

29.09.2022 - 12:26 Uhr

## Affichage commercial et création de valeur ajoutée, une équation pas impossible



### Provide content that matters.

On digital signage like in any other media, great content is a must-have to deliver sustainable value for both the public and the advertising community. To support the Digital Out of Home industry, the world leading news agency Reuters and the pioneer of new screens

AllTheContent have joined forces in the "Quality Outdoor Content Initiative", to provide an unmatched choice of global or local content services, easy to integrate and with flexible business models. Stop searching. Get all the content.

More info: [allthecontent.com/qoci](https://allthecontent.com/qoci)



Genf (ots) -

Depuis plusieurs années, l'affichage commercial fait débat. Qu'il soit papier ou digital, beaucoup de questions se posent sur le futur de cette industrie, dans un contexte d'interdiction croissante de la publicité dans l'espace public et dans certains espaces privés. D'autres solutions existent, notamment par la publication de contenus d'information et la considération du public.

La tendance croissante à l'interdiction progresse par ailleurs, dans un contexte où les annonceurs favorisent l'affichage commercial comme l'un des supports les plus efficaces et un de ceux qui connaissent une croissance soutenue, alors que les autres médias traditionnels voient leurs revenus en baisse.

Entre une interdiction totale, déjà active dans certaines communes et en discussion dans beaucoup d'autres, et la publicité commerciale omniprésente, une voie médiane existe. Pour Clément Charles, qui a fondé l'agence AllTheContent et accompagné la transformation numérique de plusieurs industries, il reste encore possible de "transformer ces supports en de vrais médias, qui équilibrent agréablement l'information, et permettant une création de valeur ajoutée avec la communication commerciale, qui permet de financer le contenu".

Naturellement, en tant qu'agence de contenu, très présente dans les nouveaux écrans, AllTheContent a toujours défendu l'idée qu'un bon média devait équilibrer le contenu de qualité, qui attire, avec la publicité, qui finance.

En 2013 déjà, dans le cadre de son partenariat de distribution avec l'agence Reuters, les deux agences avaient lancé ensemble le projet [QOCI](#), pour Quality Outdoor Content Initiative, pour permettre aux acteurs de l'affichage, physique et digital, de bénéficier des contenus de la plus grande agence de presse du monde adapté à leurs contraintes techniques et commerciales. Ce programme original n'avait pas du tout intéressé les principaux concernés, inquiets de "polluer leur publicité avec de l'information". Les agences partenaires s'étaient ensuite concentrées avec succès sur leur offre dans les écrans digitaux du transport routier ou aérien.

Identifié depuis longtemps, le problème de contenants qui ne diffusent que du contenu publicitaire s'est confirmé, d'abord comme un risque pour les acteurs de l'industrie, perdant, au mieux, l'intérêt du public, et au pire, le droit de déployer leur activité.

"Dans tous les autres médias, du web à la TV en passant par les journaux, l'attention du client n'est jamais considérée comme garantie car captive, mais comme un défi permanent à relever, en intéressant le client avec des informations et des contenus originaux", explique Clément Charles, qui dirige AllTheContent. Paradoxalement, ce sont souvent des réseaux en main de collectivités publiques, dans les villes ou dans les transports, qui utilisent leurs surfaces dans une optique exclusivement commerciale. Pourtant, fournir des informations locales, culturelles ou associatives ne rendrait que leurs supports plus intéressants sans faire baisser leurs revenus.

Dans le cadre des débats légitimes des citoyens sur le zéro pub, la pollution visuelle créée par les affiches et la question de la consommation énergétique des écrans digitaux, il reste encore une opportunité pour les acteurs du secteur de rester pertinents, en devenant de vrais médias, utiles pour leur audience comme pour leurs annonceurs.

## LIENS COMPLEMENTAIRES

[Quality Outdoor Content Initiative](#)

**Plus d'infos sur Zéro Pub à Genève (article RTS)**

<https://www.rts.ch/info/regions/geneve/12477084-linitiative-zero-pub-en-ville-de-geneve-franchit-un-pas-decisif.html>

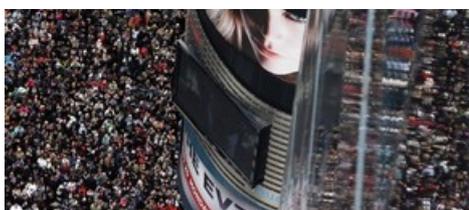
**KS/CS Kommunikation Schweiz**

<https://www.ks-cs.ch/fr/>

Contact:

Clément Charles,  
info@allthecontent.com

## Medieninhalte



### Provide content that matters.

On digital signage like in any other media, great content is a must: have to deliver sustainable value for both the public and the advertising community. To support the Digital Out of Home industry, the world leading news agency Reuters and the pioneer of new screens

AllTheContent have joined forces in the "Quality Outdoor Content Initiative", to provide an unmatched choice of global or local content services, easy to integrate and with flexible business models. Stop searching. Get all the content.

More info: [www.allthecontent.com/en](https://www.allthecontent.com/en)



*En 2013 déjà, AllTheContent et Reuters avaient lancé ensemble le projet QOCI, pour Quality Outdoor Content Initiative. / Texte complémentaire par ots et sur [www.presseportal.ch/fr/nr/100083306](http://www.presseportal.ch/fr/nr/100083306) / L'utilisation de cette image est pour des buts rédactionnels gratuite. Publication sous indication de source: "obs/VERTICALIZER/© AllTheContent / Reuters"*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100083306/100895766> abgerufen werden.