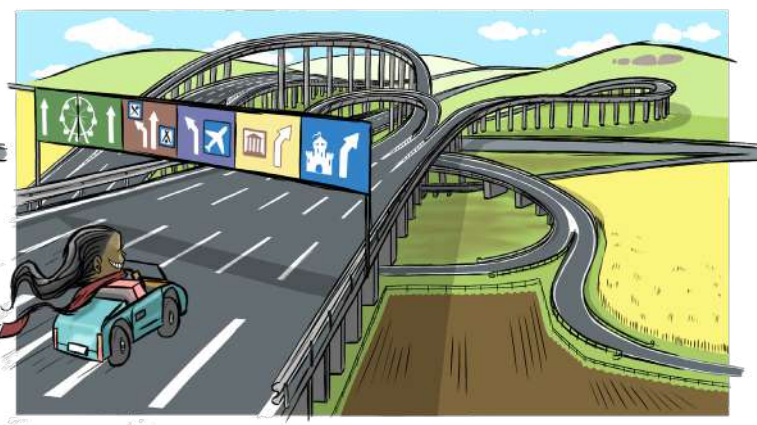
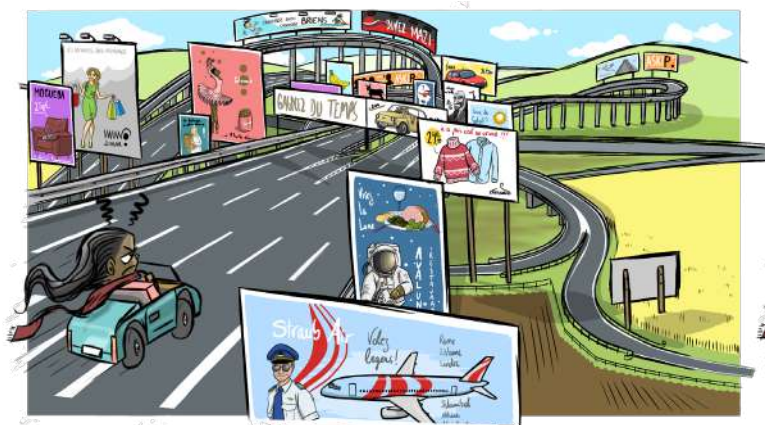


1. Concept

Invisible world propose la 1^{ère} plateforme numérique publicitaire égalitaire.



Disponible sur smartphone, tablette et ordinateur (application et site internet).

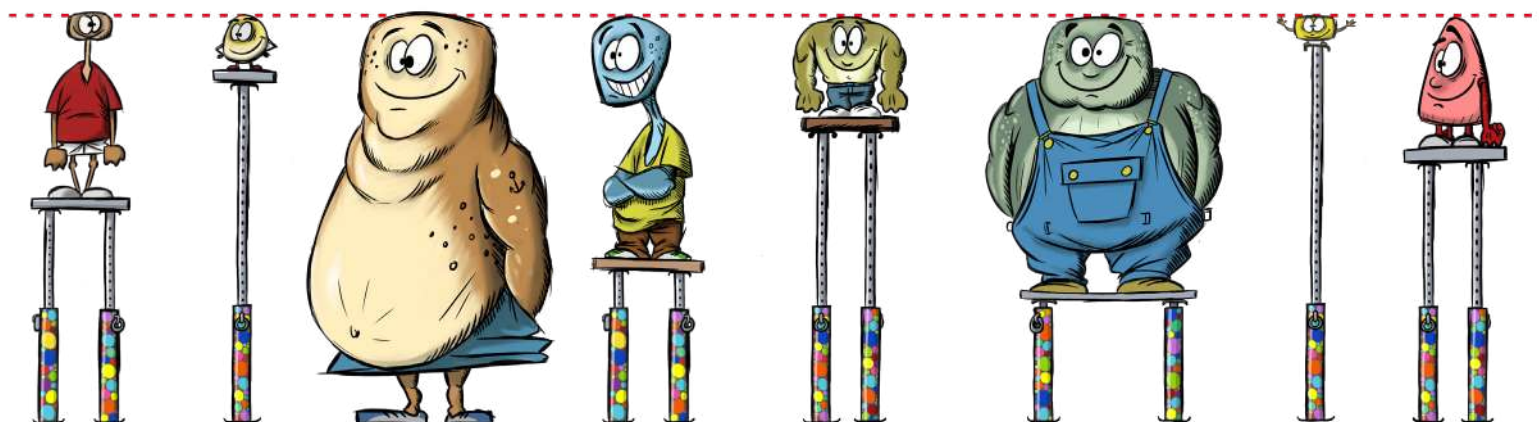


Invisible World repense la publicité en utilisant un modèle utile et non-intrusif.

Avec cette solution, le consommateur a accès uniquement aux informations qui lui sont nécessaires, précisément au moment où il en a besoin, facilitant la prise de décision.

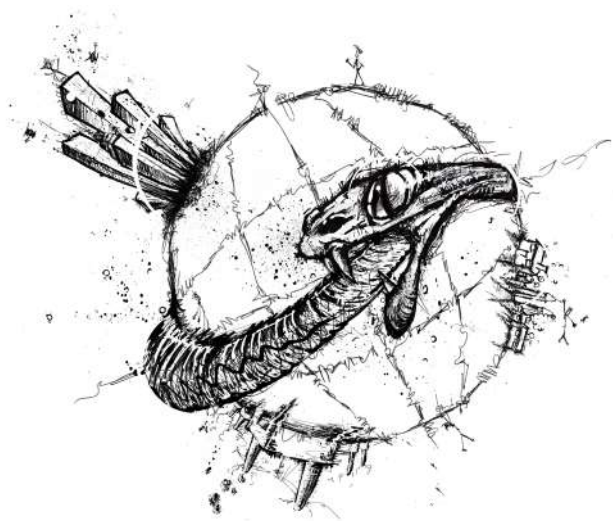
Finis le référencement qui profite aux mêmes.

Indépendamment de sa taille, de ses finances ou de sa capacité à être présent sur la toile, chaque entreprise est visible.



Invisible world se positionne comme une alternative à un système où la visibilité dépend directement du budget communication investi. Ce modèle favorable aux grandes entreprises dotées de moyens conséquents a des implications néfastes :

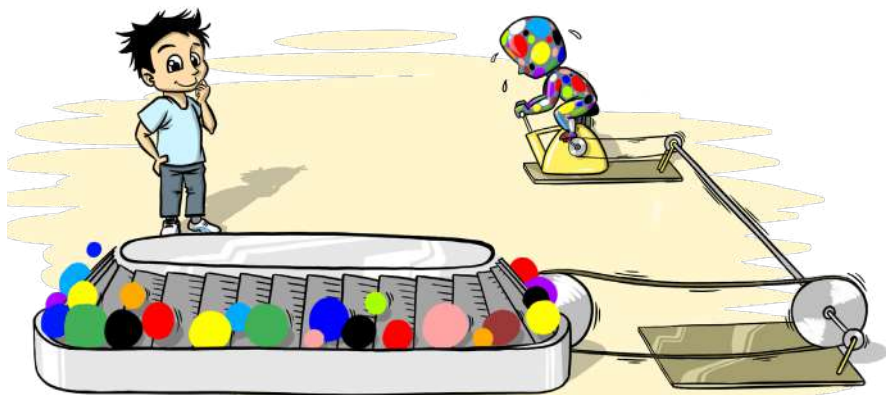
- les grandes entreprises prospèrent grâce à leur visibilité accrue ce qui leur permet de réaliser des investissements publicitaire entraînant une croissance continue créant ainsi un cercle vicieux.
- les artisans, les nouveaux venus, les micro entrepreneurs et les petites et moyennes entreprises n'ont pas les moyens de lutter contre cette « sur-visibilité »
- in fine, le consommateur n'a pas une vision exhaustive et représentative des offres disponibles



