



LA RÉALITÉ VIRTUELLE SOCIALE POUR LES DESTINATIONS RÉELLES

Les Rencontres du Québec maritime 2022

Jean-Nicolas Vandelac

Pdg fondateur
jn@hoppin.world



1





15 millions



 Meta Quest



 **Meta Quest**

15 millions

- | | | | |
|----|------------|----|---------|
| 1. | Canada | 4. | Suède |
| 2. | États-Unis | 5. | UK |
| 3. | France | 6. | Mexique |



Meta



PlayStation VR2



TikTok



Microsoft

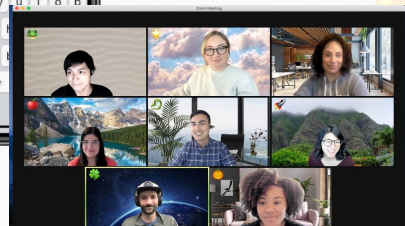


Apple

2



Média



Communications



Tournées de familiarisations

Imaginez si on pouvait se téléporter...!

Maintenant c'est possible...



Rencontre et visites,
ensemble, partout



Grâce aux vidéos
360° pleinement
immersives



100% engagés
DANS la destination
AVEC les visiteurs

Billy



Karen



3



TOURNÉES DE FAMILIARISATION & FORMATION D'AGENTS À DISTANCE

- Une fraction du coût
- Une fraction du temps
- Une fraction de l'impact environnemental,
- Des taux de conversion incroyables

**TOURISME /
MONTREAL**



ALLIANCE DE L'INDUSTRIE
TOURISTIQUE DU QUÉBEC
PARTENAIRE DE RÉUSSITE

**QUÉBEC
CÔTÉ
MER**

4

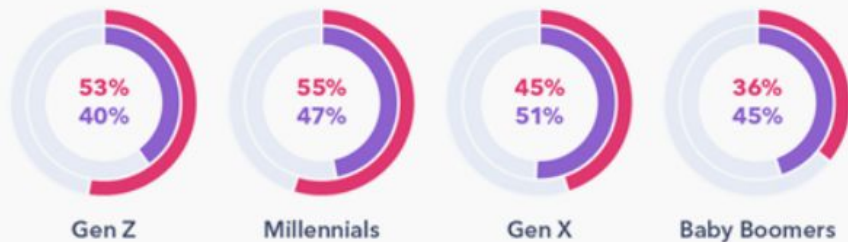
Ce que les consommateurs veulent de la réalité virtuelle

What Consumers Want From VR

% who want to see VR more applied to the following

 Games

 Travel planning/virtual travel experiences



Question: Which of the below would you like to see virtual reality or VR more applied to?

VOYAGEURS, CLIENTS POTENTIELS, AMBASSADEURS

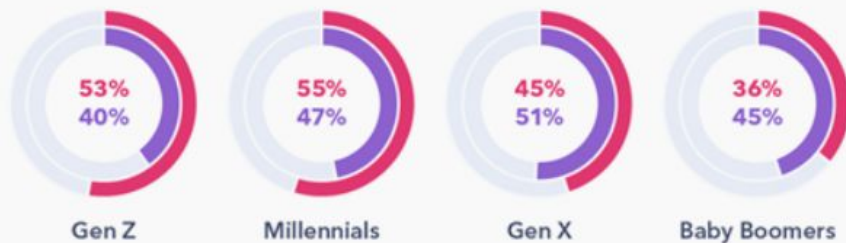


What Consumers Want From VR

% who want to see VR more applied to the following

 Games

 Travel planning/virtual travel experiences



Question: Which of the below would you like to see virtual reality or VR more applied to?

Sélection d'une destination

Découverte d'activités

Partage de moments “virtuels”
“réels” en famille et amis



**QUÉBEC
CÔTÉ
MER**



**VOYAGEURS,
CLIENTS POTENTIELS,
AMBASSADEURS**



Sélection d'une destination

Découverte d'activités

**Partage de moments “virtuels”
“réels” en famille et amis**

5

Ce que les utilisateurs de réalité virtuelle veulent

Virtual Reality Users Across Different Sectors



ATTRACTIONS, ORGANISATIONS CULTURELLES ET SPORTIVES

Virtual Reality Users Across Different Sectors



Vente d'accès illimitée

Archive et représentation

Revenus supplémentaires mondiaux



ATTRACTIONS, ORGANISATIONS CULTURELLES ET SPORTIVES



Vente d'accès illimitée

Archive et représentation

Revenus supplémentaires mondiaux



?

