

# Rafi Albo emballe les imprimeurs numériques avec la réalité augmentée

Aurelia Ricciardi |

**Rafi Albo de Segmarketing a fait de la réalité augmentée, virtuelle et mixte son cheval de bataille pour le secteur de l'impression et de l'emballage. Pour lui, ces technologies ont un potentiel de croissance dans le marketing personnalisé de masse. Nouvelles Graphiques l'a rencontré sur le stand de HP Indigo au Labelexpo Europe.**

**E**t si une bouteille de soda se transformait en média audiovisuel qui permettrait de suivre un festival en direct grâce à son étiquette imprimée ? Cela ne relève pas de la science-fiction, mais est bien une réelle possibilité via la réalité augmentée. « Imaginez que vous êtes dans un supermarché et que vous avez 150 visuels différents de boissons énergisantes. Chaque design représente un club célèbre dans une ville différente à travers le monde. Pour aller à l'intérieur du club, il suffirait de prendre le produit et de le scanner avec son smartphone. Vous offrez là une expérience unique et exceptionnelle au consommateur juste avec l'objet imprimé enrichi d'un contenu personnalisé en ligne qui est accessible via une appli smartphone. Tout le monde utilise aujourd'hui un smartphone et télécharge gratuitement des applications. » Pour Rafi Albo, ces nouvelles technologies ont la capacité de stimuler la demande de nouvelles formes d'imprimés et de contribuer à la réussite com-



**Rafi Albo, fondateur de Segmarketing, présente sa technologie de réalité augmentée pour étiquettes et emballages sur le stand de HP Indigo au Labelexpo Europe.**

merciale des marques et sociétés d'impression. Nos rayons de supermarché ne sont pas encore remplis « d'emballages augmentés », mais ce type d'expérience commerciale pointe le bout de son nez dans certains pays à travers le monde. À l'heure d'aujourd'hui, la personnalisation est une arme de séduction massive pour les marques. D'ailleurs, la personnalisation de l'emballage est un des thèmes de premier plan de tous les salons du packaging.

Côté grande consommation, les expériences de personnalisation reprises systématiquement sont celles de Coca-Cola et de Nutella avec les millions d'étiquettes nominatives. Mais la réalité augmentée est une autre façon de concevoir le marketing de masse personnalisé. On rentre ici en interaction avec le destinataire. Au Labelexpo Europe, qui s'est tenu à Bruxelles fin septembre, Rafi Albo a fait mouche sur le stand de HP Indigo avec ses éti-

quettes augmentées réalisées pour des marques aux quatre coins du monde. Habitué des salons incontournables pour le secteur de l'impression numérique et du packaging, Rafi Albo est un orateur notoire dans le domaine du marketing personnalisé et de la réalité augmentée. Dernièrement, il était présent en tant qu'orateur au Xeikon Café ou encore au Label Forum Japan. Comment rendre l'imprimé de nouveau sexy ? Comment monétiser la réalité augmentée avec le big data pour les produits imprimés ? Comment rendre l'imprimé interactif pour des campagnes engageantes ? Telles sont les questions qu'il aborde. Rafi Albo cible particulièrement les imprimeurs numériques dans le secteur de l'emballage et de l'étiquetage. « Les imprimeurs d'emballage et d'étiquette dispose d'une superbe technologie qui permet de faire de l'impression à données variables. Ils sont en contact avec les marques et ont accès aux produits de vente, mais ils ont du mal à obtenir un

service à valeur ajoutée qui permet de porter ces produits à un niveau supérieur. La réalité augmentée est une solution pour leurs clients », dit Rafi Albo. « Pour les marques, les connexions émotionnelles et le partage des expériences sont des critères qui ne cessent de gagner en importance. Cette nouvelle donne est source de multiples opportunités pour les imprimeurs combinant nouvelles technologies et idées créatives », poursuit-il. Cela dit, n'importe quel autre support imprimé peut être enrichi. Pour le marché finlandais, Segmarketing a développé l'appli de réalité augmentée Arilyn qui est utilisée par différentes enseignes sous licence à des fins commerciales, culturelles (expo,

musée) ou encore événementielles. En Russie, l'appli 'Ozhi' a été spécialement conçue pour un livre de coloriage interactif mêlant 3D et jeux en réalité augmentée à destination des enfants. Par exemple, un enfant colorie le dessin d'une voiture selon ses goûts et celui-ci prend vie en 3D via l'appli de réalité augmentée. L'enfant peut ensuite jouer sur écran avec la voiture qu'il a coloriée. Le même type d'opération a été converti pour une marque de tablette chocolatée sur des emballages en carton.

Quel budget pour produire un produit 'phygital' basé sur une appli de réalité augmentée ? «Aujourd'hui, il y a des entreprises qui investissent 5000 eu-

ros par année et créent une quarantaine de campagnes en réalité augmentée. Il est donc tout à fait possible de commencer à faible coût. Mais en fonction du type de contenu, des fonctionnalités et du nombre de versions, cela peut monter jusqu'à 10.000 euros », estime Rafi Albo.

### À propos de Segmarketing

Segmarketing est une agence spécialisée dans le marketing one-to-one, la réalité augmentée, la réalité virtuelle et la réalité mixte. Fondée en 2001 par Rafi Albo en Israël, Segmarketing se présente aujourd'hui comme un expert mondial dans le domaine du marketing de fidélisation et de la communication personna-

lisée. L'agence met en place des solutions innovantes et des campagnes marketing personnalisées en se basant sur la gestion de base de données. Les clients sont issus de divers secteurs industriels tels que la télécommunication, le FMCG, la mode, les fournisseurs de services B2C, les organismes non marchands, etc. Ces cinq dernières années, le fondateur israélien Rafi Albo a visité plus de 35 pays et rencontré plus de 7000 entreprises (imprimeurs, agences, marques, start-ups) pour présenter sa nouvelle approche du marketing phygital. Avec plusieurs centaines d'entre elles, il a pu créer des applications innovantes en associant les technologies en ligne aux produits imprimés. ■

# EMBALLAGES & ETIQUETTES

THE MAGAZINE FOR PROFESSIONALS

La seule publication belge bilingue  
pour l'industrie de  
l'emballage et de l'étiquetage.

**Pour plus d'informations**  
tél. Dirk Noens 0476 32 89 43