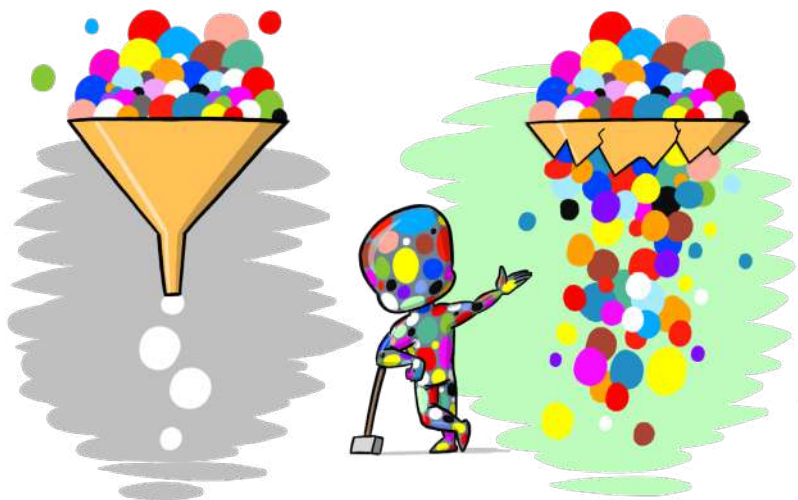
Pourtant, en France métropolitaine et d'outre-mer, il existe des millions d'entreprises avec des produits de qualité, adaptés à tous les goûts, avec des valeurs dont nous n'avons pas conscience...



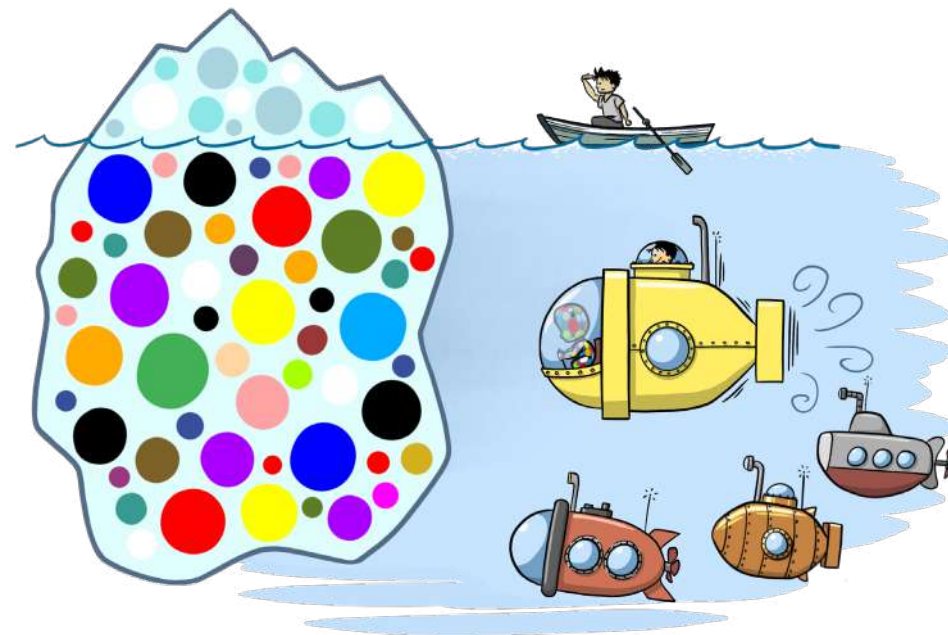
Invisible world propose un
système gagnant-gagnant entreprises-particuliers !



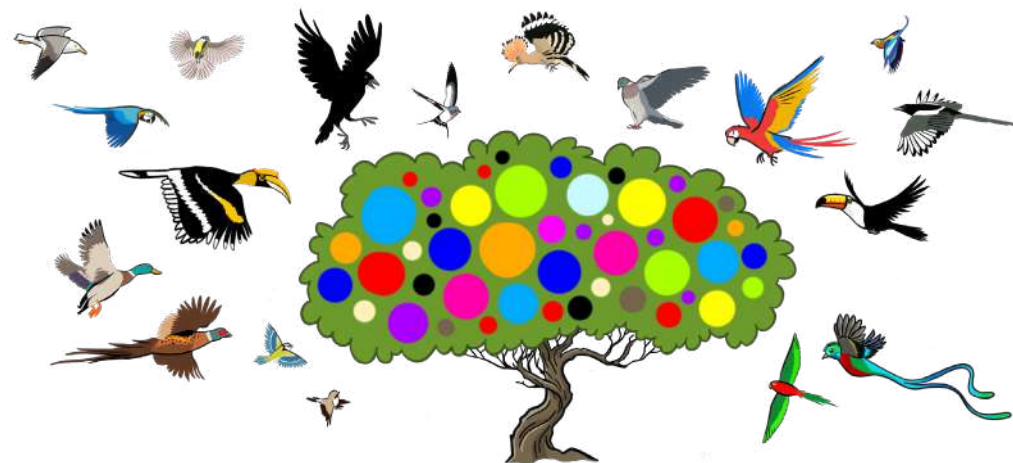
Cette application propose un système de référencement par rotation. Ce dernier assure à l'ensemble des entreprises d'être considérées et représentées **équitablement sans différenciation de tailles ou de moyen**. Les consommateurs ont donc accès à l'ensemble de l'offre du paysage entrepreneurial.



L'**alternative aux recherches sur internet est novatrice**. Les filtres personnalisés utilisés actuellement standardisent les résultats des consommateurs à leur insu. Avec Invisible World, la totalité des résultats concernés par la recherche est mise en avant auprès des consommateurs.



Invisible World fait le pari de **déconstruire l'illusion du choix** en invitant un maximum d'entreprises à venir surprendre le consommateur et lui faire découvrir des nouveautés.



«Avec une diversité des produits et une mixité des profils de consommateurs, Invisible World permet aux entreprises de **toucher un autre type de clientèle**.»



2. Problématiques



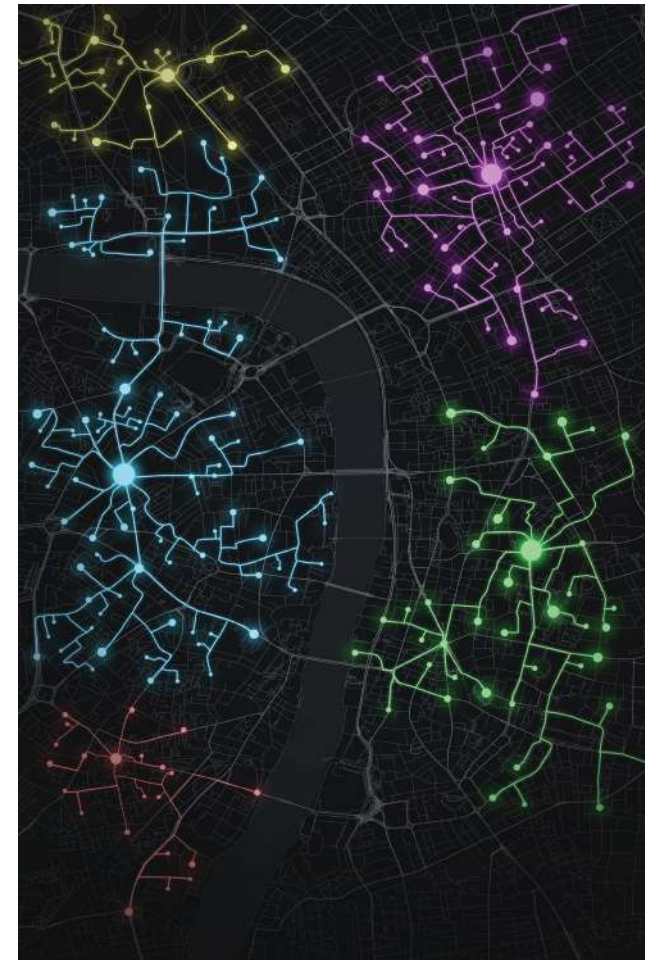
Problématiques des entreprises



L'emploi du temps des entrepreneurs n'est pas extensible. La gestion d'une entreprise est chronophage avec de nombreuses tâches. La communication, bien qu'essentielle, est souvent, à défaut, reléguée au dernier plan.