QUÉBEC ?

CÔTÉ ?

MER ?



**ATTRACTIONS,
ORGANISATIONS
CULTURELLES ET
SPORTIVES**



Vente d'accès illimité

Archive et représentation

Revenus supplémentaires mondiaux

5

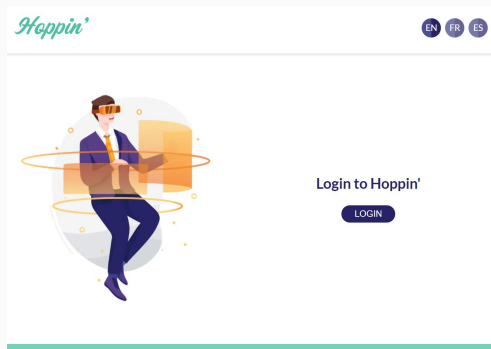
1



VIDÉOS 360°

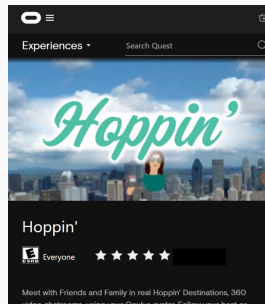
3 étapes

2



PUBLICATION

3



**RÉALITÉ VIRTUELLE
SOCIALE**

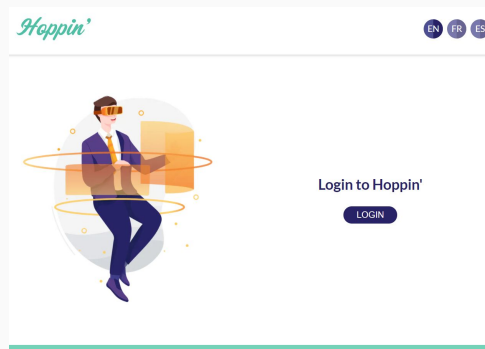
3 étapes

1



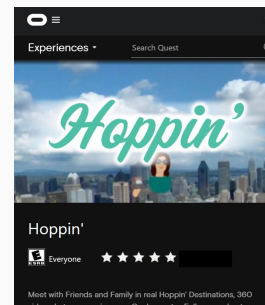
VIDÉOS 360°

2



PUBLICATION

3



**RÉALITÉ VIRTUELLE
SOCIALE**

Hoppin' sort les Visiteurs du Métavers vers Votre Réalité

6



Métavers

Hoppin'



Réalité

A scenic view of a mountain valley with a river and two people looking at a map. The image shows a lush green valley with a river winding through it, surrounded by steep, forested mountains. In the foreground, two people are standing on a rocky outcrop, looking at a map. The sky is blue with some clouds.

La **mission** de Hoppin' est de permettre à **tous**
de se **téléporter** dans les régions du monde
pour y **découvrir** la culture et les attraits
avec ses **clients**, sa **famille** et **ses amis**

La VR sociale culture & tourisme, Équipe humaine dévouée



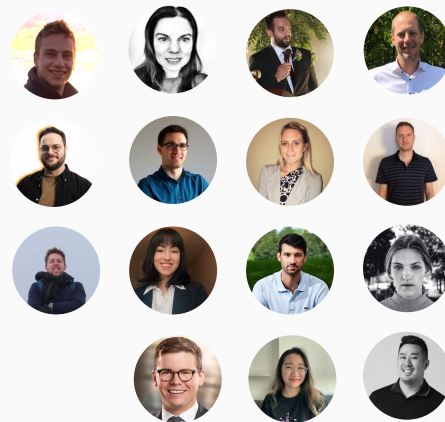
Jean-Nicolas Vandelac | Pdg fondateur

20 years de plateformes numériques innovantes



Sébastien Trudel | Vp associé

Concepteur renommé de campagnes transmédia



Supportée par un réseau exceptionnel de collaborateurs



Le **Réalité virtuelle sociale** pour les **Destinations réelles**

Maintenant

Simple

Positif



8

Venez l'essayer par
vous-mêmes!

Jean-Nicolas Vandelac
jn@hoppin.world



@HoppinVR

<https://hoppin.world>