

LE PLUS GRAND TAG DU MONDE SUR LA FAÇADE DES GRANDS MOULINS DE PANTIN

Depuis le 10 octobre 2007, BNP Paribas Immobilier a posé le plus grand tag du monde sur la façade des Grands Moulins de Pantin. Mesurant 12 m sur 12 m, il repose sur une immense bâche de 345 m².

Jérôme BAUDRILLART

Les Grands Moulins de Pantin

Construits en 1880, ils sont depuis près d'un siècle une figure monumentale du patrimoine industriel nord-est parisien. Bordés par le canal de l'Ourcq et les voies ferrés de la gare de l'Est, ils étaient destinés autrefois à alimenter la capitale en farine. L'activité de ces derniers a cessé en 2001 et ils ont été partiellement démolis. L'imposante silhouette du bâtiment composé de trois tours, donne à ce lieu une âme particulière. Culminant à 35 m de hauteur, une passerelle relie les trois tours de l'édifice. Son côté insolite suscite la curiosité des passants et des automobilistes circulant sur le périphérique entre les portes de la Vilette et de Pantin. Il est ainsi aisé de deviner pourquoi BNP Paribas Immobilier a choisi ce site comme support de communication à la fois surprenant et original.

Le tag : une opération de communication d'envergure

BNP Paribas Immobilier a choisi pour valoriser ses activités auprès de ses clients d'utiliser un nouveau moyen de communication innovant, le tag. Le tag est un pictogramme noir et blanc, en deux dimensions qui permet d'accéder immédiatement via l'appareil photo d'un téléphone mobile à un contenu multimédia. Il est nécessaire auparavant de télécharger un logiciel via un site internet mobile afin d'accéder aux

informations contenues dans ce dernier. Mesurant 12 m sur 12 m, ce tag géant est posé sur la façade des Grands Moulins de Pantin et est de nos jours le plus grand au monde. Il devance ainsi celui de 11 m sur 11 m qui se trouve actuellement à Hiroshima au Japon. Le tag est une sorte de code barre mais uniquement destiné au téléphone mobile.

Cette nouvelle technologie est utilisée régulièrement au Japon et aux Etats-Unis à condition que le téléphone portable soit équipé d'un appareil photo et d'un logiciel de décodage. Au Japon, les tags sont utilisés par 75 % de la population.

Il permet à tout utilisateur d'accéder à un riche contenu multimédia présentant les grandes étapes du projet immobilier des Grands Moulins de Pantin. Ce site chargé d'histoire va devenir dans quelques années le nouveau siège d'une des filiales du groupe BNP Paribas. Une vidéo sur les Grands Moulins de Pantin présente projet valorisant ainsi le patrimoine industriel d'Ile de France et de la ville de Pantin.



Posé sur une bâche géante de 345 m² et d'une hauteur de 12 m, BNP Paribas Immobilier s'offre le plus grand tag jamais affiché au monde.

Pour les utilisateurs qui ne possèdent pas un téléphone portable 3G (3^{ème} génération) offrant une qualité d'image exceptionnelle, il suffit d'envoyer par SMS au 31024 le mot de passe « BNPPi » afin d'avoir accès au site internet Mobile de BNP Paribas Immobilier. ■

Trois questions à Rosane Leroux, responsable chef de marque BNP Paribas Immobilier

Forum Chantiers : Quel est le but et la finalité de cette opération de communication ?

Rosane Leroux : Le but recherché par cette opération de communication et sa finalité sont d'utiliser tous les outils de communication existants vers les clients actuels et les prospects. Nous souhaitons inciter les utilisateurs du téléphone mobile à consommer l'information quand ils le souhaitent et lui faciliter sa consultation.

Forum Chantiers : Quel impact cette opération de communication va-t-elle engendrer sur les utilisateurs du téléphone mobile ?

Rosane Leroux : Cette opération de communication va engendrer un impact positif. On est en marche vers l'innovation au service du client. BNP

Paribas immobilier fait son maximum pour développer vers le consommateur final les meilleurs outils de communication existants. L'entreprise veut développer par l'utilisation du tag l'instantanéité et la proximité avec le client.

Forum Chantiers : Quels sont les résultats attendus par BNP Paribas Immobilier sur cette opération ?

Rosane Leroux : Cette opération de communication a pour but d'améliorer la notoriété de BNP Paribas Immobilier. Nous voulons montrer que l'entreprise fait de son mieux pour servir le client. Nous souhaitons tisser avec lui des liens de proximité, de confiance et de séduction. L'objectif à terme est de fidéliser et d'installer des relations durables avec ce dernier.