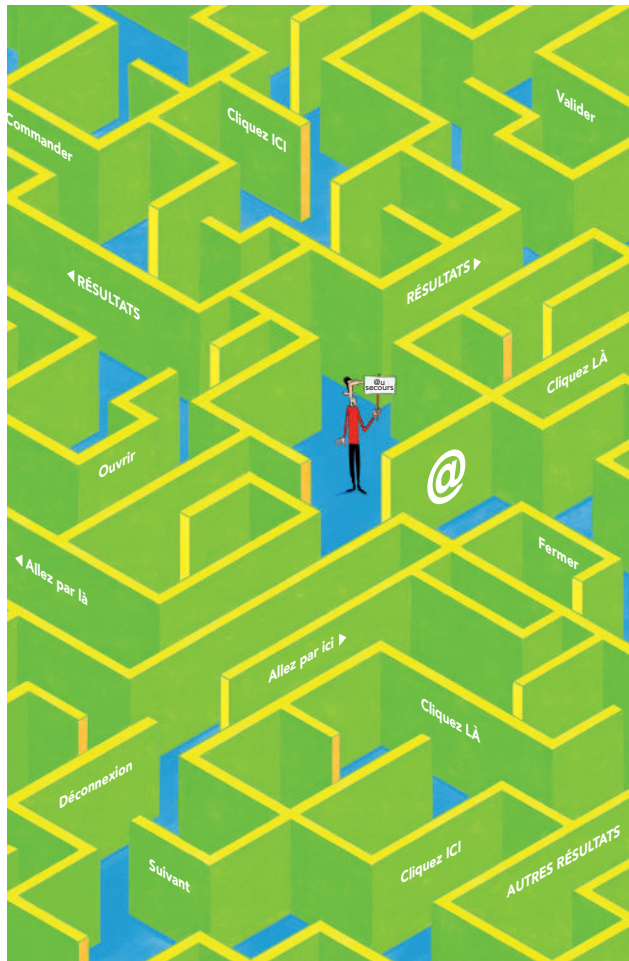
Faire de la publicité est quantifiable. Que numériques ou physiques, toujours celles escomptées, sentiment de gaspiller des

onéreux et difficilement les campagnes soient les retombées ne sont pas laissant parfois un ressources financières.



Le rayonnement du « bouche à oreille » est restreint. Les limites géographiques du territoire dans lequel exerce une entreprise se font ressentir sans communication.

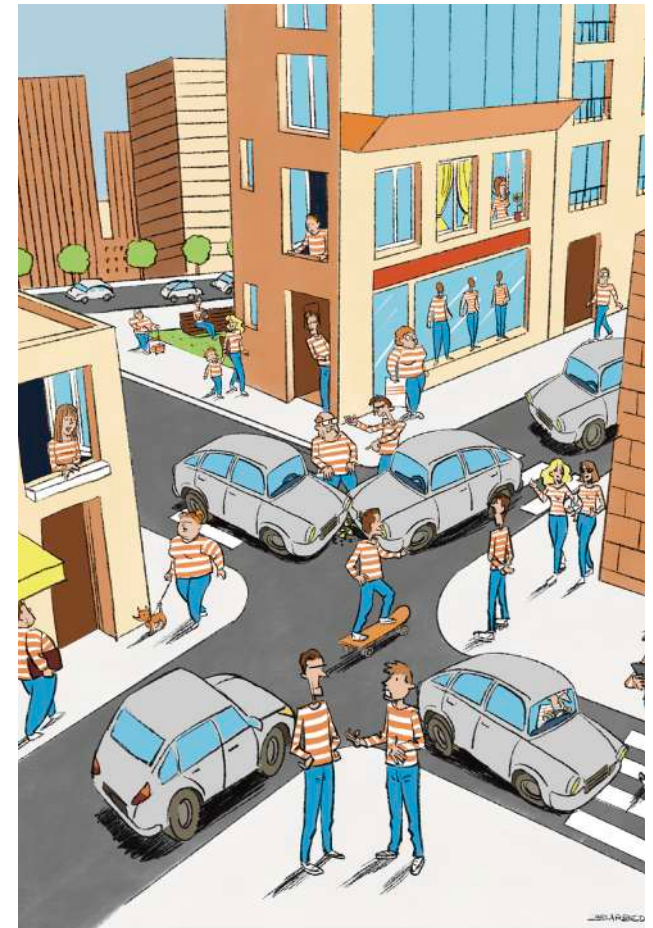
Problématiques des particuliers



Dans l'univers d'internet, les utilisateurs sont confrontés à une **surabondance de résultats de recherche, des contenus peu pertinents, des produits non disponibles, des erreurs 404, etc.** Trouver un produit peut s'avérer difficile et internet ressembler à un dédale virtuel.

L'espace publicitaire est saturé. L'utilisateur est surexposé, les espaces physiques et numériques sont pollués, noyés par les

informations et messages. Omniprésente, la publicité est devenue inefficace et intrusive.



Excusez-moi, Je vous avais pris pour quelqu'un d'autre!

Avec une consommation dirigée vers les produits qui bénéficient des plus importants investissements en marketing, **une uniformisation progressive de la société s'opère au détriment de la diversité et l'innovation.**



3. Fonctionnement - le catalogue



Comment donner de la visibilité à un maximum d'entreprises sans submerger les particuliers par un flot de résultats?

Les référencements liés aux capitaux et au temps investi sont supprimés au profit d'un nouveau modèle de référencement par rotation.

Un référencement par rotation garantit une visibilité égale entre entreprises concurrentes. Pour une même recherche (même produit, mêmes filtres), elles occupent à tour de rôle chacune des positions possibles de la page des résultats de la recherche. Une fois que toutes les places ont été occupées, une nouvelle boucle aléatoire commence..

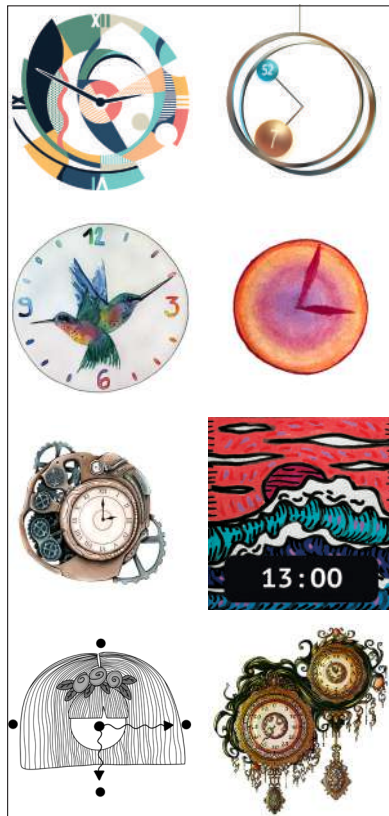
Exemple : 100 entreprises, 1000 utilisateurs, l'entreprise occupera 10 fois la 1ère place, 10 fois la seconde place, etc.

A l'image des illustrations qui composent cette brochure, chaque entreprise montre sa singularité à travers le design de ses produits. Se démarquer auprès des consommateurs et de leurs goûts propres est indépendant du nombre de produits présentés.

En limitant le nombre de produits mis en avant par chaque entreprises, l'outil d'Invisible World permet **de ne pas fatiguer l'utilisateur.**

Afin de concrétiser ce fonctionnement, ci-dessous, un exemple avec 8 entreprises différentes vous permettant de visualiser quatre boucles différentes pour une recherche de type « horloge » sur Invisible World.

