

«Beem» rend les affiches et les spots interactifs

Beem révolutionne le marché publicitaire: disponible en Suisse dès le 1^{er} juin, la plateforme rend les campagnes publicitaires classiques interactives et compatibles avec les smartphones. Sans qu'il faille installer une app supplémentaire ou consulter un site web. Tout cela grâce à une technologie étonnamment simple.

Le marché de la publicité classique à contenus statiques est partiellement sous pression: les annonceurs optent de plus en plus pour des formats en ligne interactifs et performants, dont bénéficient en premier les grands fournisseurs online internationaux. Alessandro Rausa, responsable Beem chez Swisscom, est convaincu que «compléter une campagne avec Beem offre une réelle valeur ajoutée dans ce secteur».

Grâce à Beem, il est désormais possible en Suisse de diffuser des campagnes publicitaires classiques directement sur le smartphone des utilisateurs et de les rendre interactives. Dans un premier temps, l'accent sera mis sur les affiches APG|SGA et les spots de cinéma. Les chaînes TV sont en phase de test avancée et suivront bientôt. Beem est déjà utilisable sur 3+.

Informations directement sur le smartphone

Les spots de cinéma ou les emplacements d'affichage APG|SGA compatibles avec Beem transmettent un signal sonore à haute fréquence hors de la plage acoustique audible et, pour les affiches, également un signal Bluetooth. Ces signaux sont reçus par la plateforme Beem intégrée dans de nombreuses apps bien connues, de sorte que l'utilisateur n'a pas à télécharger d'app supplémentaire. Beem est actuellement intégrée dans les apps 20 Minutes, Watson et Bluewin. Lorsqu'un utilisateur ouvre une de ces apps, un message discret apparaît dès que le signal est reçu. S'il appuie sur ce message, la plateforme Beem s'ouvre et propose les offres du moment en fonction de l'affiche, du programme ou du spot regardé. Il peut s'agir de simples informations complémentaires, d'une participation à un concours ou à un vote ou bien d'offres d'achat et de bons.

Au lieu d'utiliser des apps tierces, il est possible de télécharger sa propre app Beem dans l'Apple App Store et le Google Play Store. Beem ne requiert en principe pas d'enregistrement, mais s'enregistrer simplifie les choses pour une utilisation régulière.

La campagne des CFF s'appuie sur Beem

La première campagne dotée de Beem débute le 3 juin: les CFF ont décidé d'utiliser cette nouvelle technologie et une campagne Beem sera alors lancée. Les campagnes peuvent être réalisées via APG|SGA (pour les affiches) et WerbeWeischer (pour le cinéma). Admeira et Goldbach sont déjà impliqués dans la phase de test pour la mise en place TV. «Les supports publicitaires classiques attirent l'attention – avec Beem, ils sont désormais associés avec élégance à des aspects interactifs et des contenus pertinents apportant de la valeur. Une combinaison gagnante», déclare Beat Holenstein, membre de la direction d'APG|SGA, convaincu.

Numérique et analogique ensemble

La vision de Beem est de fusionner l'analogique et le numérique: cela inclut aussi des usages hors de la publicité. L'utilisation de Beem convient partout où les utilisateurs interagissent avec leur smartphone et peuvent utiliser un niveau d'information supplémentaire – lors d'événements, dans les musées, pour s'orienter dans l'espace, etc.

Berne, le 27 mai 2019