

[ NOMADISME ]

## Les panneaux d'affichage envoient un message aux téléphones portables

La dernière campagne de Nike proposait aux badauds de télécharger musique et vidéo en passant devant un panneau publicitaire.

Philippe Crouzillacq , 01net., le 26/10/2005 à 17h19

Au printemps dernier, Viacom Outdoor, société spécialisée dans la vente d'espaces publicitaires, inaugurait sur le marché français ses premières solutions d'affichage interactif. Grâce à une technologie infrarouge, les fans de Daft Punk qui pointaient leur téléphone mobile ou assistant personnel (Palm Pilot, Pocket PC) vers certains panneaux d'affichage déroulants pouvaient télécharger des contenus exclusifs : un logo, une sonnerie mobile ou un lien vers le site Wap du dernier album du groupe de musique électronique.

Avec la dernière campagne de l'équipementier sportif Nike, qui s'est déroulée du 18 au 24 octobre à Paris et à Toulouse, Viacom Outdoor est passé à la vitesse supérieure avec une solution basée sur un système Bluetooth. Avantage de cette technologie, une portée de 30 mètres, soit bien plus que celle proposée par les systèmes infrarouge. Résultat, les possesseurs de téléphones Bluetooth qui passaient devant un panneau d'affichage (une dizaine étaient équipés à Paris) recevaient automatiquement sur leur mobile une alerte SMS qui les invitait à entrer en contact avec la publicité interactive.

En cas de réponse affirmative, ils recevaient un mot de passe qui leur permettait, selon les capacités techniques de leur téléphone de télécharger soit une image animée, soit une vidéo (de la dernière publicité Nike) ou, pour les smartphones, de la musique sous format MP3. Résultats : en quelques jours, 2 700 contacts établis à Toulouse et près de 11 000 sur Paris intramuros.

### Un boîtier Bluetooth intégré aux panneaux

« Dans la même logique, nous pourrions également proposer aux passants des coupons de réduction pour tel ou tel produit, des offres promotionnelles ou bien organiser des jeux-concours », explique Aude Filly Castel, responsable marketing produits chez Viacom Outdoor. De plus, nous pouvons choisir le type d'information à diffuser selon les heures de la journée. »

D'un point de vue technique, les mobiliers déroulants de Viacom embarquent une « i-box », un petit boîtier interactif fonctionnant sur la norme Bluetooth. Cet équipement est conçu pour résister à des conditions extrêmes et palier toute tentative de détérioration.

« Cela dit, nous ne sommes pas dépendants du Bluetooth et nous devrions dès 2006 proposer une solution similaire mais basée sur du Wi-Fi », indique Atmin Ait-hamouda, cofondateur de la société Embedia, le prestataire technique de la campagne Nike. Avec ce type de solutions embarquées communicantes, on peut tout à fait concevoir que le passage devant un panneau d'affichage entraîne directement un acte d'achat. Ainsi, pour une publicité d'un artiste pop, le consommateur pourrait par exemple télécharger une courte interview et, dans la foulée, réserver une place pour le prochain concert de la star. »