Utilisateur 1



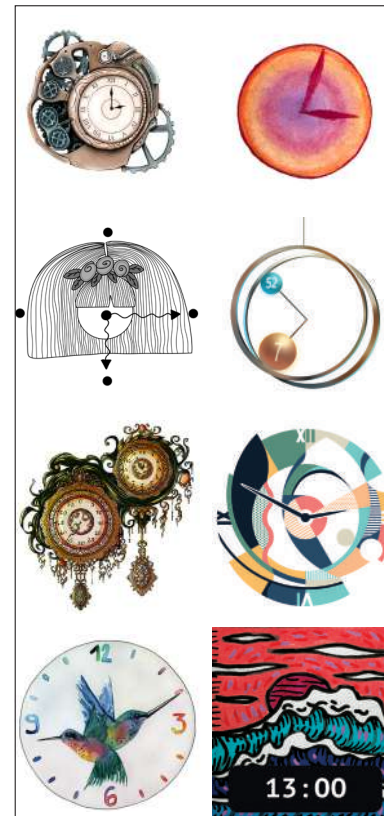
A chaque nouvel utilisateur ou rafraîchissement de la page, chacune des horloges change de place de manière aléatoire.

L'ordre est donc différent et les possibilités de comparer également.

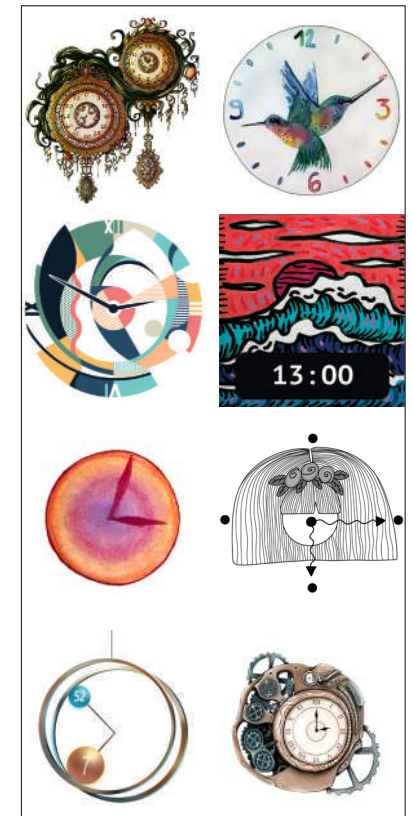
Utilisateur 2



Utilisateur 2 - rafraîchissement



Utilisateur 3

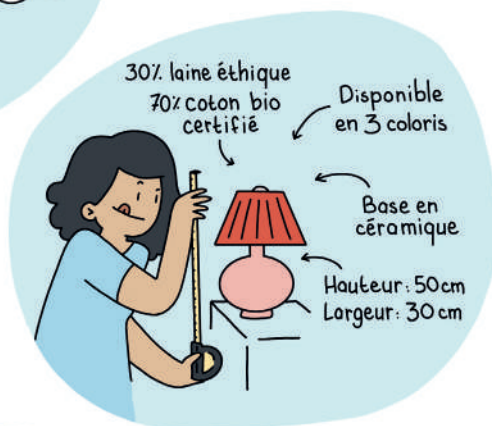


En cliquant sur un visuel de la page «résultats», l'utilisateur pourra accéder à la page entreprise avec les informations essentielles pour apprécier une entreprise

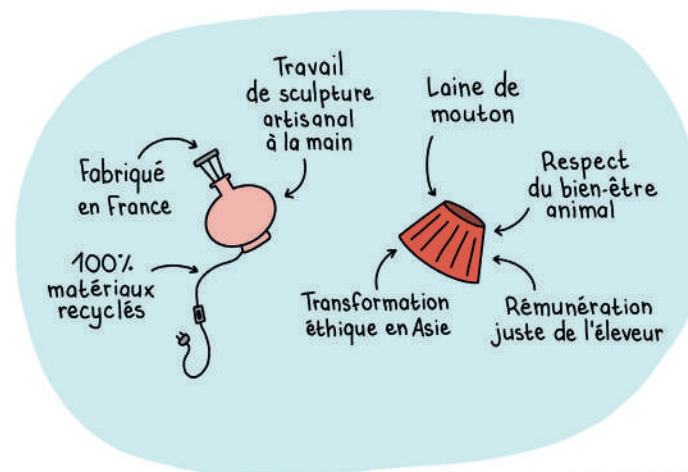


Le reflet du design de l'entreprise à travers 6 visuels

Les descriptifs des produits avec les matières, les dimensions et leurs caractéristiques propres

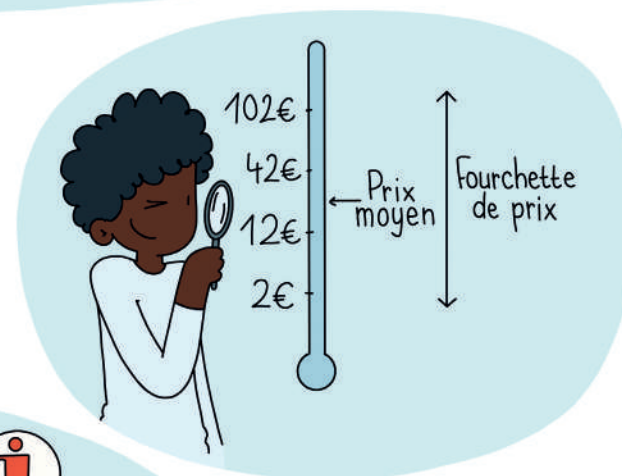


Les différents lieux de ventes dans lesquels les créations sont proposées : atelier, boutique, e-commerce, site internet, revendeur, etc.,...



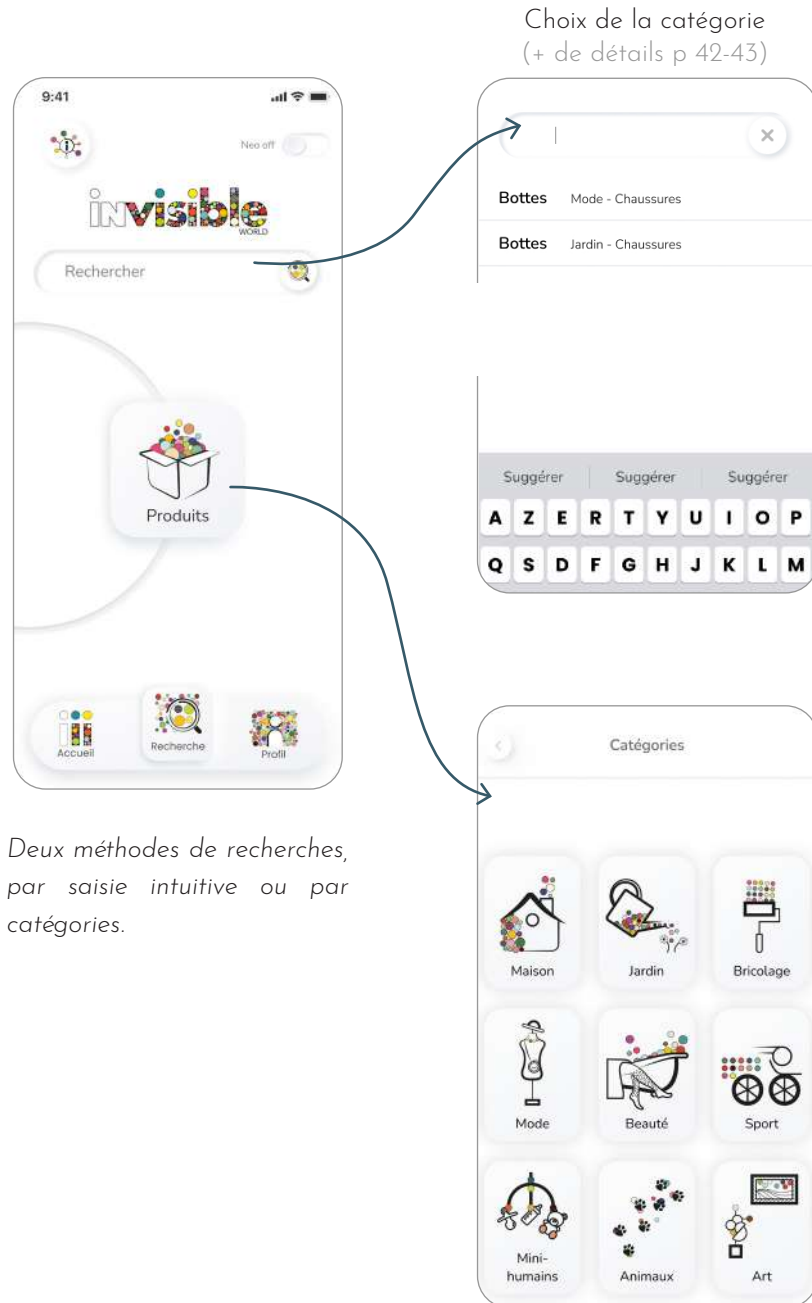
Une transparence sur les valeurs de l'entreprise avec des informations sur le savoir-faire, la traçabilité des produits, l'éthique sociale et environnementale.

