

# concepts & tendances

## ZOOM

Daniel Lellouche

## DEVELOPPEMENT ET NOUVELLES ENSEIGNES

L'Art et la Matière | Zilli | Photo Station  
Sony Ericsson | "Autour du Pot" | Fnac  
Docks Vauban | Brochuresenligne.com  
TomTom | Barbara | Milk | Géant Casino  
Carré d'artistes | B&B Hôtels | Copy Top  
Romane | Point Service Mobiles | Aviva  
Adoma | L'Espace Sébastopol | Tempka  
Collège des Bernardins | Wash Bar  
Banque de Bretagne | Faur  
Plan Créatif User First

## NAISSANCE D'UN CONCEPT

Tommy Hilfiger

## Dossier réflexion

## SAGA AUTOUR D'UN PRODUIT

Céramiques, sol et mur

## CONCEPTS

Club Méditerranée | Georges Rech  
Cavestève | Noriem | Aésop | Nysa  
L'Homme Moderne | Veuve Clicquot  
Burger King Muslim

## TENDANCES

S. Oliver Store | La Citadelle  
Siam Paragon



# centres commerciaux une culture de mode de consommation

# Flatphone .)))



Haut parleur  
hyper directionnel

## Publicités et produits parlants Flatphone, HSS et Vibrasound, de TKGéomédia

On connaissait TKGéomédia par le biais de « Living Surface », système de vidéo interactive proposé dans le dossier Vitrites Interactives d'un précédent numéro de Concepts et Tendances (n°15). Cette société, spécialisée dans les concepts innovants en terme de communication, développe aussi, et avant tout, des dispositifs sonores particulièrement ciblés pour les points de vente, puisqu'ils allient intelligemment technique et esthétique. Flatphone, HyperSonic Sound (HSS) ou encore Vibrasound réinventent les haut-parleurs, remplaçant les encombrants diffuseurs sonores multidirectionnels par des dispositifs qui ciblent le client individuellement, sans ajouter de parasites sonores au niveau auditif déjà difficilement supportable des espaces de commerce.

Tout d'abord, Flatphone. C'est un panneau sonore plan, ultra-directionnel, c'est-à-dire qui diffuse - de manière claire, avec la même intensité et dans un rayon bien défini - messages vocaux ou musicaux pouvant être associés à des produits spécifiques - promotions ou invitation à guider le visiteur vers un point précis du magasin. Grâce à la technologie employée, il permet de créer des « micro zones d'écoute », sous forme d'aires ponctuelles soit de corridors sonores, même si le panneau est situé à plusieurs dizaines de mètres. Le message est canalisé : par exemple un Flatphone installé en haut d'un escalator peut diffuser le contenu audio d'un écran publicitaire sur la seule zone d'ascension. Même si le contexte est particulièrement bruyant - comme dans les zones de supermarché - le dispositif fonctionne de manière tout aussi efficace, puisqu'il sélectionne des zones bien définies et ne nécessite pas d'amplification de volume pour être audible. Pourquoi Flat ? Simplement parce qu'en plus de cet aspect technologique réellement prouvé, le design de ces panneaux de diffusion sonore est réduit à des épaisseurs surprenantes - de l'ordre de quelques centimètres -, surfaces qu'il est possible de courber, de scier, de couper, de percer et de dimensionner au gré de l'enseigne, sans altérer les capacités du système. De fait, Flatphone peut intégrer des informations de type PLV traditionnels, en dalles de plafond ou supports muraux, pour des effets « d'appâts », de douches sonores, en panneaux ou encore



en bannières mono ou bidirectionnels. Un procédé très intéressant pour le Shop in Shop, où les cornes identifiables visuellement sont désormais capables de diffuser des messages spécifiques de façon indépendante, fidèles à leur marque. Un bon moyen d'associer communication visuelle (Flatphone peut être peint, recevoir des visuels publicitaires collés ou fixés) et audio avec la diffusion d'information complémentaire par le biais de cet appareillage. Enfin, grâce à la très haute directivité des panneaux, il peut apporter une aide à l'orientation de la clientèle dans les grandes surfaces.

De son côté, HyperSonic Sound utilise une colonne d'ultrasons afin de produire le son à un emplacement précis choisi. Le son ne se disperse pas vers les côtés ou vers l'arrière d'une unité HSS, éliminant les problèmes de pollution sonore que les hauts parleurs traditionnels entraînent. Par exemple, un client entendra le message diffusé par HSS, tandis que son voisin, distant d'un ou deux mètres, ne percevra aucun son. Autre avantage du HSS : il vous offre la possibilité de « faire parler les objets », la colonne à ultra sons portant le message jusqu'à l'objet à sonoriser - par répercussion sonore -, le message audio est déclenché par simple contact avec celui-ci, en quelque sorte une technologie ventriloque ! Un peu comme si le visiteur était équipé d'un casque audio virtuel. Un procédé idéal aussi pour les musées.

Enfin, Vibrasound transforme n'importe quel support - vitrines, murs, plafonds ou mobiliers - en hauts parleurs. Par simple fixation de ce boîtier sur la surface à mettre en vibration, que ce soit du verre, du bois ou du métal, le support agit comme un diffuseur sonore et de qualité s'il vous plaît. Un moyen très pratique pour les messages en façade, une belle manière d'interpeller le passant, de jour comme de nuit (sans oublier de régler le volume sonore pour ne pas perturber le voisinage !), sans avoir à installer de devanture à l'extérieur. Bornes et présentoirs sont les cibles parfaites pour ce mode d'annonce, de même les terrasses de cafés et de restaurants pour qui c'est l'opportunité de diffuser, de manière invisible et en toute sécurité des vandaes, de la



musique. De belles déclinaisons de signaux audio amplifiés en un son clair, agréable et contrôlable, que de nombreuses enseignes ont d'ores et déjà adopté comme SFR, Monoprix, Leclerc, McDonald's, Renault, la Poste ou les Galeries Lafayette, renouvelant régulièrement leur concept store.

Rafaël Magrou ■

Un haut-parleur traditionnel diffuse le son par le biais de membranes en provoquant des ondes dans l'air qui vont se diluer à mesure que la distance augmente. Pour atteindre des distances plus ou moins lointaines, il faut monter en puissance pour que les clients les plus éloignés saisissent le message émis, et ainsi engendrer un niveau sonore extrêmement bruyant lorsqu'on est proche. C'est en quelque sorte « la loi du fort », principe général appliqué à la musique dite « de supermarché ». Le principe Flatphone fonctionne sur un principe de Transduction, transportant le son sur des distances pouvant aller jusqu'à 70 mètres, sans perdre en intensité ni en surajouter à proximité. Il se crée lors de la diffusion ce qui est appelé un « cœur » de son, ultra-directionnel et assez puissant, « enrobé » d'un reliquat sonore ouvrant légèrement le cône audio mais se dissipant rapidement, n'interférant pas avec l'environnement.  
[www.tkgeomedia.com](http://www.tkgeomedia.com)