

---

## Papier et numérique : le tout en un

### Description

*L'électronique imprimée réinvente le papier connecté, un « enrichissement » numérique de l'impression traditionnelle.*

Finie l'étiquette plastique équipée d'une puce à coller sur n'importe quel papier (publicité, emballage, carte de visite...). Finis l'impression d'un QR Code et le téléchargement de l'application *ad hoc* pour le scanner. Désormais, il est possible d'enrichir une page imprimée et d'y changer des données personnalisées, grâce au PowerCoat Alive. Ce papier, nouvelle génération, a été inventé par ArjoWiggins Creative Papers. Filiale à 100 % de la holding française Sequana, ArjoWiggins est le leader mondial de la fabrication de papier de création (notamment pour l'électronique imprimée) et de papier technique (qui intègre des solutions de sécurité et est utilisé pour les billets de banque ou encore pour les passeports biométriques). Le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 1 milliard d'euros en 2014.

Ce nouveau procédé de fabrication de papier intègre directement la puce NFC et son antenne dans sa composition cellulosique, grâce à une impression en filigrane avec de l'encre d'argent conductible. Sans aucune configuration préalable, simplement en posant sur la surface du papier n'importe quel smartphone fonctionnant avec les systèmes d'exploitation Windows ou Android, mais pas encore avec l'iOS d'Apple, la puce NFC imprimée renvoie quasiment instantanément un contenu sur l'écran, en provenance d'un site web. Cette nouvelle méthode d'impression d'un lien internet sur un support imprimé a été développée en partenariat avec la société publicitaire Adsp, spécialisée dans la technologie mobile. Ce papier connecté offre aux annonceurs la possibilité de décliner leur message avec toutes sortes de contenus complémentaires (message vidéo ou audio, offre de promotion, contenu éditorial ou *native advertising*). A partir de la plateforme de gestion de campagne (*adserver*) de la société Adsp, le papier connecté permet à l'annonceur, d'une part, de personnaliser son message à destination du consommateur et, d'autre part, de lui fournir une grande quantité de données statistiques (taux de clics, géolocalisation, taux d'achat) afin de mesurer l'efficacité de sa campagne publicitaire, données jusqu'alors disponibles uniquement pour des campagnes publicitaires sur le web ou sur un terminal mobile.

« Ce qui est formidable, c'est cette conciliation entre le papier et le digital [numérique], qu'on a souvent opposés, commente Gautier Pigasse, vice-président « Mobile Marketing » chez Adsp. La liste des possibilités est infinie et concerne un très grand nombre de supports : l'affichage, la publicité, les catalogues, les mailings, les étiquettes-produits, mais aussi les livres ! Imaginez lire un livre qui propose également du son et de l'image, c'est une nouvelle aventure pour le lecteur !

À». Le papier À« *intelligent* À» PowerCoat Alive est recyclable et biodégradable, ajoute Arjowiggins Creative Papers dans sa présentation.

Sources :

- À« Adsp et Arjowiggins réinventent le papier en le rendant connecté À», communiqué de presse, Mobile Marketing Association France, mmf.fr, 26 mars 2015.
- À« Le papier intelligent arrive dans les kiosques À», Elsa Bembaron, *Le Figaro*, 3 avril 2015.
- À« PowerCoat Alive : le papier connecté À», Julie Chide, Industries créatives, industries-creatives.com, 10 avril 2015.

## Categorie

1. Techniques

**date créée**

21 juillet 2015

**Auteur**

francoise