Le prix moyen et la fourchette de prix des articles



Un accès à tous les éléments de contact, les réseaux et les articles de l'entreprise

Pour une meilleure projection, le travail sur l'ergonomie d'Invisible World est présenté succinctement au long de cette plaquette. Cette double page montre les premiers pas d'un utilisateur lors d'une recherche dans le catalogue de l'application.

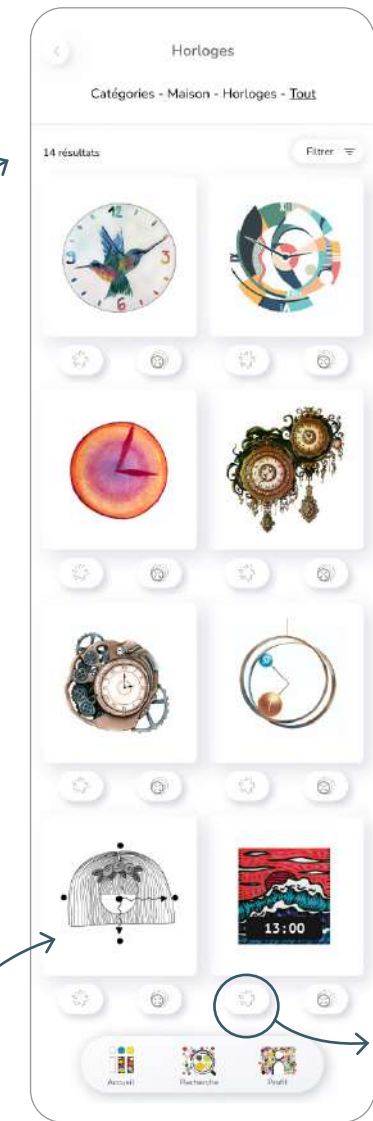


Possibilité de filtrer les résultats en fonction de paramètres environnementaux, éthiques et géographiques
(+ de détails p 44-45)



En cliquant sur un visuel, accès aux pages de l'entreprise
(+ de détails p 28-29)

Page de résultats aléatoires : l'utilisateur découvre les produits et se dirige vers l'entreprise qui attire son attention et répond le mieux à ses besoins.



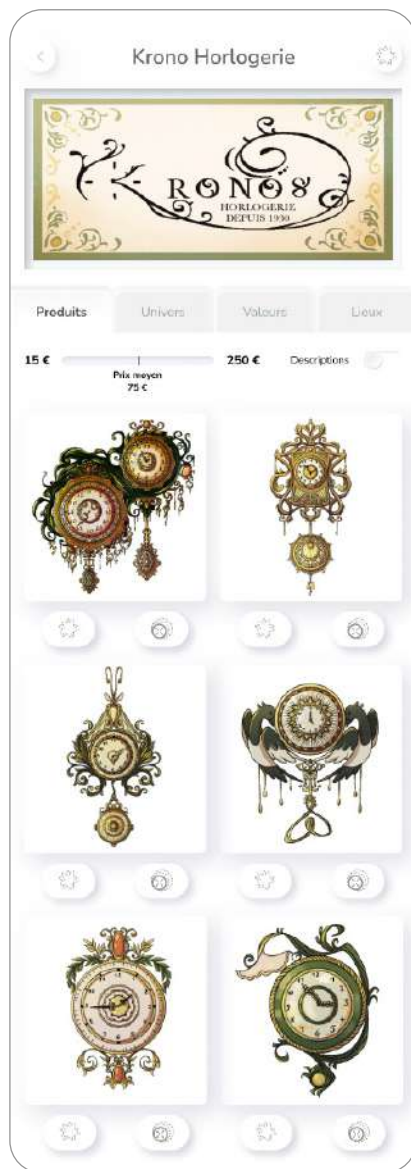
Visibilité de la totalité des résultats grâce au scroll.

Gestion des favoris d'un simple clic.

Rappel : rafraîchir la recherche changera l'ordre d'affichage des visuels.

Une page entreprise simple, efficace et facile à comprendre. Son ergonomie offre une navigation fluide à l'utilisateur entre les différentes sections et toutes les informations clés.

Les données resteront modifiables par l'entreprise à tout moment dans l'onglet « gestion de mes pages pro ». **Les mises à jour n'auront aucun impact sur le référencement de l'entreprise.**



Différents formats pour s'adapter à la forme des produits et les mettre en valeur.



4. Fonctionnement -les interactions

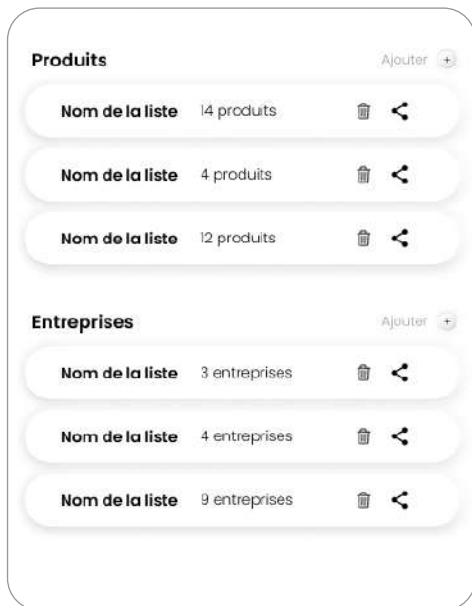


Un espace personnel conçu pour être pratique et intuitif. Ci-dessous les pages qui le compose ainsi que les différentes interactions qu'il offre.

Simple mais complet

Listes de favoris

Tout au long de l'application, il est possible de sauvegarder les produits ou les entreprises en mémoire et de les organiser en fonction des besoins.

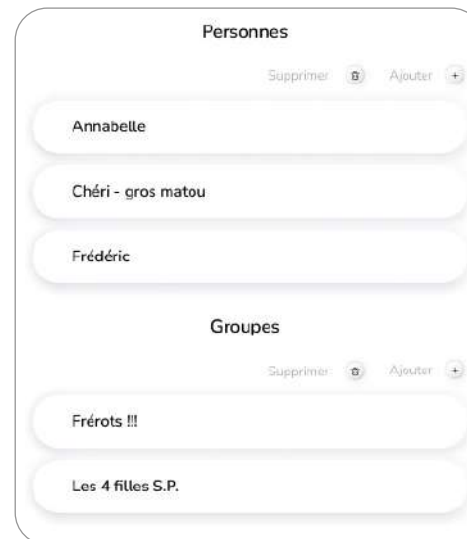


Avis des proches - Voter

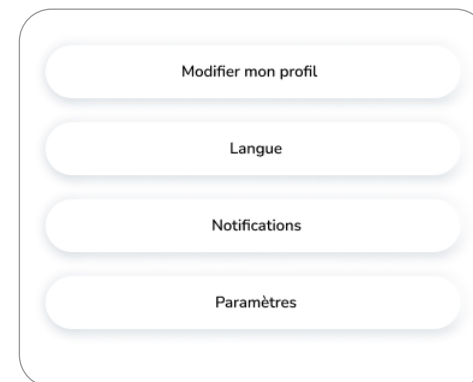
Faciliter la communication pour un achat. Demander l'avis des proches pour prendre une décision.



