

QUAND LA PUB SE LA JOUE ÉCOLO...

TENDANCE

ARTICLE ÉCRIT PAR
JULIEN INTARTAGLIA,
PR. DR. HEG ARC NEUCHÂTEL

DERNIÈRE-NÉE DES SUPPORTS PUBLICITAIRES INTERACTIFS, LA BORNE DE RECYCLAGE INTELLIGENTE ET LUDIQUE, FINANCÉE PAR LA PUBLICITÉ, EST L'ABOUTISSEMENT DE PLUSIEURS ANNÉES DE RECHERCHE ET D'INVESTISSEMENT PERSONNEL.



Mais qui se cache derrière cette borne? C'est Pascal Reichen, fondateur de la start-up **Greenwins**®. Après avoir obtenu un diplôme d'ingénieur-conseil de l'École polytechnique (POLI) de l'université de Sao Paulo, il a ensuite suivi un postgrade en informatique à la Software Schule Schweiz (à Berne) et finalisé sa formation avec un Master en Administration Publique à l'IDHEAP à Lausanne. Responsable durant plusieurs années du service informatique du Département Fédéral de l'Économie à Berne, il a occupé des postes stratégiques importants tout au long de sa carrière, toujours en relation avec l'informatique et le recyclage. Pour cet entrepreneur, l'écologie doit être l'affaire de tous, des marques bien sûr mais également du consommateur! Dans une interview accordée en vue de la préparation de cet article, il rappelle qu'en Suisse, environ 53% de nos déchets sont recyclés et 47% sont incinérés. Pourtant, selon lui, nous pourrions recycler jusqu'à 75% de nos déchets. Bien que les documentaires et les films représentent un premier pas pour sensibiliser au recyclage, le fondateur de **greenwins**.

part du principe qu'il y a encore énormément à faire et que la société de consommation, dans son ensemble, doit se faire l'écho de cette problématique environnementale. Grâce à une solide expérience dans la gestion de projets en faveur de l'environnement, il décide alors de lancer une idée originale reposant sur trois axes: 1) vendre de l'espace publicitaire dans des lieux stratégiques à haute fréquentation (grands magasins, restaurants, etc.); 2) amener le consommateur à adopter un comportement responsable tout en s'amusant; 3) récompenser le consommateur pour sa bonne action afin que celle-ci devienne régulière.

CONCRÈTEMENT, COMMENT CETTE BORNE FONCTIONNE-T-ELLE?

Installée dans des lieux à fréquentation élevée, cette borne permet aux annonceurs d'être visibles en continu, avec des messages qui peuvent être statiques (par exemple avec une dia comme au cinéma) ou animés avec des contenus vidéos semblables à ceux qui sont diffusés à la télévision et sur Internet. Un logiciel de gestion permet de tout contrôler à distance: le lancement de

nouvelles campagnes, la régulation de la fréquence d'apparition, des heures de passages, etc. Lorsque le consommateur s'approche de la borne, celle-ci stoppe la diffusion des messages commerciaux pour laisser place à une interaction avec l'outil.

DEUX PISTES SONT POSSIBLES

Dans le premier cas de figure, le consommateur dépose l'objet à recycler (ici une pile), puis il accepte de donner ses coordonnées sociodémographiques (sexe, âge, NPA) et ses informations personnelles (numéro de téléphone, adresse e-mail) afin de participer à un tirage au sort pour gagner des bons promotionnels en échange de son comportement écologique. Cela génère du DATA non négligeable sur les clients du point de vente où se situe la borne. Dans le deuxième cas, une fois l'objet déposé, le consommateur voit sur l'écran diverses propositions de bons promotionnels à utiliser dans les magasins partenaires et auprès des annonceurs. Cette borne permet alors de générer des comportements directs: une aubaine pour l'annonceur qui voit ainsi augmenter le taux de fréquentation et la valeur du panier moyen d'achats! À noter qu'en décembre 2016, l'entreprise **Greenwins**® a terminé avec succès une campagne test dans une chaîne de restauration rapide en Suisse. Elle est désormais à la recherche de partenaires importants pour son développement...

WWW.HE-ARC.CH