Trouver ses proches - créer des groupes



Gestion



L'application sera disponible dans un premier temps en français puis rapidement d'autres langues s'ajouteront au catalogue pour **faciliter la découverte des entreprises françaises aux plus de 30 millions de touristes étrangers visitant la France chaque année.**

**dans un objectif de communication responsable, les listes et les votes seront supprimés après une période d'inactivité.*

Le partage, un enjeu d'Invisible World. Au delà de donner la possibilité aux entreprises françaises de mettre en lumière leur savoir-faire, les utilisateurs doivent pouvoir échanger entre eux et partager leurs découvertes. Dans cet optique, un outil simple, rapide et intuitif, permet de solliciter l'avis de ses proches et de prendre des décisions de manière collaborative.

La **mise en place est brève**, seulement 4 étapes à suivre pour personnaliser le vote en fonction du besoin.

Nom et consigne de vote

Deux modes de vote disponibles

Les votes peuvent être plus structurés en imposant des dates limites pour participer et pour voter.

Sélectionner les participants

Le **fonctionnement est intuitif**, de magnifiques icônes vous guident



2 propositions

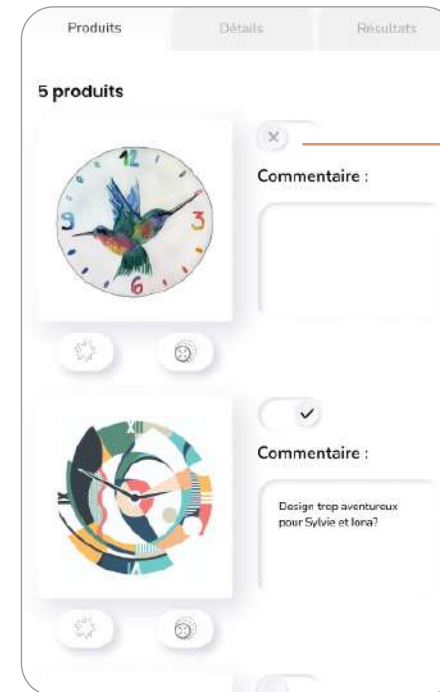


En attente de votre vote



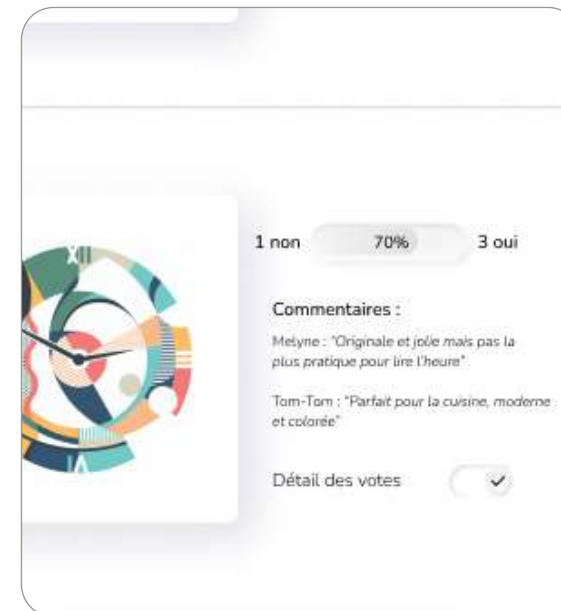
Résultats du vote disponibles

Pensé pour être simple, le vote binaire remplit plusieurs fonctions: donner rapidement son avis, idéal pour les décisions à deux et dégrossir une recherche.



Un simple oui / non

Possibilité si souhaité de commenter pour orienter les futures recherches.



Lecture des résultats simple et rapide



Adapté aux achats collectifs, le vote par classement est l'option idéale lorsque le nombre de produits à évaluer est limité.

Nom du vote

Produits Détails Résultats

Classez les produits

1  ↓

2  ↑ ↓

Chacun partage ses découvertes, classe et le choix final s'affiche.

Le système est intuitif, démocratique et plus besoin de voter utile !

Nom du vote

Produits Détails Résultats

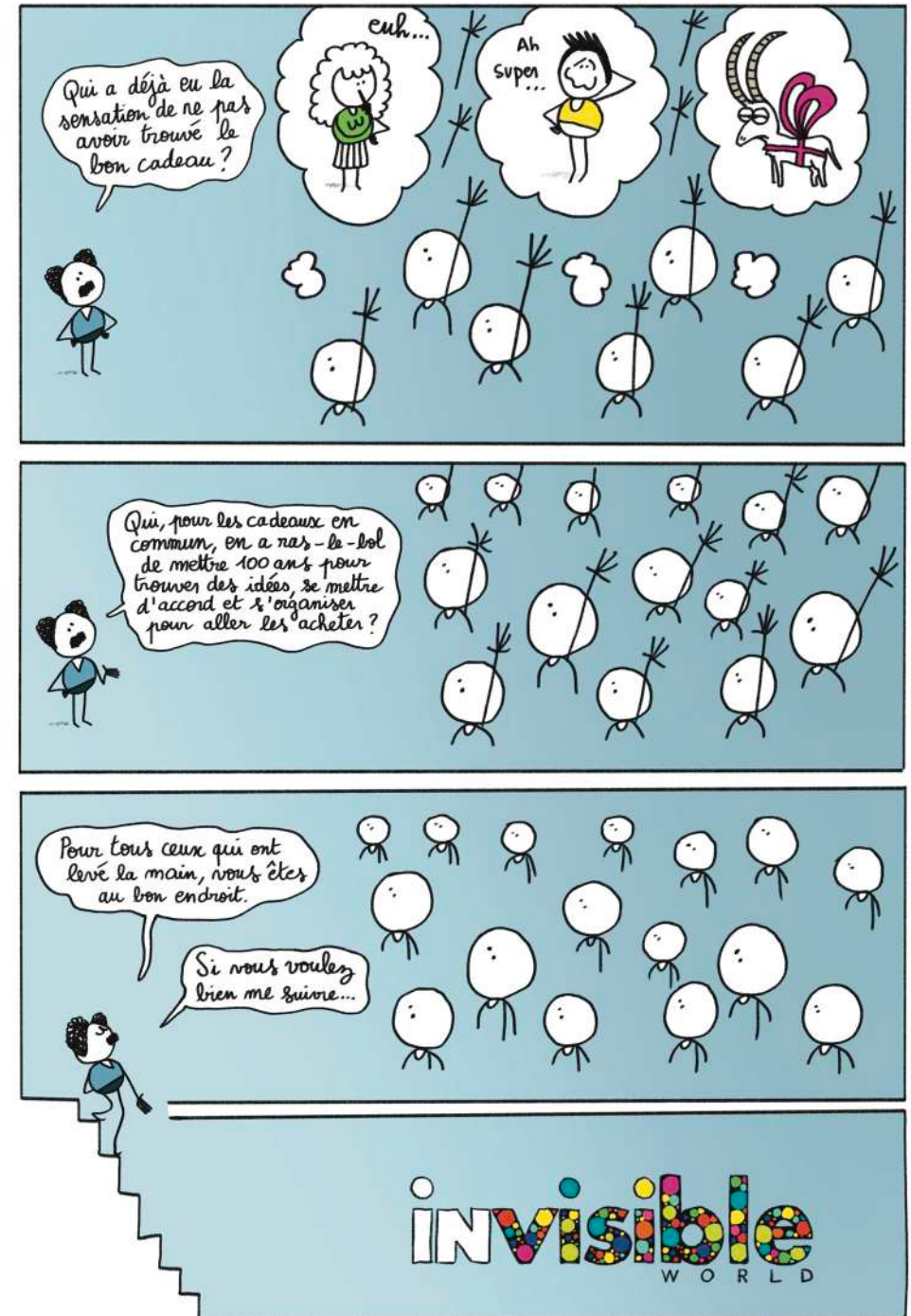
Créer un nouveau vote Modifier le vote existant Supprimer des produits

1  5 points

2  4 points

3  2 points

4  1 point

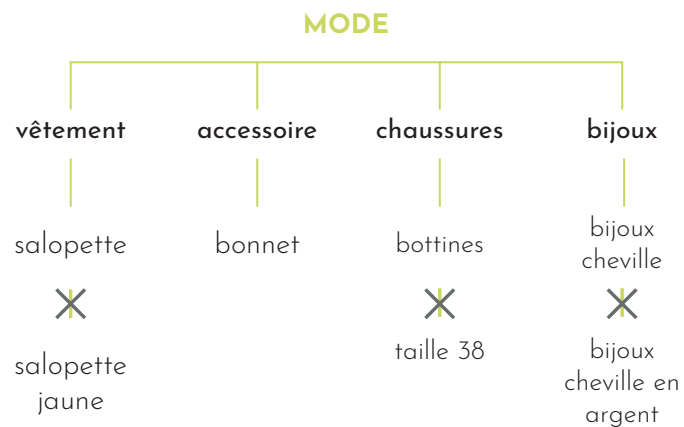
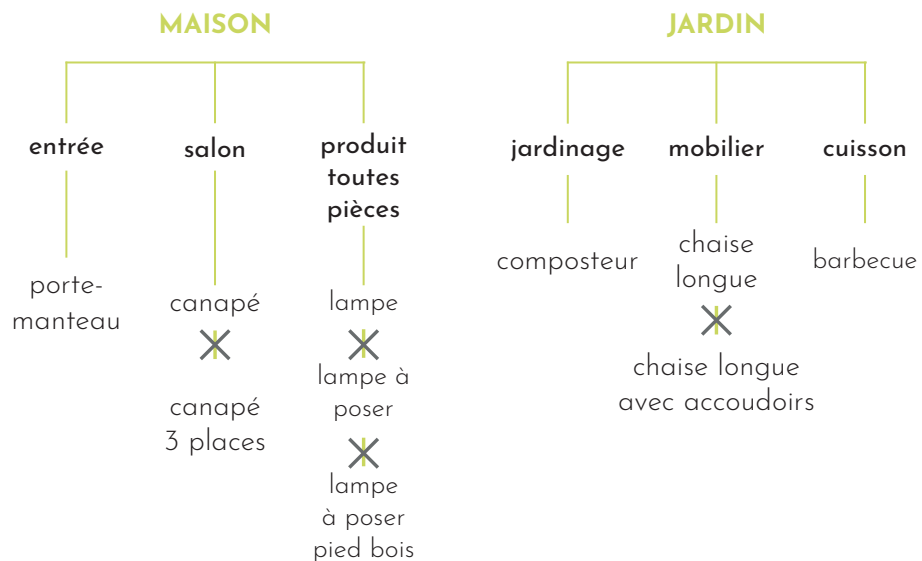




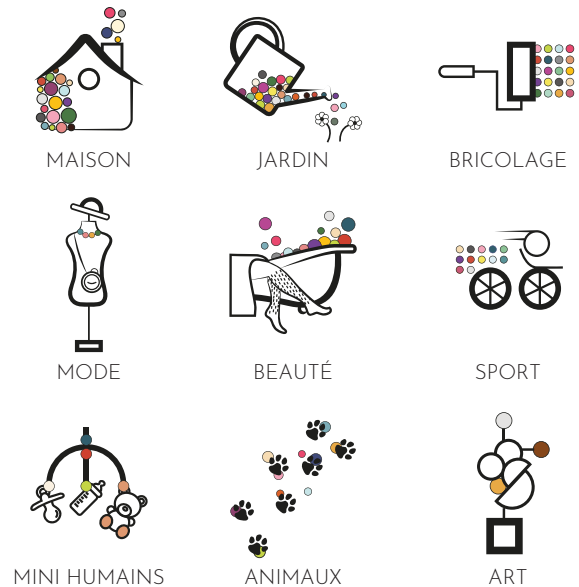
5. Fonctionnement -les filtres



Le système Invisible World est configuré pour être un outil de découverte. Il a pour vocation d'apporter du choix à l'utilisateur. En plus, du système de référencement par rotation, le niveau de filtrage est délibérément limité pour inviter l'utilisateur à se laisser surprendre et découvrir des produits d'entreprises auxquels il n'avait pas ou très peu accès jusqu'à présent.



L'outil s'adapte à tous les domaines. Avec un premier objectif de guider l'utilisateur jusqu'au produit désiré dans les produits du quotidien.



L'outil numérique peut sélectionner les entreprises correspondantes au mode d'achat de l'utilisateur :

- en physique avec possibilité de définir un périmètre géographique facilitant la découverte des entreprises près de chez soi ou dans une ville inconnue lors de voyages
- en e-commerce en filtrant les entreprises proposant la vente à distance.





Face à l'urgence environnementale, les comportements évoluent. Entreprises et consommateurs sont acteurs du changement. Invisible World met à leur disposition une série de filtres pour les accompagner :

Matières premières

Nature, origine, conditions de travail et de transformation, respect des travailleurs.

Fabrication

Lieu, quantité produite (fabrication à la demande, quantité limitée, etc.), conditions de fabrication (humaines et environnementales).

Durabilité / Fin de vie

Recyclabilité

Label / Certification

Origine et composition.

Emballage

Origine et composition.

Invisible World a conscience que la traçabilité des produits est complexe, notamment du fait de la globalisation des différentes filières. Les aspects de durabilité et de fin de vie sont généralement négligés et si les labels facilitent la démarche, ils ne sont pas exempts d'une certaine opacité.

Dans le monde de la consommation, une marque qui, malgré ses imperfections, fait le choix de la transparence, gagne en crédibilité et un consommateur lui accordera sa confiance plus facilement qu'à une marque opaque.

Dans cette optique, les filtres d'Invisible World mettent en lumière les valeurs et les bonnes pratiques, en matière d'éthique, de responsabilité sociale et environnementale.

Les filtres de base initialement proposés seront enrichis et ajustés grâce au retour des entreprises, pour leur offrir une visibilité au plus proche de leurs valeurs.

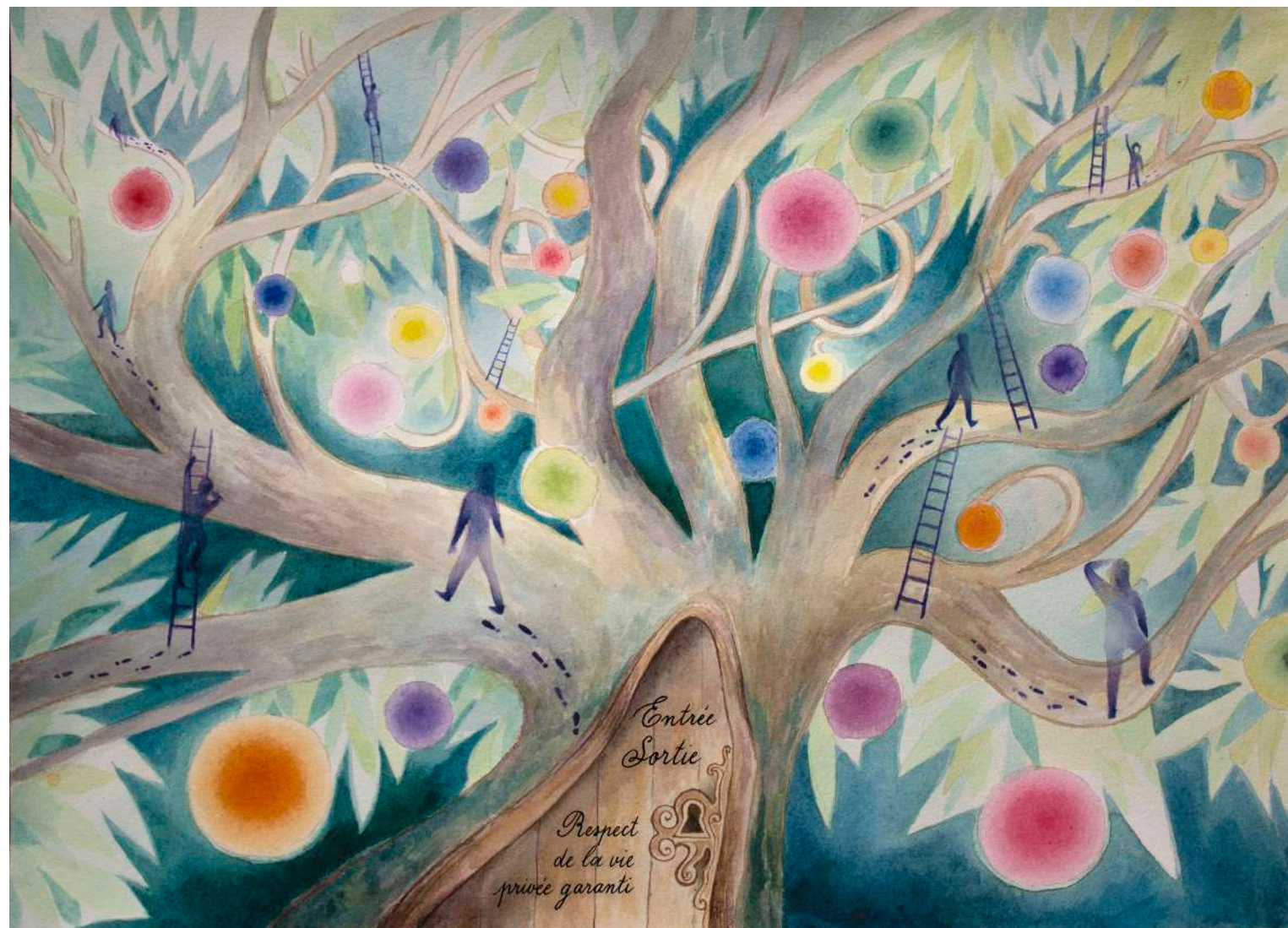


6. Données et pré-inscriptions



Invisible World propose un compromis entre le **respect des données privées** des utilisateurs et le besoin des entreprises d'obtenir des **retours de données**

Invisible World se refuse à utiliser tous cookies tiers.



Invisible World propose aux entreprises des **statistiques** :

Général :

- Nombre de visiteurs
- Les filtres les plus utilisés
- Nombre de visiteurs par catégorie

Produits :

- Catégorie la plus recherchée
- Catégorie la plus consultée
- Le plus gardé en favori
- etc,...

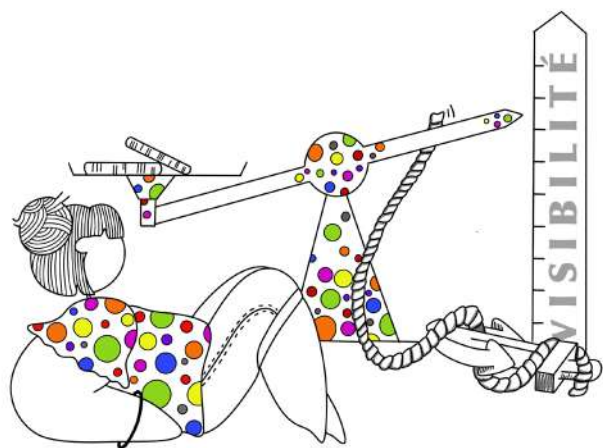
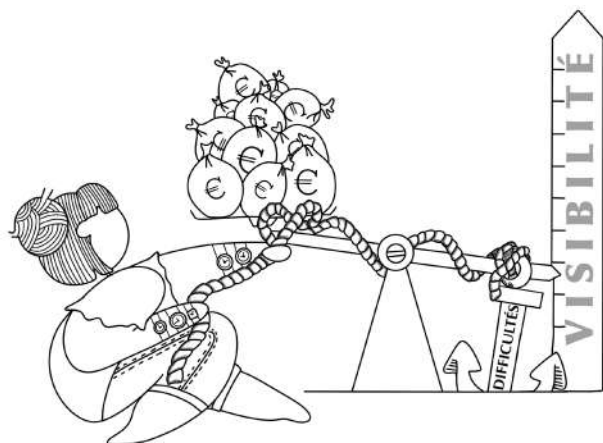
Nombre visiteurs :

- Visitant la page entreprises / visuels /valeurs/points de vente
- Gardant un produits de l'entreprise en favori
- Cliquant sur les liens de l'entreprise....

Invisible world propose **un tarif unique sans engagement** :

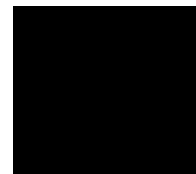
10 euros / mois HT
pour 1 ensemble de pages entreprises pour
un type de produits (6 visuels)

Un tarif pensé pour être accessible à l'ensemble des entreprises.



Invisible World est en construction...

Chaque particulier ou entreprise qui
montre son intérêt au projet est une
précieuse aide.



A destination des entreprises, voici la
proposition d'Invisible World : une pré-
demande sur le site vitrine
www.caarrivebientôt.com et
l'entreprise obtient **un essai gratuit de
3 mois** pour une catégorie de produits.

Pour les questions, les besoins
d'informations ou suivre le
développement
Contact :
numéro de téléphone
Réseaux sociaux :





7. Résumé



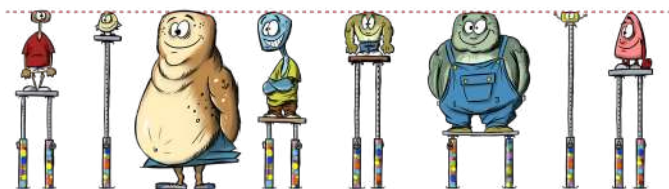
Première plateforme de recherche de produits et d'entreprises utilisant le dé-référencement*

QR CODE

*Les résultats ne s'affichent jamais dans le même ordre

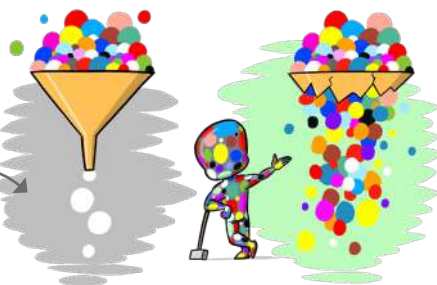
1 image produit = 1 vitrine pour découvrir la gamme de produit et l'entreprise

Le référencement par rotation garanti



Egalité de visibilité pour les entreprises concurrentes

Vrai choix pour les particuliers



● 6 visuels

● Infos générales

● Points de ventes & revendeurs

● Valeurs écologiques et éthiques

Découvrir rapidement et efficacement si une marque et son univers sont à son goût

Simple et efficient

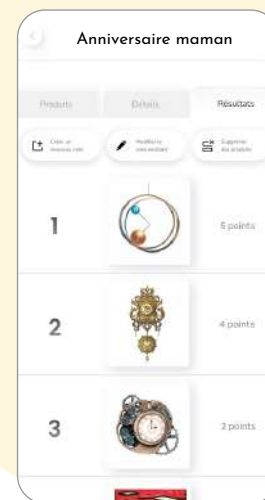
Adapté à tous

Transparence de l'entreprise

Confiance du consommateur

Des filtres tournés vers le futur (écologiques et éthiques)

1 article intéressant ? possibilité de donner et demander son avis à ses amis proches



Système pensé pour un choix/shopping à plusieurs

Bouche à oreille en ligne

Choix et achats à plusieurs simplifié



Pour faciliter la projection au-delà du virtuel, l'équipe a opté pour une métaphore urbaine afin de représenter l'application. Invisible World représente cette rue que les visiteurs empruntent lorsqu'ils cherchent un restaurant, sans idée précise, mais avec l'assurance d'y trouver du choix et de quoi satisfaire leurs envies.



Cependant, cette rue réinvente l'expérience du choix.... À chaque passage, les restaurants changent de place, rendant chaque visite unique. Chaque enseigne mêle singularité et authenticité, c'est une invitation permanente à la découverte.



Cette rue se métamorphose selon les besoins... Pour chaque recherche, chacun y découvre une offre riche et variée.



